BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Dalam menikmati makanan itu setiap orang mempunyai cara yang berbeda untuk memenuhinya. Cara tersebut bisa dengan memilih rumah makan yang mahal dengan pelayanan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di rumah makan yang mewah itu.

Disamping itu, ada pula yang lebih cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan daripada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan biasa namun menghidangkan menu yang lezat sesuai dengan selera mereka. Dan juga disesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka.

Perkembangan rumah makan di era globaliasasi ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis restoran semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Dalam meningkatkan persaingan masing-masing rumah makan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik yang berbeda dengan restoran lainnya dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah, serta dengan pelayanan yang memuaskan untuk meningkatkan minat pembelian.

Faktor yang menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam memilih restoran dan rumah makan tersebut adalah produk, harga, promosi, people atau orang, proses, physical evidence atau bukti fisik bangunan, tempat atau lokasi yang strategis . Produk mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan, harga merupakan suatu hal penting, melakukan hal ini harus dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawah pengendalian penjual/produsen yang dapat mengkonsumsikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh produsen/penjual, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian. People atau orang merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi karyawan yang berpenampilan yang baik, kebutuhan konsumen terhadap karyawan yang berkinerja tinggi akan

menyebabkan konsumen puas dan loyal. Proses adalah mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen, Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (quality assurance), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja. physical evidence atau bukti fisik bangunan merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalai perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk lightning system, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi mood pengunjung. Sedangkan lokasi adalah letak usaha atau penjualan barang yang ditentukan oleh perusahaan atau rumah makan sehingga dapat dijngkau oleh konsumen. Lokasi yang strategis diartikan sebagai letak yang dapat dijangkau oleh konsumen dan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhnnya.

Rumah Makan khas sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur memang bukanlah rumah makan yang besar dan mewah, namun rumah makan ini menawarkan menu khas sunda dengan rasa spesial yang menjadi produk unggulannya. Pelanggan yang datang kebanyakan adalah orang yang sudah mengetahui keberadaan Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur dan sering makan di rumah makan tersebut.

Selain itu rumah makan tersebut harus dapat merealisasikan kebutuhan dan keinginan konsmen, yang nantinya dapat menjadi suatu permintaan yang efektif,

sehingga akan mendatangkan profit atau keuntungan bagi rumah makan tersebut, untuk dapat memenangkan persaingan di dalam bisnis rumah makan, tentu saja diperlukan berbagai macam strategi.

Namun dewasa ini Rumah Makan khas sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur mempunyai permasalahan dalam mengembangkan usaha bisnisnya, Pada survey awal yang dilakukan penulis dengan metode wawancara dengan manajer sekaligus pemilik rumah makan Ipan Sopandi S.Pd ,(tanggal 25 Desember 2011) diperoleh informasi Banyak konsumen yang merasa Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur masih kurang dalam pelayanan yang diberikan dan kurang cepat dalam penyajian, serta tingkat disiplin yang kurang baik karena para karyawan memliki kekerabatan dengan pemilik Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin dan juga dalam pelayanan yang kurang bersih. Serta semakin banyaknya pesaing yang lebih maju dan modern dibandingkan Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin, serta semakin meningkatnya harga bahan pokok tetapi dalam hal ini Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin tidak bisa menaikan harga menu karena akn mengakibatkan konsumen enggan berkunjung karena hal tersebut. Oleh karena itu diperlukan analisis lingkungan baik internal maupun eksternal. Dari hasil analisis ini diharapkan akan ditemukan strategi-strategi dalam mengembangkan usahanya, yang pada akhirnya Ruah makan Pak H. Ihin dapat bersaing dengan usaha bisnis sejenis.

Strategi yang tepat sebaiknya dibutuhkan analisis internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan analisis eksternal yang meliputi peluang dan ancamanatau disebut dengan analisis SWOT. Analisis internal dilakukan dengan

tujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan rumah makan Pak H.Ihin. Sedangkan analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi Rumah Makan Pak H.Ihin.

Faktor internal adalah faktor-faktor yang diyakini oleh tiap individu bahwa mereka dapat mengendalikan tujuan mereka karena memiliki kekuatan dalam diri mereka hal ini berkaitan dengan kegiatan pengolahan bahan yang menjadi menu khas pada rumah makan yang harus dilakukan, sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu dan diyakini bahwa yang terjadi dalam diri mereka dikendalikan oleh kekuatan luar, hal ini ditujukan kepada faktor-faktor yang disediakan oleh manajemen rumah makan dalam upaya pencapaian kinerja individu yang optimal.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti faktor internal dan faktor eksternal yang dituangkan dalam judul skripsi :

"Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Melalui Pendekatan SWOT Dalam Upaya Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Di Rumah Makan Khas Sunda Pak H.Ihin jl.Raya Puncak KM 92 Cipanas Cianjur ".

1.2. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga tidak atau menetapkan penelitiannya berdasarkan variabel penelitian.

Fokus dalam penelitian ini adalah kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang terdiri dari aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek produksi, aspek pesaing, aspek kebijakan yang ada pada Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur

1.2.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana kondisi faktor internal Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur
3. Bagaimana kondisi faktor internal dan eksternal Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur
4. Bagaimana strategi pengembangan bisnis di Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai sumber informasi untuk diolah dan dianalisis, sehingga di dapat strategi pengembangan bisnis Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari peneliti ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kondisi faktor internal pada Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur
2. Untuk mengetahui kondisi faktor eksternal pada Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur
3. Untuk mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal pada Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur
4. Untuk menentukan strategi bisnis dalam peningkatan usaha pada Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian itu nantinya diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berhubungan dengan topik yang penulis angkat, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk menghasilkan data yang lebih sempurna lagi. Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

a. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

   Diharapkan dapat menyumbangkan gagasan pemikiran kepada perusahaan dalam penentuan strategi dalam upaya pengembangan

bisnis Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur

2. Bagi pihak terkait

   Diharapkan dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan lainnya yang mungkin digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya tentang analisis SWOT.

3. Bagi peneliti lain

   Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan perbandingan untuk peneliti lainnya.

b. Kegunaan Akademik

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada terutama mengenai faktor internal dan eksternal dalam upaya pengembangan bisnis dan untuk melihat sejauhmana terdapat kesesuaian antara teori yang ada dan kenyataan yang sesungguhnya.

1. Bagi penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan penulis dalam membandingkan teori dan terciptanya faktor internal dan eksternal dalam upaya pengembangan bisnis.

2. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai faktor internal dan eksternal dalam upaya pengembangan bisnis.

3. Pengembangan ilmu manajemen

   Penelitian ini dapat memberikan sumber pemikiran guna mengambil keputusan mengenai faktor internal dan eksternal dalam upaya pengembangan bisnis.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dimana penulis memperoleh serta mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan yaitu Rumah makan khas sunda pak H.Ihin jl.Raya puncak KM 92 Cipanas Cianjur

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Jadwal / Kegiatan	september				oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Pencarian Data																				
3	Pengolahan Data																				
4	Penulisan laporan																				
5	Sidang UP																				
6	Revisi																				
7	Melanjutan Penulisan Laporan																				
8	Sidang Akhir																				