

ABSTRAK

Astrid Dwi Anjani (1404224), Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung di bawah bimbingan Caria Ningsih, M.Si., Ph.D. dan Ilham Fajri, S.Par., M.M. Par.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguraikan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi penentuan strategi pengembangan bisnis Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung, serta menganalisis dan menyusun strategi yang sebaiknya diterapkan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif (*mixed model research*) dengan model strategi *embedded* konkuren. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara kepada *owner* Ganbatte, penyebaran kuesioner kepada karyawan Ganbatte sejumlah 6 orang serta kepada konsumen Ganbatte sejumlah 93 orang dan dokumentasi katalog dari *website* Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

Data yang diperoleh akan dianalisis menjadi dua bagian, yaitu analisis faktor-faktor internal dan analisis faktor-faktor eksternal yang selanjutnya diolah ke dalam matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, kuadran SWOT, matriks SWOT, dan QSPM. Berdasarkan analisis posisi Ganbatte pada matriks IE dan kuadran SWOT, Ganbatte berada pada sel V dan kuadran I. Posisi tersebut menunjukkan bahwa Ganbatte dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta strategi yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Analisis pada matriks SWOT, menghasilkan enam alternatif strategi yang dapat dijalankan Ganbatte. Dari enam alternatif strategi tersebut, terdapat satu alternatif strategi utama yang dapat dipilih Ganbatte untuk dijalankan terlebih dahulu, yaitu melakukan perencanaan operasional dengan matang agar keuntungan yang diperoleh dapat meningkat dengan skor STAS sebesar 5,522.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT, Ganbatte Suki BBQ & Steak

ABSTRACT

Astrid Dwi Anjani (1404224), Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung Restaurant Business Development Strategy under the guidance of Caria Ningsih, M.Si., Ph.D and Ilham Fajri, S.Par., M.M. Par.

The purpose of this research is to analyze and describe internal and external environment factors that can influence the determination of Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung business development strategy, also analyze and develop strategies that should be applied Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung. This research uses qualitative and quantitative method (mixed model research) with the concurrent embedded strategy model. Data collection techniques used in this research through observation, interviews to the owner Ganbatte, the distribution of questionnaires to 6 employees Ganbatte and to 93 consumers Ganbatte and catalog documentation from the website of the Bandung Central Bureau of Statistics.

The data obtained will be analyzed into two parts, namely the analysis of internal factors and analysis of external factors which are then processed into the IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT quadrant, SWOT matrix, and QSPM. Based on Ganbatte position analysis on IE matrix and SWOT quadrant, Ganbatte is in cell V and quadrant I. The position shows that Ganbatte can utilize existing strength and opportunity and strategy that can be done is market penetration and product development.

The analysis of the SWOT matrix, yielding six alternative strategies that can be run Ganbatte. Of the six alternative strategies, there is an alternative main strategy that can be selected Ganbatte to run first, which is doing operational planning with mature so that the benefits obtained can be increased by the STAS score of 5.522.

Keywords: Business Development, SWOT Analysis, Ganbatte Suki BBQ & Steak