

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PRIMADEVA UTAMA
CATERING MAKASSAR**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pariwisata
(S.Par)



Oleh:

Ghaza Naufal Zhafirin

1505575

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETEHUDAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

LEMBAR HAK CIPTA
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PRIMADEVA UTAMA
CATERING MAKASSAR

Oleh
Ghaza Naufal Zhafirin

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Ghaza Naufal Zhafirin
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGASAHAN
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PRIMADEVA UTAMA
CATERING MAKASSAR

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Gitasiswhara, S.E.Par., M.M.
NIP. 19611022.196803.1.002.

Pembimbing 2



Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19721024.200112.1.001

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



DR. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par.
NIP. 19700320.200812

Mahasiswa,



Ghaza Naufal Zhafirin
1505575

ABSTRAK

Ghaza Naufal Zhafirin, 2019. Strategi Pengembangan Bisnis Primadeva Utama Catering Makassar. Dosen Pembimbing I Gita Siswhara, S.E.Par., M.M. dan Dosen Pembimbing II Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang harus dilakukan Primadeva Utama Catering untuk melakukan pengembangan bisnis dalam menghadapi persaingan industri catering yang semakin ketat di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSPM. Hasil analisis matriks IFAS dan EFAS diketahui faktor internal dengan nilai paling tinggi adalah rasa dan porsi makanan, sedangkan untuk faktor eksternal adalah target pasar yang luas yaitu mulai dari kalangan menengah ke bawah sampai kalangan atas. Berdasarkan hasil analisis matriks IE, Primadeva Utama Catering berada dalam kuadran lima. Posisi tersebut menunjukkan strategi pertumbuhan yang baik digunakan perusahaan adalah konsentrasi melalui integritas horizontal yaitu, melakukan inovasi atau modifikasi produk dan memanfaatkan keuntungan *economics of scale* baik dalam produksi maupun pemasaran. Dengan adanya hal tersebut, penulis merekomendasikan 7 alternatif strategi untuk pengembangan usaha Primadeva Utama Catering berdasarkan hasil analisis matriks SWOT. Melalui pengolahan data menggunakan QSPM, dapat diketahui bahwa alternatif strategi prioritas adalah berinovasi terhadap penetapan harga dan menu paket pelayanan yang fleksibel dengan memperhatikan kondisi tren permintaan konsumen, tren bentuk pelayanan *event* dan daya beli konsumen dengan nilai STAS 7,17.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT, Analisis QSPM, Primadeva Utama Catering, Makassar.

ABSTRACT

Ghaza Naufal Zhafirin, 2019. Business Development Strategy Primadeva Utama Catering Makassar. Supervisor I Gita Siswhara, S.E.Par., M.M. dan Supervisor II Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd.

This research aims to determine how the strategy to do Primadeva Utama Catering to conduct business development in the face of increasingly stringent catering industry competition in Makassar City. This research uses a descriptive quantitative method. The Data obtained is then analyzed by using IFAS matrix, EFAS matrix, IE matrix, SWOT matrix and QSPM matrix. Matrix analysis Results IFAS and EFAS known internal factors with the highest value is the taste and portion of food, while for external factors is a broad target market that is ranging from middle to lower circles to the upper. Based on the results of the IE matrix analysis, Primadeva Utama Catering is in the fifth quadrant. The position shows that the company's good growth strategy is the concentration through horizontal integrity that is, innovate or modify the product and take advantage of the benefits of economics of scale both in production and Marketing. With this, the author recommends 7 alternative strategies for business development Primadeva Utama Catering based on the results of the SWOT analysis matrix. Through the processing of data using QSPM, it can be noted that alternative priority strategy is to innovate towards pricing and flexible service package menu with attention to the condition of consumer demand trend, the trend of service form Consumer event and purchasing power with a STAS value of 7.17.

Keywords: Business Development Strategy, SWOT Analysis, QSPM Analysis, Primadeva Utama Catering, Makassar.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Tujuan Penelitian	6
1.4.Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
2.1.Kajian Teori	8
2.1.1. Pariwisata	8
2.1.1.1.Pengertian Pariwisata	8
2.1.1.2.Unsur-unsur Pariwisata	9
2.1.1.3.Hubungan Usaha Jasa Boga/Katering dengan Pariwisata	9
2.1.2. Jasa Boga/Katering	10
2.1.2.1.Pengertian Jasa Boga/Katering	10
2.1.2.2.Klasifikasi Jasa Boga/Katering	11
2.1.2.3.Jenis-jenis Katering	11
2.1.3. Konsep Manajemen Strategi	14
2.1.3.1.Pengertian Manajemen	14
2.1.3.2.Pengertian Strategi	14
2.1.3.3.Tipe-tipe Strategi	15
2.1.3.4.Tingkatan Strategi	16
2.1.3.5.Pengertian Manajemen Strategi	17
2.1.3.6.Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi	17
2.1.3.7.Konsep Manajemen Strategi	19

2.1.3.8. Model Manajaemen Strategi	20
2.1.3.9. Jenis-jenis Strategi	23
2.1.4. Analisis SWOT	24
2.1.4.1. Lingkungan Internal Perusahaan	24
2.1.4.2. Lingkungan Eksternal Perusahaan	25
2.1.4.3. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	25
2.1.4.4. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	27
2.1.4.5. Matriks Internal Eksternal	28
2.1.4.6. Matriks SWOT	29
2.1.4.7. Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif	31
2.2. Kerangka Pemikiran	32
2.3. Hipotesis	34
2.4. Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	37
3.2. Metode Penelitian	38
3.3. Operasional Variabel	39
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	41
3.4.1. Populasi	41
3.4.2. Sampel	42
3.4.3. Teknik Sampling	43
3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.6. Jenis Sumber Data	44
3.7. Uji Instrumen Penelitian	45
3.7.1. Uji Validitas	45
3.7.1.1 Uji Validitas Kuesioner Konsumen	45
3.7.1.2 Uji Validitas Kuesioner Karyawan	48
3.7.2. Uji Reabilitas	49
3.8. Metode Pengolahan Data	51
3.8.1. Tahap Input	51
3.8.2. Tahap Pencocokan	53
3.8.3. Tahap Pengambilan Keputusan	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum Responden	58
4.1.1. Karakteristik Responden	58
4.1.2. Pemilik Primadeva Utama Catering	58
4.1.3. Karyawan Primadeva Utama Catering	58
4.1.4. Konsumen Primadeva Utama Catering	61
4.2. Analisis Data Pembahasan	64
4.2.1. Analisis SWOT	64
4.2.1.1. Analisis Data Kuesioner	64
4.2.1.2. Analisis Hasil Wawancara	76
4.2.1.3. Analisis Studi Dokumentasi	90
4.2.1.4. Rekapitulasi Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Primadeva Utama Catering	91
4.3. Formulasi Alternatif Strategi	93
4.3.1. Matriks IFAS	93
4.3.2. Matriks EFAS	94
4.3.3. Matriks IE	95
4.3.4. Posisi Kuadran SWOT	96
4.3.5. Matriks SWOT	97
4.3.6. Matriks QSPM	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1. Kesimpulan	106
5.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik ke Makassar Tahun 2016-2018	2
Tabel 1.2 Data Jumlah Katering Berdasarkan Klasifikasi di Kota Makassar	3
Tabel 1.3 Data Pemesanan Jasa Primadeva Utama Catering Tahun 2016-2018	3
Tabel 1.4 Data Omzet Primadeva Utama Catering Tahun 2016-2018	4
Tabel 2.1 Matriks EFAS	27
Tabel 2.2 Matriks IFAS	28
Tabel 2.3 Matriks QSPM	32
Tabel 2.4 Tabel Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Jumlah <i>Event</i> dan Porsi Tahun 2018 Primadeva Utama Catering	41
Tabel 3.3 Tabel Isac dan Michael Untuk Penentuan Jumlah Sampel	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen Variabel SDM	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen Variabel Produk	46
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen Variabel Produksi	47
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen Variabel Persaingan Industri Katering	47
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Gaji dan Pekerjaan	48
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Atasan	48
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan Variabel Lingkungan Kerja	49
Tabel 3.11 Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Karyawan	50
Tabel 3.12 Hasil Uji Reabilitas Kuesioner Konsumen	51
Tabel 3.13 Matriks EFAS	52
Tabel 3.14 Matriks IFAS	53
Tabel 3.15 Matriks Analisis SWOT	56
Tabel 3.16 Matriks QSPM	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Acara Yang Dipesan ..	64
Tabel 4.10 Tanggapan Karyawan Terhadap sub Indikator Gaji dan Pekerjaan	65
Tabel 4.11 Tanggapan Karyawan Terhadap sub Indikator Atasan	66
Tabel 4.12 Tanggapan Karyawan Terhadap sub Indikator Lingkungan Kerja	67
Tabel 4.13 Rekapitulasi Sub Indikator dari Kuesioner Karyawan Primadeva Utama Catering	68
Tabel 4.14 Tanggapan Konsumen Terhadap sub Indikator Kuantitas Karyawan	69
Tabel 4.15 Tanggapan Konsumen Terhadap sub Indikator Kualitas Karyawan ..	70
Tabel 4.16 Rekapitulasi Skor Indikator Sumber Daya Manusia dari Kuesioner Primadeva Utama Catering	71
Tabel 4.17 Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Produk	72
Tabel 4.18 Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Produksi	74
Tabel 4.19 Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Persaingan Industri Katering	75
Tabel 4.20 Hasil Wawancara Mengenai Dekorasi yang Ditawarkan	76
Tabel 4.21 Hasil Wawancara Mengenai Penampilan Makanan	77
Tabel 4.22 Hasil Wawancara Mengenai Porsi yang Proposional	78
Tabel 4.23 Hasil Wawancara Mengenai Kesesuaian Harga Makanan	79
Tabel 4.24 Hasil Wawancara Mengenai Standarisasi Bentuk Makanan	80
Tabel 4.25 Hasil Wawancara Mengenai Suhu dengan Jenis Makanan	80
Tabel 4.26 Hasil Wawancara Mengenai Standarisasi Rasa	81
Tabel 4.27 Hasil Wawancara Mengenai Harga Paket Pelayanan	81
Tabel 4.28 Hasil Wawancara Mengenai Kondisi Tempat Produksi	82
Tabel 4.29 Hasil Wawancara Mengenai Promosi	83
Tabel 4.30 Hasil Wawancara Mengenai Segmen Pasar	83
Tabel 4.31 Hasil Wawancara Mengenai Target Pasar	84

Tabel 4.32 Hasil Wawancara Mengenai Cara yang Dilakukan Untuk Bersaing di Pasar	84
Tabel 4.33 Hasil Wawancara Mengenai Jumlah Karyawan	85
Tabel 4.34 Hasil Wawancara Mengenai Standar Pendidikan Perekrutan Karyawan	85
Tabel 4.35 Hasil Wawancara Mengenai Standar <i>Skill</i> Perekrutan Karyawan	86
Tabel 4.36 Hasil Wawancara Mengenai <i>Attitude</i> Perekrutan Karyawan	86
Tabel 4.37 Hasil Wawancara Mengenai Penyimpanan Bahan Baku	87
Tabel 4.38 Hasil Wawancara Mengenai Pengadaan Bahan Baku	87
Tabel 4.39 Hasil Wawancara Mengenai Waktu Pengadaan Bahan Baku	88
Tabel 4.40 Hasil Wawancara Mengenai Pihak yang Terlibat Dalam Pengadaan	88
Tabel 4.41 Hasil Wawancara Mengenai Pemasok Khusus	89
Tabel 4.42 Hasil Wawancara Mengenai Pengawasan Pemasok	89
Tabel 4.43 Hasil Wawancara Mengenai Kinerja Pemasok	90
Tabel 4.44 Analisis Matriks IFAS Primadeva Utama Catering	93
Tabel 4.45 Analisis Matriks EFAS Primadeva Utama Catering	94
Tabel 4.46 Matriks SWOT Strategi Pengembangan Bisnis Primadeva Utama Catering	98
Tabel 4.47 Analisis Matriks QSPM Primadeva Utama Catering	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pemesanan Primadeva Utama Catering Tahun 2016-2018	4
Gambar 1.2 Data Omzet Primadeva Utama Catering Tahun 2016-2018	5
Gambar 2.1 <i>Strategic Management Model</i> Menurut Wheelen dan Hunger	22
Gambar 2.2 Matriks Internal Eksternal (IE)	29
Gambar 2.3 Analisis Kuadran SWOT	30
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1 Logo Primadeva Utama Catering Makassar	38
Gambar 3.2 Matriks Internal Eksternal (IE)	54
Gambar 3.3 Analisis Kuadran SWOT	55
Gambar 4.1 Rekapitulasi Skor Sub Indikator dari Kuesioner Karyawan Primadeva Utama Catering	68
Gambar 4.2 Rekapitulasi Skor Indikator Sumber Daya Manusia dari Kuesioner Konsumen Primadeva Utama Catering	71
Gambar 4.3 Rekapitulasi Skor Indikator Produk dari Kuesioner Konsumen Primadeva Utama Catering	73
Gambar 4.4 Rekapitulasi Skor Indikator Produksi dari Kuesioner Konsumen Primadeva Utama Catering	75
Gambar 4.5 Hasil Analisis Matriks IE Primadeva Utama Catering	95
Gambar 4.6 Posisi Kuadran SWOT Primadeva Utama Catering	96

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono. (2012). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Darmawan, D. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- David, F. (2010). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Desti Mulyani BR.Purba. (2011). Analisis Perbandingan Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Sebelum dan Sesudah Stock Split.
- Endar, S., & Sri, S. (2011). *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fitria, H., & Kaswara, R. A. (2009). *Buku Pintar Berbisnis Katering*. Jakarta: Transmedia.
- Husein Umar. (2010). *Riset Pemasaran dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1994). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Moehyi, S. (1992). *Penyelenggara Makanan Institusi dan Jasa Boga*. Jakarta: Bharata.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nina, W. S. (2010). *Komunikasi Pariwisata di Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pendit, S. N. (2006). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradya Paramita.
- Permatasari, D. E., Hamid, D., & Wilopo. (2015). Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Purwati, T. (1994). *Manajemen Katering*. Yogyakarta: FPTK, Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rapanna, P., & Kanio. (2017). *Filsafat Manajemen*. Jakarta: Celebes Media Perkasa.
- Robinson, B. jr., & Pearce II, J. A. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Jakarta: Salemba Empat.

- Solihin. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Wahyudi. (2017). *Statistika Ekonomi Terapan Konsep, Teori dan Penerapan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Hariadi, Doni, & Soebari Martoatmodjo. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsume pada Produk Projector Micro Vision.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2015). Laporan Akhir Pengembangan Wisata Syariah di Aceh dan Manado.
- Mariato Ating Sukma. (2016). Studi Kelayakan Pembukaan Cabang Bank Syariah di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat.
- Muhammad Afridhal. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen.
- Permatasari, D. E., Jambur, & Hamid Wilopo. (2015). Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel dalam Menghadapi Persaingan.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009
- Badan Pusat Statistik Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Makassar (2018)
- Sekretaris Eksekutif DPC APJI Kota Makassar (2018)
- Laporan Keuangan Primadeva Utama Catering (2018)
- Undang-undang kepariwisataan No.10 Tahun 2009
- Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (PERMEN PAREKRAF) No.18 Tahun 2014 Pasal 1 ayat 2
- Peraturan Mentri Kesehatan nomor 1096 tahun 2011
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar tahun 2018