

Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, Rabb semesta alam. Shalawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam*, juga kepada keluarga dan segenap Sahabatnya *Radhiyallahu 'anhuma*.

Alhamdulillah, berkat pertolongan Allah *Subhanahu wa Ta'ala* dan dengan izin-NYA, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Sate Lugina Dalam Meningkatkan Volume Penjualan** ”

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, saran dan motivasi baik moril maupun materil, semoga segala kebaikan kalian dibalas oleh Allah *Subhanahu wa Ta'ala*. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Novi Iswahyuni dan Surdana. Selaku orang tua penulis.
2. HP. Diyah Setiyorini, MM. Selaku pembimbing I dan Erry Sukriah SE.,M.SE sebagai pembimbing II yang telah membantu, mengarahkan, meluangkan waktu dan membagi ilmunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Agus Sudono, SE.,MM. Selaku Ketua Prodi Manajemen Industri Katering.
4. Dewi sebagai pemilik Kedai Sate Lugina Seluruh staff di Kedai Sate Lugina Cimahi.
5. Serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala dukungan dan bantuannya. Penulis berharap semoga kebaikan, dukungan dan bantuan dari semua pihak tersebut mendapat imbalan pahala yang berlipat ganda dari Allah *Subhanahu wa Ta'ala*.

Bandung, 16 Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Konsep Industri Wisata Seni Kulineri	9
2.1.1 Definisi Wisata Seni Kulineri (Gastronomi)	9
2.1.2 Jenis Bisnis Restoran sebagai Atraksi Wisata Kulineri	11
2.1.3 Bisnis Wisata Seni Kulineri Tergolong dalam UMKM.....	14
2.2 Konsep Manajemen Strategik dalam Rumah Makan sebagai Atraksi Wisata Seni Kuliner	16
2.2.1 Definisi Manajemen Strategik	16

2.2.2 Proses Manajemen Strategik	17
2.2.2.1 Mengidentifikasi Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	18
2.2.2.2 Strategi Pengembangan Usaha Terhadap Volume Penjualan... ..	18
2.2.2.3 Analisis Lingkungan Perusahaan	21
2.2.3 Manajemen Strategik dalam Bisnis Restoran.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Instrumen Penelitian	33
3.2.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	34
3.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Metode Observasi	42
3.3.2 Wawancara Mendalam (<i>indepth interview</i>)	43
3.3.3 Studi Dokumentasi dan Literatur.....	45
3.3.4 Triangulasi.....	45
3.4 Informan Penelitian.....	46
3.5 Teknik Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	49
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	57

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Sejarah Kedai Sate Lugina	58
4.1.1 Profil Kedai Sate Lugina.....	58
4.1.2 Produk KSL.....	60
4.1.3 Lokasi KSL.....	63
4.1.4 Informan Penelitian.....	63
4.1.5 Deksripsi dan Analisis Data	65
4.2 Analisis Faktor Internal.....	65
4.2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	65

4.2.1.1 <i>Recruitment and Selection</i>	65
4.2.1.2 <i>Training and Developing</i>	66
4.2.1.3 <i>Performance Appraisal</i>	66
4.2.1.4 <i>Compensation Management</i>	67
4.2.2 Manajemen Perusahaan.....	67
4.2.2.1 Profil dan Segmen Pasar.....	67
4.2.2.2 Produk.....	68
4.2.2.3 Harga	70
4.2.2.3 Distribusi	72
4.2.2.4 Promosi.....	73
4.2.3 Manajemen Keuangan	74
4.2.3.1 Sumber Dana.....	74
4.2.3.2 Biaya Modal.....	74
4.2.3.3 Struktur Modal	75
4.2.3.4 Perpajakan.....	75
4.2.3.5 Perencanaan Keuangan.....	76
4.2.4 Manajemen Produksi dan Operasi	76
4.2.4.1 Proses.....	77
4.2.4.2 Kapasitas.....	83
4.2.4.3 Persediaan	83
4.2.4.4 Tenaga Kerja.....	84
4.2.4.5 Kualitas.....	84
4.2.5 Faktor-Faktor Internal yang Menjadi Kekuatan dan Kelemahan Bagi KSL	85
4.3 Analisis Faktor Eksternal	86
4.3.1 Analisis Ekonomi.....	86
4.3.2 Analisis Teknologi.....	88
4.3.2 Analisis Politik dan Hukum	89
4.3.3 Sosial.....	90
4.3.4 Analisis Lingkungan Khusus.....	92

4.3.5 Ancaman Masuknya Pendetang Baru/Pesaing	92
4.3.6 Ancaman dari Produk Pengganti	94
4.3.7 Kekuatan Daya Tawar Pemasok.....	94
4.3.8 Kekuatan Daya Tawar Pembeli	95
4.3.9 Persaingan Antara Perusahaan Sejenis	96
4.3.10 Faktor-Faktor Eksternal yang Menjadi Peluang dan Ancaman....	96
4.4 Matriks IFAS EFAS.....	97
4.4.1 Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	97
4.4.2 Analisis Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)	99
4.4.3 Analisis Matrik IE (<i>Internal-Eksternal</i>).....	100
4.4.4 Analisis Matriks SWOT	103
4.5 Alternatif Strategi QSPM.....	109

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran	114
5.2.1 Perumusan Tujuan Saran.....	114
5.2.2 Pemetaan Strategi QSPM	114
5.2.3 Operasi Strategi dan Rencana Tindak.....	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik Beban Pajak KSL 3 Tahun Terakhir	6
Gambar 2.1 Model Manajemen Strategik	17
Gambar 2.2 Lima Faktor Pendorong Kompetensi	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 Komponen-komponen Analisis Data.....	49
Gambar 3.2 Matriks EFE	50
Gambar 3.3 Matriks IFE	51
Gambar 3.4 Matriks IE.....	53
Gambar 3.5 Bagan Matriks SWOT.....	55
Gambar 4.1 Organigram <i>Job Description</i> KSL.....	59
Gambar 4.2 Lokasi KSL	63
Gambar 4.3 Alur Distribusi Menu <i>Ala Carte</i> dan Kambing Guling KSL	77
Gambar 4.4 Jumlah Penduduk Kecamatan Cimahi Tengah Menurut Mata Pencarian	87

Gambar 4.5 Matriks Internal-Eksternal(IE)Pada KSL.....	102
--	-----

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Daftar Restoran dan Jenisnya di Kota Cimahi	4
Tabel 1.2 Pajak yang Disetorkan KSL Kepada Pemerintah.....	5
Tabel 1.3 Daftar Pesaing KSL Pada Tahun 2013	7
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Matriks QSP (QSPM).....	57
Tabel 4.1 Informan.....	64
Tabel 4.2 Menu <i>Ala Carte</i> dan Bahan Baku	68
Tabel 4.3 Menu <i>Ala Carte</i> dan Harga.....	70
Tabel 4.4 Daftar Harga Menu Utama Beberapa Restoran di Cimahi	71
Tabel 4.5 Daftar Pemasok KSL.....	95
Tabel 4.6 Matriks IFE	98

Tabel 4.7 Matriks EFE	99
Tabel 4.8 Matriks SWOT Pada KSL	104
Tabel 4.9 Prioritas Alternatif Strategi QSPM Pada KSL	109