

## **ABSTRAK**

### **Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan**

**Oleh Kaiser Fauziansyah**

**0807200**

Kedai iga bakar Mang Opan adalah salah satu restoran di Kota Bandung. Menurut Dinas Pariwisata Kota Bandung di tahun 2012 terdapat 591 restoran dan 12 bar yang tersebar di Kota Bandung. Melihat persaingan restoran di Kota Bandung yang semakin ketat, hal ini membuat pentingnya strategi untuk meningkatkan volume penjualan serta menghadapi persaingan antar usaha sejenis.

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai lingkungan perusahaan terkait dengan peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh kedai serta perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Analisis deskriptif kuantitatif menggunakan matriks EFE, IFE, IF dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil analisis alternatif strategi pengembangan usaha terdapat sembilan alternatif. Strategi alternatif utama yaitu: Melakukan diversifikasi dan pengembangan produk untuk menghindari konsumen beralih pada produk restoran lain atau produk substitusi dengan nilai TAS sebesar 53,108.

Kata kunci: analisis SWOT, QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), strategi pengembangan usaha dan volume penjualan

**Kaiser Fauziansyah Suparman, 2013**

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pendekatan Analisis Swot Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## **ABSTRACT**

### ***Analysis of Business Development on Iga Bakar Mang Opan Restaurant for Increasing Selling Volume***

**By Kaiser Fauziansyah**

**0807200**

*Iga bakar Mang Opan is one of the restaurants in Bandung city. According to bandung's touris Departement in 2012 there were 591 and 12 bars spread in Bandung city. Restaurant competition in Bandung city becomes tough every day and it makes the strategy of sell volume and strategy to compete with other restaurant, which work in the same industry, became the most important element.*

*The description analysis was used to retrieve opportunities, threats, strengths and weaknesses factor in the company environment and SWOT matriks was used to formulate the strategies above. Quantitative analysis utilized EFE,IFE,IF and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) matriks. The result of alternative strategy business development analysis were nine alternative strategy with the first priority Diversification and development of products to prevent consumers switching to other top products or product substitution with the score 53,108.*

*Keyword: SWOT analysis, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), business development strategy and selling volume.*

**Kaiser Fauziansyah Suparman, 2013**

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Pendekatan Analisis Swot Pada Kedai Iga Bakar Mang Opan)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu