

**JUDUL**  
**ANALISIS SWOT TERHADAP PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN**  
**PONDOK SELERA 88 IT CENTER**

**Nama** : Cicilia Tatimu  
**NIM** : 090812025  
**Jurusan** : Ilmu Administrasi  
**Program Studi** : Administrasi Bisnis

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SAM RATULANGI**  
**MANADO 2014**

---

Penelitian ini dibatasi pada peranan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*) di Rumah Makan Kamang Jaya Medan, agar menghindari kesimpang siuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

“Untuk mengetahui bagaimana Analisis SWOT diterapkan pada makan Pondok Selera 88”

Jenis penelitian ini adalah Eksploratoris / deskriptif yaitu menggambarkan secara rinci segala kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Deskriptif Kualitatif. Analisis Deskriptif Kualitatif adalah metode analisis yang mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan dalam hal ini data dikumpulkan, disusun dan di klasifikasikan untuk diinterpretasikan yang memungkinkan dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki.

Rumah makan pondok selera 88 memiliki lokasi yang cukup baik yaitu di foodcourt it center manado dimana sudah terciptanya pasar. Sebab banyak pengunjung yang datang berbelanja di it center dan menyempatkan diri untuk makan ke lantai 5 di foodcourt, Rumah makan pondok selera 88 ini memiliki ciri khas sambal terasinya sendiri, Kelemahan yang dimiliki rumah makan pondok selera 88 ini adalah belum dikenal oleh seluruh masyarakat manado. karena hanya berupa counter makanan yang ada di foodcourt dan mungkin hanya orang yang datang ke it center yang mengenal rumah makan ini, Terletak di tengah kawasan BOB (boulevard on business) dan berada di dalam pusat perbelanjaan bisa menjadi peluang bagi rumah makan ini apa bila ada pada bulan-bulan mendekati hari raya untuk menambah besar omset, Strategi yang diterapkan belum secara maksimal karena masih banyaknya kekurangan yang perlu dibenahi. seperti pada SDM yang kurangnya pelatihan secara mendalam.

***Kata Kunci : Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threat), Pemasaran***

## **PENDAHULUAN**

### **Latar belakang Masalah**

Di era yang serba modern ini dimana segala sesuatu serba praktis dan efisien, orang sudah tidak ingin repot untuk memasak sendiri di rumah karena sudah banyak restoran, café maupun depot-depot makanan yang banyak tersedia sesuai selera konsumen. Banyak juga yang menjadikan tempat makan sebagai tempat untuk berkumpul, *meeting* bersama keluarga, teman untuk berkumpul bersama sembari makan untuk mempererat

ikatan kekeluargaan mereka. Bagi kalangan eksekutif yang menggunakan tempat makan mengambil kesempatan sebagai ajang untuk berbisnis, penyelenggaraan pesta dan lain lain.

Di masa saat ini yang sedang mengalami krisis moneter semua pihak merasakan dampaknya tidak terkecuali bisnis rumah makan. Maka sangat diperlukan cara maupun strategi agar rumah makan bisa tetap bertahan dan bisa bersaing dalam masa krisis moneter saat ini. Rumah makan juga harus

memposisikan dirinya secara benar dalam lingkungan pesaingnya. Layaknya sebuah perusahaan, rumah makan juga memerlukan suatu alat untuk menganalisis lingkungan perusahaan menjadi secara internal maupun eksternal.

Salah satu alat atau model yang bisa dipakai adalah analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities and threats analysis*). Analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian : analisis *strengths* and *weaknesses* (kekuatan dan kelemahan). Sedangkan analisis *opportunities dan threats* (peluang dan ancaman) merupakan analisis diluar perusahaan dimana perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya. Sebuah rumah makan perlu melakukan perencanaan yang strategis supaya apa yang menjadi tujuan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Banyaknya jenis makanan yang ada memungkinkan konsumen untuk memilih jenis makanan sesuai selera daging ayam merupakan salah satu bahan yang sering dipakai di seluruh dunia termasuk Indonesia khususnya Kota Manado. Daging ayam biasanya diolah dengan cara digoreng, rebus maupun bakar dengan banyaknya bumbu yang dapat dipakai.

Dari sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Untuk itu manajemen rumah makan harus berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik dari produk maupun jasa pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Karena jika hal tersebut diabaikan maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan konsumen dan pelayanan yang ada.

Maka berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada pelayanan. Pelayanan memegang peranan yang sangat penting seperti dalam hal keramahan, kecepatan pelayanan makanan dan sebagainya.

Rumah makan Pondok Selera 88 sebagai salah satu rumah makan yang bergerak dibidang usaha makanan Halal agar dapat menjangkau semua kalangan. Rumah

makan ini mempunyai khas untuk menjaring para konsumen lebih banyak lagi. Rumah makan ini selalu memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen agar supaya dapat menjaring pelanggan tetap. Rumah makan ini berada di pusat belanja yang ada di Manado yaitu IT CENTER Manado tepatnya di *Foodcourt Bayview* Lantai 5. Rumah makan Pondok Selera 88 ini merupakan rumah makan yang berbahan dasar ayam.

Dalam perkembangannya banyak sekali rumah makan di sekitar Rumah makan Pondok Selera 88 yang ada di *Foodcourt* yang juga berbahan dasar ayam. Ini merupakan salah satu ancaman dari luar kepada Rumah makan Pondok Selera 88. Tapi dengan mempertahankan cita rasa dan telah mendapatkan pelanggan tetap maka rumah makan ini tetap mencoba bertahan dengan banyaknya ancaman dari eksternal.

Salah satu juga masalah dalam rumah makan ini terdapat dari kelemahan dari dalam rumah makan ini. Kelemahan yang dimaksudkan adalah kurangnya tenaga kerja yang ahli yang dapat *handle*. Karena rumah makan ini merupakan usaha keluarga yang menjadi penghalang adalah bahan utama di buat di rumah dan bahan utama yang di buat baru di bawa ke *Foodcourt IT CENTER*. Kurangnya tenaga kerja yang bisa *handle* bahan utama tersebut membuat salah satu kelemahan dari rumah makan ini. Apalagi jika pada hari rame ketika ada *event* maupun mendekati hari raya, keterbatasan tenaga kerja membuat makanan yang di pesan lama di antar membuat konsumen kecewa menunggu pesanan.

Rumah makan Pondok Selera 88 ini telah 6 tahun berdiri sejak pembukaan *Foodcourt* yang ada di IT CENTER. Rumah makan merupakan usaha keluarga pemiliknya adalah Welmin Pontoh, SE, AK. Bisa dikatakan bahwa usaha ini sudah cukup lama ada. Menu – menu dari Rumah makan Pondok Selera 88 adalah sebagai berikut :

- Nasi ayam lalapan + kangkung cah
- Nasi goreng ayam + telur mata sapi
- Nasi cap cae cah ayam telur puyuh
- Nasi sate ayam
- Nasi soto ayam
- Nasi tahu tempe
- Roti bakar coklat keju

- Kentang goreng  
Dengan harga yang terjangkau dari Rp 6.000 – Rp 21.000

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka perumusan masalah adalah :  
“Bagaimana analisis SWOT di terapkan pada Rumah makan Pondok Selera 88?”

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini :

- Bagi Rumah makan Pondok Selera88  
Memberi masukan kepada pemilik Rumah makan Pondok Selera 88 terhadap analisis SWOT terhadap pemasaran yang bisa menjadi langkah acuan untuk di terapkan.
- Bagi penulis  
Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam penerapan teori-teori yang di peroleh dari perkuliahan pada penelitian ini.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Analisis**

Analisis adalah langkah penjabaran sebuah permasalahan dari setiap bagian dan penelaan bagian itu untuk mendapatkan pemahaman yang tepat serta arti yang keseluruhan dari masalah tersebut.

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk di golongan kembali menurut criteria tertentu (Wiradi:2007).

Analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu (Komaruddin).

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi tempat usaha. Analisis ini dapat memaksimalkan kekuatan *strength*

dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat didalam suatu organisasi termasuk satuan bisnis tertentu sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor – faktor lingkungan yang di hadapi perusahaan atau satuan bisnis tertentu.

Menurut David (2008:8), Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Menurut A. Wijaya Tunggal (2005 : 74-75) analisis SWOT merupakan identifikasi yang sistematis dari faktor faktor dan strategis yang menggambarkan pedoman terkait.

Dalam pengertian analisis swot tersebut dapat kita lihat beberapa faktor dari strength yaitu dari segi lingkungan . karena ruang lingkup suatu bisnis dapat mempengaruhi akan kekuatan dari bisnis tersebut. Lingkungan adalah salah satu faktor untuk menunjang keberhasilan perusahaan dalam persaingan. Untuk menentukan tujuan, sasaran, dan strategi – strategi yang akan di ambil , diperlukan suatu analisa mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan berada.

Lingkungan tersebut dibagi dua yaitu :

1. Lingkungan eksternal (lingkungan luar perusahaan)
2. Lingkungan internal (lingkungan dalam perusahaan).

Faktor eksternal adalah suatu kekuatan yang berada di luar perusahaan dimana perusahaan tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadapnya sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua perusahaan (Wahyudi 2000:47).

Unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan yang

mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran untuk menelusuri trend dan perkembangan penting serta semua peluang dan ancaman yang berhubungan dengannya. Pemasaran yang baik adalah seni menemukan, mengembangkan, dan menghasilkan laba dari peluang-peluang ini. Peluang pemasaran adalah wilayah kebutuhan dan minat pembeli, di mana perusahaan mempunyai probabilitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dengan menguntungkan (Kotler 2008:51).

Sedangkan lingkungan internal yaitu kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya (Kotler 2008:55). Yang merupakan landasan pertama dalam analisis SWOT dengan mengidentifikasi *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (Ancaman):

1. *Opportunities* (peluang)  
Merupakan situasi utama yang mendukung didalam lingkungan perusahaan, dan *Opportunities* berasal dari satu sumber. Yang dapat memberikan gambaran mengenai *Opportunities* adalah identifikasi segmen pasar sebelumnya, perubahan atau keadaan yang teratur, perubahan teknologi dan perbaikan hubungan dengan pembeli atau penjual.
2. *Threats* (Ancaman)  
Merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Memahami pokok-pokok peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan akan sangat membantu para manager mengidentifikasi pilihan yang realistis dari antar strategi yang tersedia. Landasan kedua dalam analisis SWOT dengan mengidentifikasi *Strengths* (Kekuatan) dan *Weaknesses* (Kelemahan):
3. *Strengths* (Kekuatan)

Yang dimaksud dengan kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan – termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah - antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

#### 4. *Weaknesses* (Kelemahan)

Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

#### 2.1.3. Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah Matrik *SWOT*. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Eksploratoris / deskriptif yaitu menggambarkan secara rinci segala kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang yang ada pada Rumah makan Pondok Selera 88 sehingga dari hasil gambaran dapat dibuat kesimpulan tentang langkah dan strategi yang seharusnya di terapkan di Rumah makan Pondok Selera 88 agar tetap bertahan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui

bahwa penelitian eksploratoris yang bermaksud untuk memberikan penjelasan tentang segala gejala-gejala yang terjadi secara mendalam penelitian ini.

### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. *Strengths* (Kekuatan)  
Merupakan faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan Rumah makan Pondok Selera 88 dengan segala keunggulan yang dimiliki dan kemampuan untuk mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya.
2. *Weakness* (kelemahan)  
Merupakan faktor-faktor internal negatif yang menghalangi kemampuan Rumah makan Pondok Selera 88 terhadap sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut untuk mencapai tujuannya.
3. *Opportunities* (Peluang)  
Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh Rumah makan Pondok Selera 88 karena hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya.
4. *Threat* (Ancaman)  
Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh Rumah makan Pondok Selera 88.

### **Teknik Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Deskriptif Kualitatif. Analisis Deskriptif Kualitatif adalah metode analisis yang mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan dalam hal ini data dikumpulkan, disusun dan di klasifikasikan untuk diinterpretasikan yang memungkinkan dilakukan pemecahan masalah yang diselidiki sehingga memberikan gambaran dan informasi mengenai masalah tersebut.

Metode ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana kondisi lapangan, proses apa saja yang berlangsung dengan cara diagnose dan menerangkan hubungan

yang terjadi di lapangan dengan kajian teori untuk kemudian dapat ditarik kesimpulan dari masalah yang ada sekarang, yang kesemuanya disusun berdasarkan data yang dikumpulkan (Moleong 2002:7).

### **Gambaran umum Rumah makan Pondok Selera 88**

Rumah makan Pondok Selera 88 adalah salah satu rumah makan halal yang dimiliki oleh Ibu Welmin pontoh SE, Ak yang dimulai usaha ini sejak tahun 2007, yang berada disalah satu pusat perbelanjaan di Kota Manado yaitu di IT CENTER Manado.

Rumah makan ini dimulai sejak tahun 2007, dengan awal mula omset pendapatan yang hanya berkisar 200.000 untuk perhari pendapatan. Hal ini tidak membuat owner Rumah makan ini pantang menyerah dalam menjalankan bisnis ini. Dan sampai pada saat ini Rumah makan Pondok Selera 88 tetap bertahan.

Rumah makan Pondok Selera 88 ini berbahan dasar Ayam dalam menu utamanya. Menu utama yang banyak diminati oleh pelanggan yang datang ke rumah makan ini adalah menu “ayam lalapan super enak”. Pemilihan kata yang menarik perhatian konsumen merupakan strategi rumah makan ini.

Di *Foodcourt IT CENTER* ini Rumah makan Pondok Selera 88 ini maupun counter makanan di sebelahnya hanya bisa menjual makanan saja sebab, untuk bagian minuman ada counter tersendiri yang menjual minuman.

Dalam perkembangannya pada tahun-tahun belakangan banyak usaha-usaha sejenis yang berdiri dengan menu yang sama di sekitar counter makanan Pondok Selera 88 ini, namun dengan tetap menjaga pelayanan dan cita rasa sambal yang khas untuk memenuhi tingkat kepuasan yang maksimal terhadap konsumen, maka rumah makan ini dapat bertahan sudah hampir 7 tahun dan mengalami pertumbuhan. Walaupun juga tidak sedikit terjadi penurunan di hari hari tertentu. Karena sedikitnya pengunjung yang datang ke IT CENTER Manado.

Rumah makan ini memiliki khas tersendiri pada sambal terasinya. Terlihat dari setiap konsumen yang datang memesan

dengan setiap membawa nota setelah pembayaran di kasir selalu mengatakan sambal lalapan/sambal terasi dibanyakan.

Awalnya Ibu Welmin Pontoh SE,AK ini hanya melayani pembuatan makanan dos lewat pemesanan teman atau tetangga yang ada tapi, akhirnya memberanikan diri untuk membuka rumah makan yang kebetulan di IT CENTER Manado menyediakan tempat counter di *foodcourt* mereka.

Rumah makan ini memiliki kekuatan tersendiri di *foodcourt* IT CENTER ini. Rumah makan ini adalah rumah makan yang berdiri bersama dengan selesainya pembangunan it center manado. Karena banyaknya counter makanan yang ada yang hanya dapat bertahan 2 atau 3 tahun tapi, rumah makan ini belum gulung tikar tapi tetap bertahan. Rumah makan ini juga sudah mendapatkan pelanggan tetap yang berasal dari counter handphone, computer maupun baju dan salon yang ada di lantai bawah *foodcourt*. Tidak sedikit pula yang memesan dan di antarkan ke lantai bawah.

Pada saat pendirian awal Rumah makan Pondok Selera 88 ini modal awal yang dikeluarkan pemilik ini pada tahun 2007 mengeluarkan biaya Rp. 10.000.000 untuk uang jaminan, kontrak Rp. 7.000.000/ tahun dan system *foodcourt* IT CENTER ini adalah pembagian omset 70% untuk pemilik dan 30% untuk *management* IT CENTER. Itu belum termasuk dengan biaya listrik, gas dan air. Juga modal awal untuk peralatan makanan dan bahan pokok makanan setiap harinya yang harus di belanjakan di pasar .

### **Kegiatan Operasional Rumah Makan Pondok Selera 88.**

Rumah makan Pondok Selera 88 ini beroperasi bersamaan dengan operasional IT CENTER Manado yang di mulai 10.00 – 21.00.

Rumah makan sebelum membuka operasional di IT CENTER sebelumnya diawali dengan pembelian bahan baku seperti ayam, bumbu dapur, sayur dan sebagainya di pasar pada jam 05.00 pagi kemudian bahan bumbu dapur dibuat menjadi bumbu ayam yang harus di olah di rumah dan kemudian dibawa ke *foodcourt* IT CENTER Manado .

Rumah makan ini memiliki 7 orang karyawan, karena di IT CENTER untuk mebawa makanan sudah disiapkan oleh pihak management IT CENTER sendiri. 7 orang tersebut di bagi yang lain di rumah dan di IT CENTER.

Dalam aktifitas operasional, pemilik rumah makan ini juga selalu ikut serta dalam operasional setelah ibu Welmin ini pulang dari kantor agar supaya ibu Welmin dapat mengontrol kegiatan dan dapat mengetahui keuntungan maupun hal apa saja yang ada .

Pada Rumah makan Pondok Selera 88 ini ibu Welmin Pontoh menerapkan system gaji UMP pada karyawan yang ada di IT CENTER. Sedangkan pada karyawan yang ada di rumah hanya memberikan gaji Rp 900.000. karena hanya bekerja mulai dari jam 6 – 11 pagi.

Omset atau laba kotor dari rumah makan ini bervariasi setiap harinya karena mengikuti intensitas banyaknya pengunjung yang datang. Saya bisa mendapatkan hasil omset dari pihak management untuk setiap tahunnya untuk penghasilan laba kotor belum dikurangi dengan air, listrik, gas dan bahan baku setiap harinya kepasar. Karena hasil tersebut juga harus di potong 30% untuk management it center berdasarkan kesepakatan penyewaan tempat.

### **Profil Pemilik Rumah Makan**

Ibu Welmin Pontoh SE, Ak adalah pemilik rumah makan. Beliau merupakan seorang ibu yang memiliki 2 orang anak. ibu ini bukan hanya seorang ibu rumah tangga biasa tapi ia bekerja sebagai kepala staff di salah satu perusahaan Negara. Walaupun dengan kesibukannya bekerja, ia memiliki jiwa wirausaha yang turun temurun dari keluarganya. Selain usaha rumah makan ibu ini juga memiliki usaha paket, dan toko meubel. Ibu ini sebelum menjadi seorang pegawai negeri sipil sudah berkarir dalam bidang wirausaha dalam penjualan bahan pokok makanan di inobonto .

### **Analisis dan Pembahasan**

SWOT dari Rumah makan Pondok Selera 88 setelah melakukan penelitian adalah :

1. *Strengths* ( Kekuatan )

merupakan faktor – faktor internal positif yang berpera terhadap kemampuan Rumah makan Pondok Selera 88 dengan segala keunggulan yang dimiliki untuk mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya.

Faktor faktor tersebut adalah :

- a. Tempat strategis yang berada di pusat perbelanjaan di Manado
- b. Cita rasa yang khas khususnya di rasa sambal terasinya. Cita rasa merupakan bagian terpenting juga dalam makanan. Pada rumah makan ini .dan juga merupakan kekuatan awal dalam bisnis rumah makan. Dalam Rumah makan Pondok Selera 88 cita rasa ayam bumbunya menjadi ciri khas dan kenikmatan sambal terasinya menjadi ciri khas tersendiri dari Pondok Selera 88 ini.
- c. Ketersediaan dan mudahnya mendapatkan bahan baku. Bahan baku merupakan pokok dalam fungsi dari bisnis rumah makan. Bahan baku atau bahan dasar yaitu ayam yang didapatkan dari salah satu produsen ayam di Manado juga merupakan kekuatan dari tersendiri karena, bahan baku ayam tersebut di distribusikan dari produsen ke rumah makan ini setiap hari yang merupakan ayam segar sehingga kualitas terjamin. Juga untuk bahan sayur mayur dan sebagainya bisa didapatkan di pasar bersehati Manado.
- d. Menu makan yang beragam. Banyaknya olahan makanan yang berbahan dasar ayam menjadikan banyak pilihan dari rumah makan ini.
- e. Makanan yang halal yang dapat menjangkau semua kalangan. Sebab mengingat banyaknya juga masyarakat muslim yang sering datang ke IT CENTER merupakan target pasar untuk menarik konsumen lebih banyak.
- f. Makanan yang bersih. Tempat yang bersih menghasilkan makan yang bersih dan sehat. Tempat *foodcourt* IT CENTER memberikan tempat dapur yang bersih. Dengan melakukan penyemprotan dari pihak “terminix”

untuk menghindarkan dari kecoa maupun tikus agar menjamin kebersihan tempat yang ada.

- g. Dapat diantar ke counter dibawah yang sudah menjadi pelanggan tetap. Sebab banyaknya counter yang ada dibawah yang sering kali sudah tidak ada waktu ke *foodcourt* lantai 5 sehingga jika sudah menjadi pelanggan tetap dari pihak rumah makan karyawan yang ada bersedia mengantarkan ke counter bawah.

## 2. *Weakness* ( Kelemahan)

Merupakan faktor faktor internal negatif yang menghalangi kemampuan Rumah makan Pondok Selera 88 terhadap sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut untuk mencapai tujuannya.

Faktor faktor tersebut adalah :

- a. Citra merek Rumah makan Pondok Selera 88 belum banyak dikenal di Manado. Nama Pondok Selera 88 belum terlalu dikenal di seluruh Manado yang ada. Belum secara nasional dikenal.
- b. Karyawan yang kadang tidak ramah disaat sudah semakin banyak orderan .karena mereka sudah tidak mementingkan lagi keramahan. Ini dapat membuat pelanggan kurang nyaman. Hal ini karena SDM yang ada tidak di *training* untuk menciptakan SDM yang berkualitas. Sehingga perasaan kurang nyaman dari konsumen karena kurangnya keramahan.
- c. Memerlukan modal yang lebih besar untuk mengembangkan usaha .karena dalam usaha rumah makan tidak lah gampang yang di pikirkan karena uang dan cita rasa yang harus di tonjolkan.
- d. Masih membagi keuntungan 30% dengan pihak *management* IT CENTER sehingga semakin besar yang di dapat maka semakin besar pula pembagian .pembagian 70% ke pemilik dan 30% ke management it cukup menjadikan kelemahan karena

hal tersebut membuat semakin berkurangnya keuntungan yang di hasilkan belum juga dikurangi air, gas dan listrik.

- e. Intensitas pengunjung yang naik turun, sehingga keuntungan rata-rata tidak bisa di prediksi. Hal ini dapat mempengaruhi omset penjualan.
- f. Banyaknya pilihan rumah makan disebelah counter yang memiliki menu yang sama. Hal ini membuat banyaknya pengunjung yang memilih counter lain karena memiliki menu yang sama. karena selera konsumen berbeda beda.
- g. Evaluasi kerja karyawan yang kurang efektif. Sistem evaluasinya menggunakan sistem kekeluargaan sehingga atasan dalam melakukan evaluasi sering memiliki perasaan tidak enak dalam menegur karyawan yang melakukan kesalahan.

### 3. *Opportunities* ( peluang)

Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh Rumah makan Pondok Selera 88 karena hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya.

Faktor faktor tersebut adalah ;

- a. Meningkatnya jumlah penduduk  
Meningkatnya jumlah penduduk yang terus meningkat mempengaruhi pertumbuhan usaha .karena dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk maka kebutuhan akan makanan akan bertambah, dengan demikian permintaan akan produk meningkat.
- b. Promosi di media sosial  
Dengan semakin mengglobalisasi dan perkembangan teknologi sehingga rumah makan ini juga tidak mau ketinggalan dengan melakukan promosi di media cetak maupun via internet lewat twitter dengan nama twitter : PONDOK SELERA 88.
- c. Mendiversifikasi ( menganekaragamkan) menu.  
Dalam hal ini Rumah makan harus membuat inovasi – inovasi dalam menu makanan yang berbahan dasar

ayam atau makanan halal. Hal ini dapat membuat berbagai pilihan dari konsumen .

- d. Jika ada event yang diadakan oleh IT CENTER di lantai 5 *foodcourt* maka secara otomatis pengunjung bertambah di *foodcourt* dan membuat banyak omset bertambah.
- e. Peluang yang ada juga disaat menjelang hari raya idul fitri, natal ataupun menjelang tahun baru semakin banyak pengunjung IT CENTER yang datang.
- f. Banyaknya special promo yang di adakan oleh *management* IT CENTER membuat peluang mendapatkan pelanggan yang banyak.

### 4. *Threats* (ancaman)

Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh Rumah makan Pondok Selera 88.

Faktor faktor tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing lain. Karena banyaknya counter di sebelah rumah makan ini yang memiliki variant menu juga.
- b. Ancaman naiknya inflasi.  
Mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih berhemat memasak dirumah daripada membeli di rumah makan. Dan jika ada ancaman inflasi pasti harus ada kenaikan harga di rumah makan ini secara bertahap.
- c. Inovasi rumah makan dari pesaing lebih cepat.
- d. Banyaknya rumah makan baru dengan harga terjangkau.
- e. Tingkat persaingan yang ketat  
Dengan semakin ketatnya persaingan antar rumah makan memberikan dampak kepada produk yang ditawarkan semakin bervariasi terhadap produk yang ditawarkan.
- f. Adanya kenaikan BBM  
Hal ini membuat terjadi terjadinya kenaikan harga transport yang menurunkan niat beli masyarakat.
- g. Adanya perubahan selera konsumen

Perubahan selera masyarakat dalam mengkomsumsi suatu produk atau menyurutkan minat konsumen terhadap produk yang biasa di konsumsi. Sehingga hal ini berpengaruh cukup signifikan bagi volume penjualan. adanya perubahan pola dan gaya hidup masyarakat dengan semakin banyaknya variant menu makanan yang banyak.

h. Persaingan yang kurang sehat.

Persaingan yang kurang sehat sangat menghambat perkembangan usaha. dalam makanan banyak sekali pasti isu isu yang akan berkembang untuk mempengaruhi opini public terhadap rumah makan tersebut sehingga citra rumah makan tersebut menjadi kurang baik.

Dari faktor faktor strengths, weakness, opportunities dan threats akan menciptakan strategi baru dan mengetahui apakah analisis swot yang di terapkan di Rumah makan PONDOK SELERA 88 sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

*Strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki Rumah makan Pondok Selera 88 menciptakan strategi SO (*strengths opportunities*) yang dikenal juga dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*).

*Strengths*(kekuatan) dan *threats* (ancaman) yang dimiliki Rumah makan Pondok Selera 88 menciptakan strategi ST (*strengths threats*) yang merupakan strategi diversifikasi (produk/pasar).

*Weakness* (kelemahan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki oleh Rumah makan Pondok Selera 88 menciptakan strategi WO (*weakness opportunities*) yang dikenal dengan strategi *turn – around*.

*Weakness*(kelemahan) dan *threats* (ancaman) merupakan strategi WT (*weakness threats*) merupakan strategi defensive (bertahan).

### Strategi Rumah makan Pondok Selera 88

#### 1. Strategi SO (*Strengths Opportunities*)

Rumah makan Pondok Selera 88

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan SDM yang kurang diberikan training terhadap cara melayani konsumen

dengan baik harus ditingkatkan keramahtamahan yang ada. Supaya semakin banyak konsumen yang merasa nyaman akan pelayanan yang ada di rumah makan ini. Dan harus siap menerima akan setiap kritik dan saran dari setiap konsumen. Agar supaya rumah makan tetap bertahan dengan kualitas yang semakin baik.

b. Menu makanan yang bervariasi.

Menu makanan yang di sediakan yang merupakan bahan baku ayam dengan variasi menu dapat menghindari rasa bosan dari menu yang ada.

#### 2. Strategi ST (*strengths threats*) Rumah makan Pondok Selera 88

a. Harga yang bersaing

Harga yang bersaing bukan berarti memberikan harga di bawah harga pasar, karena dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat selain itu dapat menurunkan citra rumah makan. Yang dimaksud dengan harga bersaing adalah memberikan harga tertentu pada jenis makanan yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan .

b. Lebih mengutamakan kualitas pelayanan.

Nilai jual dari Rumah makan Pondok Selera 88 ini bukan hanya dari segi kualitas masakan tapi bagaimana pihak rumah makan ini melayani pelanggan dengan baik. Agar supaya dapat menjadi daya tarik tersendiri.

#### 3. Strategi WO (*Weakness Opportunities*)

a. Meningkatkan promosi

Untuk lebih mengenalkan Rumah makan Pondok Selera 88 kepada masyarakat luas, pihak rumah makan melakukan promosi-promosi, baik itu melalui kupon, maupun promosi di media cetak atau koran. Juga bisa melalui komunitas-komunitas anak muda yang sering ada di *foodcourt* lantai 5. Ataupun organisasi masyarakat yang ada.

b. Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman

Pihak rumah makan mampu menjalin hubungan yang harmonis dengan karyawan dan berusaha untuk tidak menonjolkan perbedaan antara atasan

dan bawahan yang biasanya terwujud berupa pemaksaan dan penekanan, tapi mengubahnya menjadi bentuk hubungan partner atau rekan kerja sehingga menimbulkan kenyamanan dalam hubungan kerja.

4. Strategi WT (*weakness threats*) pada Rumah makan Pondok Selera 88
  - a. Mengembangkan dan meningkatkan kemampuan SDM  
Memberikan pelatihan khusus pada karyawan dengan cara mengadakan *briefing* sebelum melakukan aktifitas kerja.
  - b. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan  
Aset terpenting dalam suatu bisnis baik kecil maupun besar adalah pelanggan. Oleh karena itu, setiap bisnis memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya.
  - c. Menyediakan menu dengan rasa yang khas  
Menu yang ditawarkan di Rumah makan Pondok Selera 88 pada umumnya sama dengan yang ada di rumah makan lain. Namun pastinya rumah makan ini memiliki ciri khas yang berbeda. Yaitu di kenikmatan rasa sambal terasinya. Hal ini membuat daya tarik tersendiri bagi pelanggan
  - d. Mempelajari dunia usaha lebih mendalam  
Untuk kelangsungan dan kemajuan Rumah makan Pondok Selera 88 maka rumah makan ini lebih mempelajari dunia usaha. Mempelajari strategi pemasaran yang baik .bahkan juga mempelajari rumah maka ternama lainnya.
  - e. Mengikuti *event* makanan atau ikut turut serta  
Didalam setiap kota pasti akan ada *event* yang ada dilakukan oleh pemerintah atau swasta dalam meramaikan acara-acara seperti Hut kota dan sebagainya. Sebaiknya ini dijadikan peluang supaya bisa memperkenalkan lagi Rumah makan Pondok Selera 88 keseluruh masyarakat Kota Manado khususnya.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Banyaknya jumlah rumah makan yang ada membuat tingginya angka persaingan diantara usaha sejenis. Besarnya persaingan itu membuat pihak Rumah makan Pondok Selera 88 perlu menerapkan cara pemasaran yang tepat. Melalui SWOT (*strengths, weakness, opportunities dan threats*) Rumah makan Pondok Selera 88 memiliki peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Rumah makan Pondok Selera 88 memiliki lokasi yang cukup baik yaitu di *foodcourt* IT CENTER Manado dimana sudah terciptanya pasar. Sebab banyak pengunjung yang datang berbelanja di IT CENTER dan menyempatkan diri untuk makan ke lantai 5 di *foodcourt*
2. Kelemahan yang dimiliki Rumah makan Pondok Selera 88 ini adalah belum dikenal oleh seluruh masyarakat Kota Manado. Karena hanya berupa counter makanan yang ada di *foodcourt* dan mungkin hanya orang yang datang ke IT CENTER yang mengenal rumah makan ini.
3. Terletak di tengah kawasan BOB (*Boulevard On Business*) dan berada di dalam pusat perbelanjaan bisa menjadi peluang bagi rumah makan ini apa bila ada pada bulan bulan mendekati hari raya untuk menambah besar omset
4. Strategi yang di terapkan belum secara maksimal karena masih banyaknya kekurangan yang perlu dibenahi. seperti pada SDM yang kurangnya pelatihan secara mendalam.
5. Pada matriks SWOT terdapat beberapa alternative strategi-strategi yang dapat digunakan untuk di jadikan pertimbangan bagi rumah makan ini jika ingin membuka cabang. Seperti pada strategi SO dan ST.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas ada beberapa saran yang bisa diberikan penulis adalah :

1. Dengan menggunakan strategi diferensiasi, misalnya rumah makan harus membuat produk dengan komponen

terbaik, unik dan enak. Memeriksa kebersihan produk dengan tepat, dan mengkomunikasikan produknya secara efektif kepada pelanggan.

2. Melakukan ekspansi pasar, dengan membuka cabang di daerah-daerah yang potensial. Hal ini bertujuan untuk memperluas daerah pemasaran yang akan meningkatkan omset penjualan.
3. Pengelola harus meningkatkan kualitas dan pelayanan agar pelanggan merasa nyaman.
4. Lokasi usaha bisnis yang berada di kawasan BOB (boulevard on business) seharusnya menjadikan rumah makan ini lebih lagi meningkatkan fasilitas dan kekuatan dari rumah makan ini.
5. Dengan melihat strategi SO dan ST maka rumah makan dapat membuka cabang ditempat lain dengan melihat ruang lingkup dari cabang yang akan didirikan .

#### DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R., 2006. **Manajemen Strategis, Edisi Sepuluh**, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Eko Putra. 2003. *Studi Mengenai Orientasi Strategi dan Kinerja Pemasaran*. Jurnal JSPI: Vol II (1) Mei, h.93-110.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Freddy Rangkuti. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Ferrel, O.C and D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Guiltingan, Joseph.P. 1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Gusnur. 2008. *Tantangan Pemasaran Abad 21*. <http://gusnur69.wordpress.com>.
- Hurryanti, Ratih. *Bauran pemasaran dan loyalitas Konsumen*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jilid Satu*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Thirteenth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Philip Keller. 2006. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kuncoro. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Kasus Bisnis*, penerbit PT. Gramedia pustaka utama, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2004, *Analisis SWOT Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soeratno dan Lincoln Arsyad. 2008. *Metode Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Zimmer, Thomas W, dan Scarborough, Norma M. 2002, *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Prehalindo, Jakarta.
- Sumber lain :
- [Google.petra.ac.id/jiunkpe-ns-s1/com](http://google.petra.ac.id/jiunkpe-ns-s1/com)
- <http://4rd1.wordpress.com/?s=memahami+pemahaman+pemasaran&submit>. Diakses 5 Juni 2010.
- [www.SeputarSemarang.com](http://www.SeputarSemarang.com). Diakses 9 November 2010.
- [www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com) Diakses 29 Juli 2010
- [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id). Diakses 29 Juli 2010.