

ABSTRAK

Diki Zulfikar 2019, Strategi Pengembangan Rumah Makan Mang Yeye dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan, Dosen Pembimbing I Agus Sudono, S.E,MM dan Dosen Pembimbing II Oman Sukirman, S.E,MM

Tingginya tingkat kunjungan pariwisata di Indonesia berdampak terhadap sarana prasana pendukung seperti rumah makan yang semakin menjamur. Banyak nya rumah makan menimbulkan persaingan yang semakin luas sehingga diperlukan strategi pengembangan bisnis, Penelitian ini ditujukan untuk memberikan strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan di Rumah Makan Mang Yeye. Tujuan dari penelitian (1) untuk mengetahui faktor internal (kekuatan & kelemahan) Rumah Makan Mang Yeye (2) untuk mengetahui faktor Eksternal (Peluang & Ancaman) (3) Bagaimana strategi yang paling tepat untuk Rumah Makan Mang Yeye tersebut kemudian dijadikan sebagai acuan untuk penetapan alternatif strategi pengembangan bisnis Rumah Makan Mang Yeye. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Populasi pada penelitian ini diambil dari jumlah konsumen selama 1 minggu. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Mang Yeye sebanyak 85 orang. Sebagai acuan untuk menetapkan strategi pengembangan bisnis Rumah Makan Mang Yeye, penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT terdiri dari matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan QSPM. Berdasarkan analisis data menggunakan matriks diagram analisis SWOT , Rumah Makan Mang Yeye berada dalam kuadran I. Posisi tersebut merupakan situasi dimana Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan hasil olahan data terdapat 8 alternatif strategi untuk pengembangan usaha Rumah Makan Mang Yeye. melalui pengolahan data menggunakan QSPM, dapat diketahui bahwa alternatif strategi pengembangan usaha yang menjadi prioritas adalah Pengembangan manajemen operasional untuk mewujudkan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen.

Kata kunci : Pengembangan Restoran, Analisis SWOT, dan QSPM.

ABSTRACT

***Diki Zulfikar 2019, Development Strategy Rumah Makan Mang Yeye
in Effort to Increase Sales Volume***

***Supervisor I Agus Sudono, S.E,MM and Supervisor Oman Sukirman,
S.E,MM***

The high level of tourism visits in Indonesia has an impact on supporting infrastructure facilities such as restaurants that are increasingly mushrooming. Many restaurants create increasingly widespread competition so that a business development strategy is needed, this research is intended to provide the right competitive strategy to be applied at Mang Yeye Restaurant. The purpose of the study (1) to find out internal factors (strengths & weaknesses) of Mang Yeye Restaurant (2) to find out External factors (Opportunities & Threats) (3) How the most appropriate strategy for Mang Yeye Restaurant is then used as a reference for alternative determination of the business development strategy of Mang Yeye Restaurant. The method used is descriptive method. The population in this study was taken from the number of consumers for 1 week. The sample in this study were 85 consumers of Mang Yeye Restaurant. Data collection techniques by distributing questionnaires (google form) and interview methods for owners and employees Internal factors use assessments regarding human resource management, marketing, finance, and production or operations. External factors use assessments regarding the macro environment and industrial environment. As a reference for determining the business development strategy of Rumah Makan Mang Yeye, this study uses the SWOT analysis method. SWOT analysis consists of IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, and QSPM. Based on data analysis using SWOT analysis matrix diagram, Mang Yeye Restaurant is in quadrant I. This position is a situation where the company has the opportunity and strength so that it can take advantage of opportunities. With this, the author recommends alternative strategies that maximize the power of Rumah Makan Mang Yeye in utilizing opportunities. Based on the results of processed data there are 8 alternative strategies for developing the business of Mang Yeye Restaurant. through processing data using QSPM, it can be seen that the alternative business development strategy that becomes a priority is operational management development to realize maximum service to consumers.

Keyword : Restaurants expensions , SWOT analysis, and QSPM.