

ABSTRAK

Sarah Nissa Nefisa, 1100509, Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Bisnis di Ramen AA Bandung di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. dan Oce Ridwanudin, SE.,MM.

Ramen AA adalah salah satu tempat yang menjual mie ramen di Kota Bandung yang berdiri sejak 22 Maret 2013. Ramen AA mengalami penurunan jumlah pengunjung dan belum tercapainya target penjualan yang diinginkan oleh Ramen AA, hal tersebut membuat pentingnya perumusan strategi yang tepat untuk Ramen AA. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: (1) mengetahui faktor-faktor strategis internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Ramen AA, (2) mengetahui faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi Ramen AA, (3) mengetahui alternatif strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan oleh Ramen AA berdasarkan hasil analisis SWOT, dan (4) mengetahui urutan prioritas alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Ramen AA. Pada penelitian ini menggunakan dua metode yaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif akan digunakan untuk mendapatkan gambaran perkembangan bisnis Ramen AA dan mengetahui strategi yang cocok untuk mengembangkan bisnis di Ramen AA. Deskriptif kuantitatif akan digunakan untuk mendapatkan penilaian dari *owner*, karyawan dan konsumen Ramen AA terhadap analisis faktor-faktor internal dan eksternal Ramen AA menggunakan metode triangulasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, matriks SWOT dan QSPM. Hasil analisis menunjukkan terdapat tujuh alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Ramen AA untuk mengembangkan bisnisnya dengan strategi utama yaitu mengadakan pelatihan Sistem Informasi Manajemen (SIM) untuk karyawan agar dapat bersaing dengan restoran lainnya dengan skor 6,31

Kata kunci: strategi pengembangan bisnis, analisis SWOT.

ABSTRACT

Sarah Nissa Nefisa, 1100509, Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Bisnis di Ramen AA Bandung *under the guidance of Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. and Oce Ridwanudin, SE.,MM.*

Ramen AA is one of the places that sell ramen noodles in Bandung City that has been established since March 22th, 2013. Ramen AA experience reduction the number of consumers and yet achieve sales targets, so that makes the importance of strategic formulation for Ramen AA. The purpose of this research are: (1) to know the factors of internal strategic such as strength and weakness that owned by Ramen AA, (2) to know the factors of external strategic such as opportunity and threat for Ramen AA, (3) to know the alternative of business development strategic that can be applied based on analysis SWOT result, and (4) to know the order of strategic alternative priority that can be applied by Ramen AA. Method used in this research is qualitative approach and quantitative descriptive. Qualitative approach that make use of case study to get illustration about business development for Ramen AA. Quantitative descriptive that make use of case study to get assessment from owner, employees, and consumers toward analysis of internal factors and analysis of external factors using triangulation method. Data also has to be analyzed with matrix IFAS, EFAS, IE, SWOT, and QSPM. The analysis result shows, there are seven alternative strategics that can be applied by Ramen AA for business development is training Management Information System (MIS) for employees to compete with other restaurant as the main strategic with the highest score 6,31.

Keywords: business development strategic, SWOT analysis.