

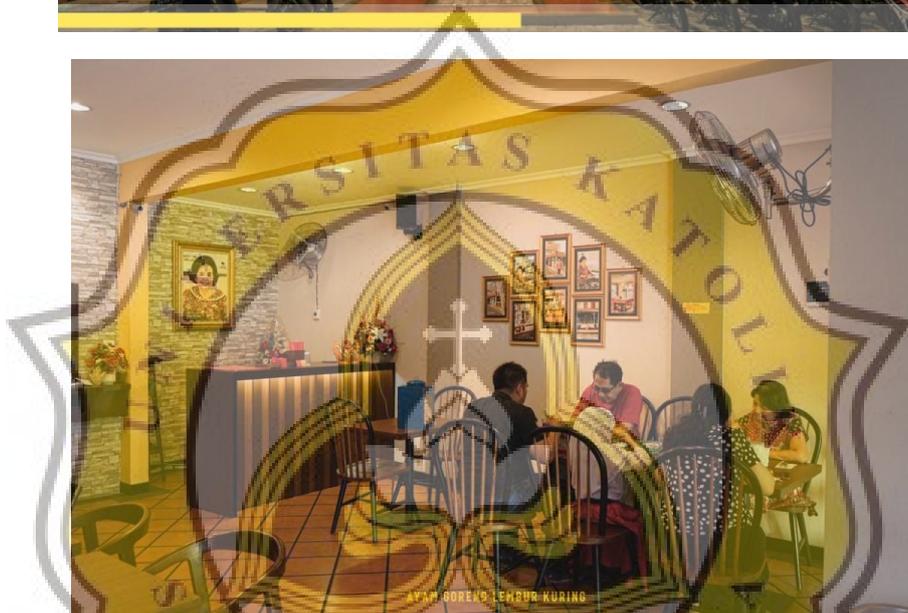
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih

Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring merupakan ayam goreng legendaris yang telah menjual ayam goreng sejak tahun 1975 dengan bertempat pada Jalan Gajah Mada No 178 yang didirikan oleh Ibu Sari Ratnawati. Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring menjual ayam goreng, sop buntut, soto betawi, sayur asem, rempele/ati, paru dan berbagai masakan khas lainnya.

Dari cikal bakal Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring tersebut melahirkan berbagai rumah makan ayam goreng lainnya yang merupakan anak dari pemilik Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring seperti Ibu Rita Yulistina misalnya Waroeng Mbok De dan Bapak Budi Santoso pemilik Ayam Goreng Kampung Kali. Saat ini Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring telah turun pada generasi ketiga (cucu pemilik, anak dari Ibu Rita Yulistina) bernama Laksamana Yohannes yang berinisiatif untuk mendirikan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring yang berlokasi di Jalan Pamularsih Raya No 30 pada 29 September 2019. Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih beralamat di Jalan Pamularsih Raya No 30 di seberang STIE Dharmaputra. Saat ini Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki 12 orang karyawan.



Gambar 4.1
Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih

4.2 Identitas Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik dan 3 orang karyawan yaitu 1 orang karyawan head kitchen, 1 orang karyawan head bar dan 1 orang manajer yang akan melakukan pengisian dalam variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan juga pelanggan restoran.

Tabel 4.1
Sampel Penelitian

No	Nama	Keterangan	Jenis Kelamin	Usia	Lama Kerja (tahun)	Pendidikan Terakhir
1	Laksamana Yohannes	Pemilik	Pria	24	1 tahun	SMA
2	Udin	Head Kitchen	Pria	35	12 tahun	SMK
3	Yudha	Head Bar	Wanita	28	10 tahun	SMK
4	Agustin	Manajer	Wanita	33	1 tahun	S1

Sumber : Data sekunder, 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa karyawan bagian administrasi berjenis kelamin wanita sedangkan karyawan bagian mekanik berjenis kelamin laki-laki. Responden terdiri dari 1 orang pemilik, dan 3 orang karyawan bagian administrasi dan mekanik Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Selain dari pemilik dan karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih, responden penelitian ini juga terdiri dari 10 orang pelanggan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih yang akan dijelaskan terpisah sebagai berikut.

Selain responden yang berasal dari pemilik dan karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih, dilakukan juga penyebaran kuesioner kepada 10 orang pelanggan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring

Pamularsih. Berdasarkan usianya, pelanggan dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

Tabel 4.2
Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	>20-30 tahun	2	20
2	>30-40 tahun	4	40
3	>40-50 tahun	2	20
4	>50 tahun	2	20
Jumlah		10	100

Sumber : data primer diolah, 2020

Berdasarkan dari usia pelanggan, didapatkan hasil bahwa pelanggan sebagian besar berusia antara >30-40 tahun (40%), sedangkan masing-masing 20% ada pada kategori usia pelanggan >20-30 tahun, >40-50 tahun dan >50 tahun.

Tabel 4.3
Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	6	60
2	Perempuan	4	40
Jumlah		10	100

Sumber : data primer diolah, 2020

Berdasarkan dari jenis kelamin pelanggan, didapatkan hasil bahwa pelanggan sebagian besar berjenis kelamin laki-laki (60%), sedangkan 40% sisanya berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan frekuensi pembelian, maka gambaran umum responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Dua Bulan Terakhir

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	3 kali	2	20
2	4 kali	5	50
3	5 kali	2	20
4	6 kali	1	10
Jumlah		10	100%

Sumber : data primer diolah, 2020

Berdasarkan frekuensi pembelian dalam dua bulan terakhir, didapatkan hasil bahwa pelanggan sebagian besar telah melakukan pembelian sebanyak 4 kali dalam 2 bulan terakhir (50%). Namun ada juga pelanggan yang melakukan pembelian hingga 6 kali dalam dua bulan terakhir (10%).

Berdasarkan pekerjaan, maka gambaran umum responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Karyawan swasta	5	50
2	PNS	3	30
3	Wiraswasta	2	20
Jumlah		10	100%

Sumber : data primer diolah, 2020

Berdasarkan bidang pekerjaan pelanggan, didapatkan hasil bahwa pelanggan sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 50% kemudian PNS sebanyak 30% dan wiraswasta sebanyak 20%.

4.3 Variabel SWOT

Berdasarkan hasil prasurvey kepada pemilik Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih Semarang, didapatkan faktor internal yang mempengaruhi arah dan tindakan yang berasal dari internal perusahaan serta faktor eksternal perusahaan terdiri dari semua keadaan dan kekuatan yang mempengaruhi pilihan (opsi) strateginya dan menentukan situasi pesaingnya. Analisis faktor internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan. Sedangkan analisis faktor eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan di masa yang akan datang.

Tabel 4.6
Variabel SWOT Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih

No	Variabel	Keterangan
1	Kekuatan	Konsep modern
		Lokasi strategis, parkir lebih luas, kapasitas tempat makan luas
		Harga makanan terjangkau
		Kualitas rasa makanan yang selalu diperhatikan
		Kebersihan dan higienitas terjaga
		Proses menggoreng yang bersih dan tidak menggunakan minyak sisa
2	Kelemahan	Sistem administrasi karena masih awal, masih belum terkomputerisasi
		Karyawan masih baru
		Banyak pelanggan belum tahu bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka di Pamularsih
		Belum ada SOP untuk masing-masing posisi jabatan
3	Peluang	Daerah Pamularsih merupakan jalur utama, dekat dengan Sam Poo Kong, airport, dekat kampus STIE Dharmaputra
		Ayam goreng potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum
		Kesadaran kesehatan untuk tidak mengonsumsi ayam junk food

No	Variabel	Keterangan
4	Ancaman	Banyak pesaing di sekitar jalan Pamularsih
		Ada karyawan yang keluar dan membuka warung ayam goreng dengan menggunakan cara masak Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih
		Banyak cafe baru yang buka di Semarang

Sumber : Data primer, 2020

4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih

Penyebaran kuesioner dilakukan kepada pelanggan untuk mengetahui tanggapan mengenai pelanggan terhadap Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Pelanggan terhadap Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih

No	Keterangan	Kekuatan								Total Skor	Rata-rata	Kategori Persepsi
		1 (STS)		2 (TS)		3 (S)		4 (SS)				
		F	S	F	S	F	S	F	S			
1	Saya merasa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern yang sesuai dengan generasi milenial	0	0	0	0	8	24	2	8	32,00	3,20	Setuju
2	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki tempat parkir luas dan kapasitas tempat makan relatif luas	0	0	0	0	6	18	4	16	34,00	3,40	Setuju
3	Harga makanan yang dijual oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih terjangkau	0	0	0	0	3	9	7	28	37,00	3,70	Setuju
4	Kualitas rasa makanan di Ayam Goreng Lembur	0	0	0	0	3	9	7	28	37,00	3,70	Setuju

No	Keterangan	1 (STS)		2 (TS)		3 (S)		4 (SS)		Total Skor	Rata-rata	Kategori Persepsi
		F	S	F	S	F	S	F	S			
	Kuring Pamularsih selalu sama dan konsisten											
5	Saya menyadari bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu menjaga kebersihan dan higienitasnya	0	0	0	0	3	9	7	28	37,00	3,70	Setuju
6	Saya merasa bahwa proses menggoreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih bersih, terasa dari hasil masakannya	0	0	0	0	6	18	4	16	34,00	3,40	Setuju
Kelemahan												
7	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih terkadang masih salah saat penagihan makanan	3	3	1	2	3	9	3	12	26,00	2,60	Setuju
8	Karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih banyak yang masih baru dan salah melakukan pelayanan	4	4	2	4	3	9	1	4	21,00	2,10	Setuju
9	Saya baru tahu jika Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka cabang di Pamularsih	1	1	2	4	4	12	3	12	29,00	2,90	Setuju

Berdasarkan tanggapan pelanggan atas Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih maka didapatkan hasil bahwa pelanggan merasa bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern yang sesuai dengan generasi milenial. Dengan adanya konsep yang modern ini dimana interior yang dibuat minimalis, ruangan yang luas, ada *wifi*,

dan ada *spot* foto. Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih juga menyediakan kopi sehingga suasana dibuat lebih nyaman untuk menjangkau generasi milenial.

Pelanggan merasa bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki tempat parkir luas dan kapasitas tempat makan relatif luas. Adanya parkir yang luas memudahkan pelanggan untuk memarkirkan kendaraannya, serta memiliki kapasitas yang cukup luas untuk memuat pengunjung sehingga pelanggan tidak perlu mengantri untuk makan. Harga makanan yang dijual oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih juga dirasakan terjangkau dan tidak memberatkan bagi konsumen.

Kualitas rasa makanan di Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu sama dan konsisten karena Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep yang khas dan turun temurun yang selalu dijaga dan tidak dirubah. Pelanggan menyadari bahwa mengonsumsi ayam goreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih lebih sehat dibandingkan dengan mengonsumsi ayam goreng cepat saji sebab proses menggoreng lebih bersih, kualitas ayam juga lebih terjaga dan karyawan yang diwajibkan untuk menggunakan alat pelindung penutup mulut dan tangan.

Pelanggan merasa bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih terkadang masih salah saat penagihan makanan dan juga pelanggan merasa bahwa karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih banyak yang masih baru dan salah melakukan pelayanan. Hal ini dikarenakan banyaknya karyawan yang masih baru dalam Rumah Makan Ayam

Goreng Lembur Kuring Pamularsih yang membuat karyawan belum terbiasa dengan pekerjaan di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih.

Sebagian besar pelanggan baru tahu jika Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka cabang di Pamularsih sebab kurangnya promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Pelanggan juga merasa dengan adanya banyak pilihan ayam goreng lain di Kota Semarang membuat pelanggan jarang mengonsumsi ayam goreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih.

4.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE)

Matriks IFE terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan yang merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Evaluasi faktor internal ini dilakukan dengan cara memberikan bobot dan rating untuk setiap indikator kekuatan maupun kelemahan. Bobot maupun rating ditentukan oleh rata-rata pemilik dan karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih karena pemilik dan karyawan dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Untuk bobot diberikan dengan nilai 1-10 untuk setiap indikator. Pemilik dan karyawan mengisi jawaban antara 1-10 untuk bobot dari masing-masing komponen kekuatan dan kelemahan. Kemudian akan dibuat nilai desimal untuk membuat nilai bobot ini menjadi proporsional yang ketika dijumlah berjumlah 1,00.

Tabel 4.8
Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE)

No	Faktor Internal	Bobot Pemilik	Bobot Head Kitchen	Bobot Head Bar	Bobot Manajer	Rata-Rata
Kekuatan						
1	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern	0,12	0,11	0,12	0,12	0,12
2	Lokasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki tempat parkir luas dan kapasitas tempat makan relatif luas	0,08	0,11	0,12	0,11	0,10
3	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki harga makanan terjangkau	0,12	0,09	0,08	0,11	0,10
4	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep ayam goreng turun temurun dengan kualitas yang terjaga dan teruji	0,13	0,09	0,11	0,09	0,11
5	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu menjaga kebersihan dan higienitas	0,12	0,13	0,07	0,11	0,11
6	Proses menggoreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih bersih	0,08	0,09	0,11	0,08	0,09
Kelemahan						
1	Sistem administrasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih masih baru	0,08	0,10	0,11	0,09	0,10
2	Banyak karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih merupakan karyawan baru.	0,09	0,10	0,11	0,09	0,10
3	Banyak pelanggan belum tahu bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka di Pamularsih	0,08	0,09	0,11	0,08	0,09
4	Saat ini di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih belum ada SOP yang tertulis untuk masing-masing posisi jabatan	0,11	0,09	0,07	0,11	0,09
Total		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern dengan skor 0,12 dan disusul oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep ayam goreng turun temurun dengan kualitas yang terjaga dan teruji dan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu menjaga kebersihan dan higienitas dengan bobot 0,11. Sedangkan critical success factor yang memiliki nilai terendah adalah proses menggoreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih bersih, banyak pelanggan belum tahu bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka di Pamularsih dan saat ini di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih belum ada SOP yang tertulis untuk masing-masing posisi jabatan untuk instansi dengan nilai 0,09.

Rating diberikan dengan cara membandingkan kekuatan perusahaan dengan industri atau pesaingnya menggunakan skala 1-4.

Tabel 4.9
Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE)

No	Faktor Internal	Rating Pemilik	Rating Head Kitchen	Rating Head Bar	Rating Manajer	Modus
Kekuatan						
1	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern	3	3	3	3	3,00
2	Lokasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki tempat parkir luas dan kapasitas	4	3	3	3	3,00

No	Faktor Internal	Rating Pemilik	Rating Head Kitchen	Rating Head Bar	Rating Manajer	Modus
	tempat makan relatif luas					
3	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki harga makanan terjangkau	3	4	4	4	4,00
4	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep ayam goreng turun temurun dengan kualitas yang terjaga dan teruji	4	4	3	4	4,00
5	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu menjaga kebersihan dan higienitas	4	3	3	3	3,00
6	Proses menggoreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih bersih	4	4	3	4	4,00
Kelemahan						
1	Sistem administrasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih masih baru	4	3	3	3	3,00
2	Banyak karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih merupakan karyawan baru.	3	4	4	4	4,00
3	Banyak pelanggan belum tahu bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka di Pamularsih	4	3	4	4	4,00
4	Saat ini di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring	4	3	4	4	4,00

No	Faktor Internal	Rating Pemilik	Rating Head Kitchen	Rating Head Bar	Rating Manajer	Modus
	Pamularsih belum ada SOP yang tertulis untuk masing-masing posisi jabatan					

Sumber : Data primer, 2020

Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi. Hasil perhitungan rata-rata jawaban dari responden terhadap kekuatan maupun kelemahan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki prioritas yang sama dalam kekuatan maupun kelemahannya. Perhitungan matriks IFE secara gabungan dapat dilihat dalam tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4.10
Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE)

No	Faktor Internal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern	0,12	3,00	0,35
2	Lokasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki tempat parkir luas dan kapasitas tempat makan relatif luas	0,10	3,00	0,31
3	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki harga makanan terjangkau	0,10	4,00	0,39
4	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep ayam goreng turun temurun dengan kualitas yang terjaga dan teruji	0,11	4,00	0,44
5	Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu menjaga kebersihan dan	0,11	3,00	0,32

No	Faktor Internal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
	higienitas			
6	Proses menggoreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih bersih	0,09	4,00	0,37
Kelemahan				
1	Sistem administrasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih masih baru	0,10	3,00	0,29
2	Banyak karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih merupakan karyawan baru.	0,10	4,00	0,40
3	Banyak pelanggan belum tahu bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka di Pamularsih	0,09	4,00	0,37
4	Saat ini di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih belum ada SOP yang tertulis untuk masing-masing posisi jabatan	0,09	4,00	0,35
Total IFE				3,58

Sumber : Data primer, 2020

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 3,58 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya.

Hasil dari matriks IFE di atas menunjukkan bahwa skor pada kekuatan yang menunjukkan indikator kekuatan yang terkuat adalah Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep ayam goreng turun temurun dengan kualitas yang terjaga dan teruji. Hal ini karena responden merasa bahwa pelanggan mau untuk datang ke Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih sebab merasa bahwa ayam goreng yang dikonsumsi enak dan sesuai dengan selera dari pelanggan.

Indikator kelemahan yang paling tinggi adalah banyak karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih merupakan karyawan baru. Sebagian besar karyawan masih karyawan baru sehingga harus dilatih terlebih dahulu, selain itu karena pegawai baru, pekerjaan masih dilakukan kurang cepat, karyawan juga masih sering salah melayani pelanggan sebab belum terbiasa dengan pekerjaannya.

4.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

Matriks EFE terdiri dari peluang dan ancaman perusahaan yang merupakan bagian dari faktor eksternal perusahaan. Evaluasi faktor eksternal ini dilakukan dengan cara memberikan bobot dan rating untuk setiap indikator peluang dan ancaman. Bobot maupun rating ditentukan oleh rata-rata pemilik dan karyawan Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih karena pemilik dan karyawan dipandang yang paling mengetahui kondisi perusahaan. Untuk bobot diberikan dengan nilai 1-10 untuk setiap indikator. Pemilik dan karyawan mengisi jawaban antara 1-10 untuk bobot dari masing-masing komponen peluang dan ancaman. Kemudian akan dibuat nilai desimal untuk membuat nilai bobot ini menjadi proporsional yang ketika dijumlah berjumlah 1,00.

Tabel 4.11
Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

No	Faktor Eksternal	Bobot Pemilik	Bobot Head Kitchen	Bobot Head Bar	Bobot Manajer	Rata-Rata
Peluang						
1	Daerah Pamularsih merupakan jalur utama, dekat dengan Sam Poo Kong, airport, dekat kampus STIE Dharmaputra	0,14	0,12	0,14	0,16	0,13
2	Ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum	0,19	0,20	0,19	0,19	0,19
3	Saat ini isu kesehatan menjadi fenomena dan masyarakat saat ini lebih aware dengan masalah kesehatan sehingga untuk mengkonsumsi ayam goreng, lebih mengutamakan ayam goreng yang bukan junk food namun digoreng secara natural	0,19	0,17	0,19	0,19	0,18
Ancaman						
1	Adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri seperti Ayam Goreng Wong Solo, McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah Pamularsih	0,17	0,15	0,21	0,16	0,17
2	Ada karyawan yang keluar dan membuka warung ayam goreng dengan menggunakan cara masak Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih	0,12	0,15	0,12	0,12	0,13
3	Saat ini banyak cafe baru yang bermunculan di kota Semarang yang instagramable, dan viral di kalangan anak muda	0,19	0,22	0,16	0,19	0,19
Total		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Sumber : Data primer, 2020

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa critical success factor yang dianggap terpenting oleh rata-rata responden adalah ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum dan saat ini banyak cafe baru yang bermunculan di kota Semarang yang

instagramable, dan viral di kalangan anak muda yang memperbaiki diri dengan bobot 0,19.

Pemberian rating untuk matriks EFE dilakukan dengan memberikan nilai bagi respon yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal menghadapi ancaman maupun meraih peluang. Rating diberikan dengan skala 1-4. Modus didapatkan dari jumlah yang sama dengan jumlah terbanyak, sedangkan jika didapatkan nilai yang sama maka dipilih nilai yang tinggi.

Tabel 4.12
Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

No	Faktor Eksternal	Rating Pemilik	Rating Head Kitchen	Rating Head Bar	Rating Manajer	Modus
Peluang						
1	Daerah Pamularsih merupakan jalur utama, dekat dengan Sam Poo Kong, airport, dekat kampus STIE Dharmaputra	2	2	4	3	2,00
2	Ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum	4	3	3	3	3,00
3	Saat ini isu kesehatan menjadi fenomena dan masyarakat saat ini lebih aware dengan masalah kesehatan sehingga untuk mengkonsumsi ayam goreng, lebih mengutamakan ayam goreng yang bukan junk food namun digoreng secara natural	3	3	2	4	3,00
Ancaman						
1	Adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri	3	4	3	2	3,00

No	Faktor Eksternal	Rating Pemilik	Rating Head Kitchen	Rating Head Bar	Rating Manajer	Modus
	seperti Ayam Goreng Wong Solo, McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah Pamularsih					
2	Ada karyawan yang keluar dan membuka warung ayam goreng dengan menggunakan cara masak Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih	1	3	1	2	1,00
3	Saat ini banyak cafe baru yang bermunculan di kota Semarang yang instagramable, dan viral di kalangan anak muda	2	2	2	3	2,00

Sumber : Data primer, 2020

Hasil pada perhitungan matriks EFE menunjukkan bahwa hasil jawaban responden memiliki kesamaan dengan setuju akan prioritas dan kondisi dari peluang serta ancaman yang dimiliki oleh Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih saat ini. Rating dengan nilai terbesar adalah pada peluang ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum serta saat ini isu kesehatan menjadi fenomena dan masyarakat saat ini lebih aware dengan masalah kesehatan sehingga untuk mengkonsumsi ayam goreng, lebih mengutamakan ayam goreng yang bukan junk food namun digoreng secara natural dan pada ancaman adalah adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri seperti Ayam Goreng Wong Solo,

McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah Pamularsih.

Perhitungan matriks EFE dapat dilihat dalam tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4.13
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE)

No	Faktor Eksternal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Daerah Pamularsih merupakan jalur utama, dekat dengan Sam Poo Kong, airport, dekat kampus STIE Dharmaputra	0,13	2,00	0,27
2	Ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum	0,19	3,00	0,57
3	Saat ini isu kesehatan menjadi fenomena dan masyarakat saat ini lebih aware dengan masalah kesehatan sehingga untuk mengkonsumsi ayam goreng, lebih mengutamakan ayam goreng yang bukan junk food namun digoreng secara natural	0,18	3,00	0,55
Ancaman				
1	Adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri seperti Ayam Goreng Wong Solo, McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah Pamularsih	0,17	3,00	0,52
2	Ada karyawan yang keluar dan membuka warung ayam goreng dengan menggunakan cara masak Rumah Makan Ayam Goreng	0,13	1,00	0,13

No	Faktor Eksternal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
	Lembur Kuring Pamularsih			
3	Saat ini banyak cafe baru yang bermunculan di kota Semarang yang instagramable, dan viral di kalangan anak muda	0,19	2,00	0,38
Total EFE				2,42

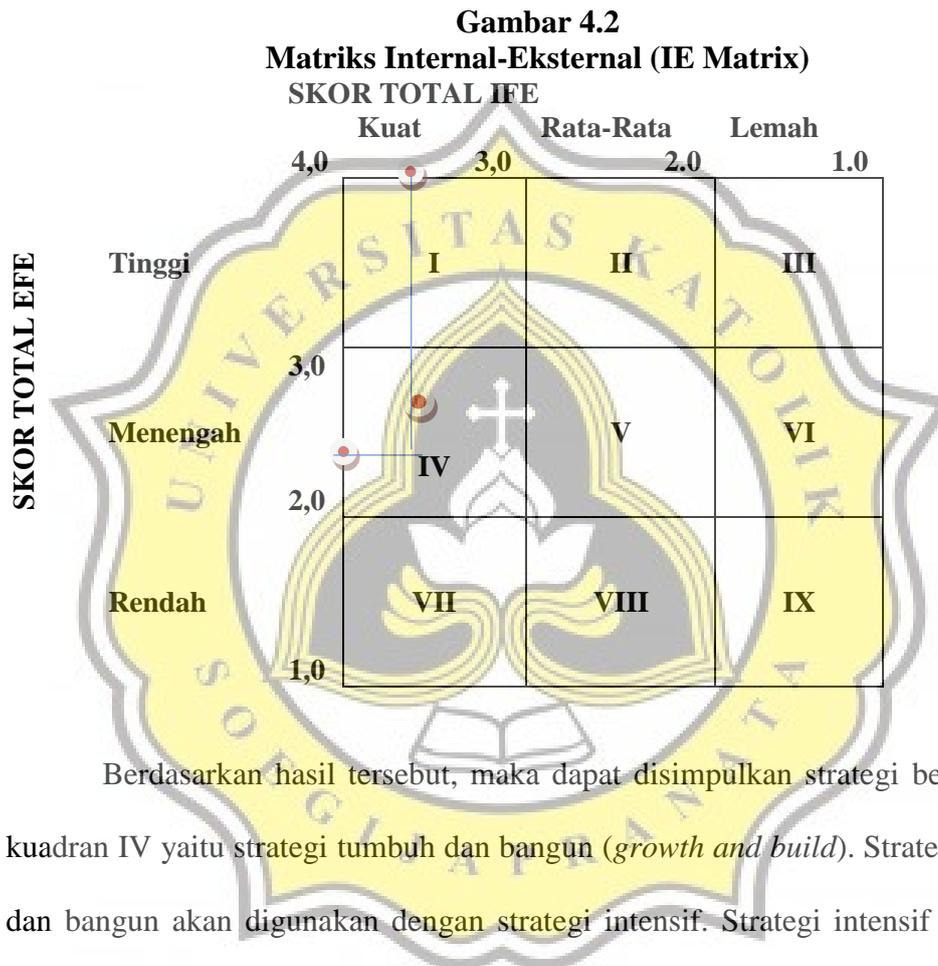
Sumber : Data primer, 2020

Berdasarkan skor, dapat dilihat hasilnya adalah 2,42 yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal yang cukup kuat. Skor ini akan dimasukkan dalam matriks Internal Eksternal (IE). Hasil ini menunjukkan bahwa ancaman bagi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih lebih besar dibandingkan dengan peluang bagi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Hal ini berarti bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih walaupun memiliki peluang untuk berusaha dengan sukses namun akan mendapatkan ancaman yang cukup berat terutama dari pesaingnya.

Peluang yang dianggap berprospek bagi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih adalah ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum. Dengan adanya peluang dimana saat ini kebutuhan untuk konsumsi ayam yang masih meningkat, maka hal ini merupakan peluang bagi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Sedangkan ancaman yang terbesar adalah adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri seperti Ayam Goreng Wong Solo, McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah Pamularsih.

4.6 Matriks Internal – Eksternal (I-E)

Berdasarkan hasil IFE dan EFE, didapatkan skor pada IFE adalah sebesar 3,58 dan nilai EFE sebesar 2,42. Maka matriks Internal-Eksternal yang dapat dibentuk dari nilai ini adalah sebagai berikut:



Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan strategi berada pada kuadran IV yaitu strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Strategi tumbuh dan bangun akan digunakan dengan strategi intensif. Strategi intensif dilakukan dengan cara aktif mencari cara untuk pengembangan bisnis Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Pemilik memilih strategi intensif penetrasi pasar pada strategi tumbuh dan membangun karena pemilik yakin bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih yang saat ini masih dalam tahap awal akan dapat berkembang dengan lebih baik di masa depan.

4.7 Matriks SWOT

Matriks SWOT dibentuk dengan membuat strategi berdasarkan kombinasi faktor peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan pada Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih sebagai berikut:

Tabel 4.14
Matriks SWOT

ANALISIS SWOT	<u>Kekuatan (S)</u>	<u>Kelemahan (W)</u>
<p><u>Peluang (O)</u></p> <p>O1: Daerah Pamularsih merupakan jalur utama, dekat dengan Sam Poo Kong, airport, dekat kampus STIE Dharmaputra</p> <p>O2: Ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum</p> <p>O3: Saat ini isu kesehatan menjadi fenomena dan</p>	<p><u>Strategi S-O</u></p> <p>Strategi : Konsep open kitchen untuk show off proses produksi Ayam Goreng Lembur Kuring yang bersih, higienis dan sehat (S5, S6, O3)</p> <p>Strategi : Kerjasama dengan tur dan travel, agar menjadi destinasi makan bagi tur, dan travel (S2, O1, O2)</p>	<p><u>Strategi W-O</u></p> <p>Strategi : Melakukan investasi pada sistem administrasi yang terkoneksi dengan internet (W1, O2)</p> <p>Strategi : Social media promotion yang lebih intensif (W3, O2, O3)</p>

<p>masyarakat saat ini lebih aware dengan masalah kesehatan sehingga untuk mengkonsumsi ayam goreng, lebih mengutamakan ayam goreng yang bukan junk food namun digoreng secara natural</p>		
<p><u>Ancaman (T)</u> T1: Adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri seperti Ayam Goreng Wong Solo, McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah Pamularsih T2: Ada karyawan yang keluar dan membuka warung ayam goreng dengan menggunakan cara masak Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih T3: Saat ini banyak cafe baru yang bermunculan di kota Semarang yang instagramable, dan viral di kalangan anak muda</p>	<p><u>Strategi S-T</u> Strategi : Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda (S1, S3, T3) Strategi : Penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan (S2, S3, T1)</p>	<p><u>Strategi W-T</u> Strategi : Pembuatan SOP tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan memenuhi standarisasi perusahaan. (W2, W4, T1) Strategi : Penilaian bulanan rutin dengan rapor karyawan untuk evaluasi kinerja (W2, W4, T1)</p>

Sumber : Data primer, 2020

Berdasarkan matriks SWOT, maka dapat dirumuskan 8 alternative strategi dengan penjelasan analisis masing-masing strategi berdasarkan hasil diskusi antar responden.

4.7.1 Analisis Strategi S-O

Strategi S-O yang dibentuk pada penelitian ini adalah konsep open kitchen untuk show off proses produksi Ayam Goreng Lembur Kuring yang bersih,

higienis dan sehat dan kerjasama dengan travel dan instansi, agar menjadi destinasi makan bagi tur, travel dan instansi.

Konsep open kitchen untuk show off proses produksi Ayam Goreng Lembur Kuring yang bersih, higienis. Pada alternatif strategi ini, Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih membuat dapurnya dapat terlihat dari luar, dimana batas antara dapur dengan tempat makan dibatasi dengan kaca, sehingga pelanggan dapat melihat proses memasak dari Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Dengan ini diharapkan pelanggan akan dapat lebih percaya bahwa Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih menggoreng ayam dengan bersih dan higienis.

Kerjasama dengan tur dan travel, agar menjadi destinasi makan bagi tur, dan travel. Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih perlu menjalin kerja sama dengan tur dan travel di kota Semarang. Kerjasama antara Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih dengan biro tur dan travel dapat dilakukan oleh Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih dengan memberikan sejumlah diskon kepada tur dan travel yang mengajak wisatawan untuk berhenti makan siang atau makan malam di Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Dengan adanya kerjasama ini diharapkan nama dari Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih lebih dikenal oleh konsumen dari luar kota.

4.7.2 Analisis Strategi W-O

Strategi W-O yang dibentuk adalah melakukan investasi pada sistem administrasi yang terkoneksi dengan internet dan social media promotion yang lebih intensif.

Untuk strategi melakukan investasi pada sistem administrasi yang terkoneksi dengan internet, Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih perlu untuk membeli atau membuat sistem penjualan dan stock yang terkoneksi dengan internet. Hal ini karena pemilik sebagai orang yang bertanggung jawab atas pembelian dan pemesanan bahan baku terkadang tidak ada di tempat, sehingga dengan adanya sistem ini akan memudahkan pemilik untuk melakukan pengawasan dan mengetahui kondisi penjualan dan stock bahan baku Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih serta mengambil tindakan yang dibutuhkan untuk mengatasinya.

Social media promotion yang lebih intensif diambil sebagai salah satu alternatif strategi sebab saat ini Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih masih jarang melakukan promosi baik konvensional maupun digital / modern. Dengan mengikuti perkembangan jaman, Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih dapat melakukan promosi dengan menggunakan social media, terutama Instagram untuk lebih mudah memberikan informasi kepada target pasar Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih yang terutama adalah kaum muda.

4.7.3 Analisis Strategi S-T

Strategi S-T yang dirumuskan adalah Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda dan Penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan.

Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda merupakan salah satu keharusan bagi restoran jika ingin menarik generasi muda untuk berkunjung ke restoran. Adanya Instagramable spot penting karena generasi

muda memiliki keinginan yang besar untuk mengekspresikan diri serta menunjukkan eksistensinya sehingga dengan adanya instagrammable spot tersebut, maka pelanggan yang dapat dapat berfoto, selain menunjukkan dirinya, juga menunjukkan tempatnya makan.

Strategi S-T lainnya adalah penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan. Meeting yang dilakukan oleh instansi pemerintahan yang mengambil tempat di luar kantor sering dilakukan, terutama untuk acara-acara rutin yang sifatnya keguyuban dan kekeluargaan. Hal ini dapat menjadi suatu peluang bisnis bagi Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih karena sifatnya yang rutin. Adanya meeting rutin ini dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan tetap dari Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih dengan cara menyediakan ruang meeting yang dapat digunakan pada hari-hari tertentu oleh instansi, serta dengan membuat MOU (Memorandum of Understanding) dengan instansi untuk penyewaan ruang meeting dan konsumsi yang sifatnya rutin sehingga dapat memastikan adanya arus kas masuk yang tetap setiap bulannya.

4.7.4 Analisis Strategi W-T

Strategi W-T alternatif adalah pembuatan SOP (Standar Operasional Prosedur) tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan memenuhi standarisasi perusahaan dan penilaian bulanan rutin dengan rapor karyawan untuk evaluasi kinerja.

Pembuatan SOP tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan memenuhi standarisasi perusahaan merupakan suatu hal yang dipandang penting untuk memastikan agar karyawan menjalankan usahanya dengan baik dan dengan

prosedur yang benar. Karyawan yang masih baru sering bingung mengenai pekerjaan yang akan dikerjakannya, sehingga dengan adanya SOP tertulis, karyawan baru akan lebih mudah familier dengan tugas-tugasnya dan ada pedoman yang jelas mengenai pekerjaan yang harus dijalankannya.

Penilaian bulanan rutin dengan rapor karyawan untuk evaluasi kinerja merupakan suatu alat untuk mengontrol kinerja karyawan. Penilaian bulanan rutin ini dilakukan dengan checklist sesuai dengan SOP masing-masing jabatan karyawan yang membuat pemilik lebih mudah menilai dan mengembangkan karyawan sebab dari penilaian itu akan dapat diketahui komponen yang dapat diperbaiki dalam diri karyawan.

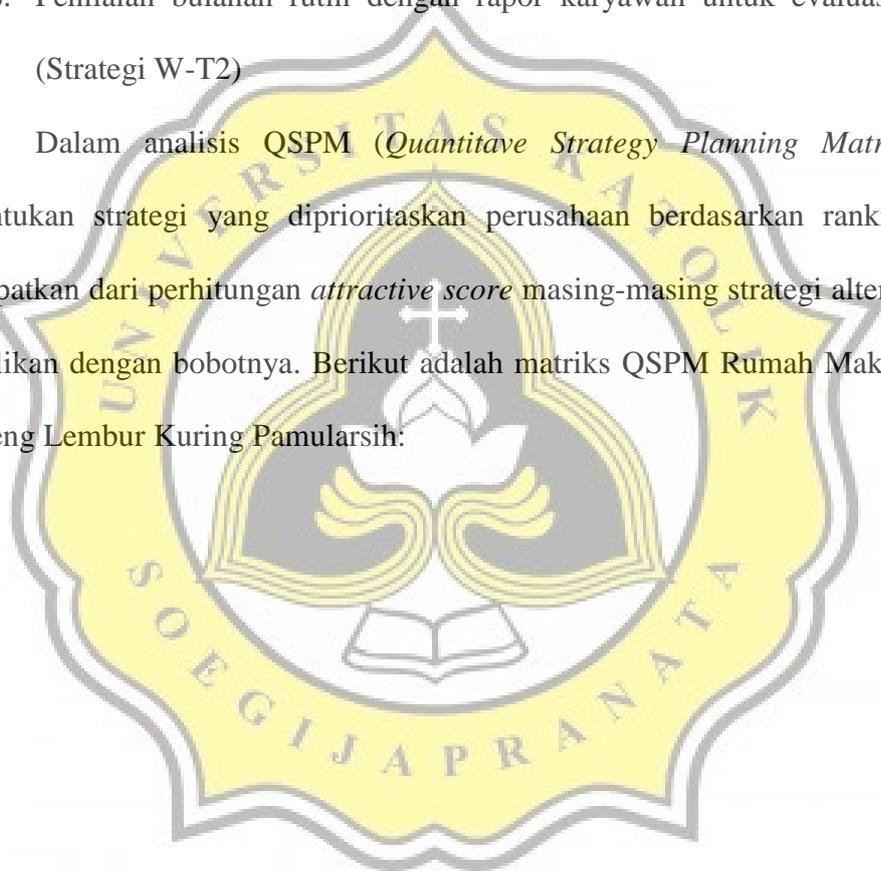
4.8 Analisis QSPM

Dengan menggunakan matriks SWOT dapat dirumuskan 8 strategi alternative Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan bisnisnya. 8 strategi alternative tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Konsep open kitchen untuk show off proses produksi Ayam Goreng Lembur Kuring yang bersih, higienis dan sehat (Strategi S-O1)
2. Kerjasama dengan travel dan instansi, agar menjadi destinasi makan bagi tur, travel dan instansi (Strategi S-O2)
3. Melakukan investasi pada sistem administrasi yang terkoneksi dengan internet (Strategi W-O1)
4. Social media promotion yang lebih intensif (Strategi W-O2)

5. Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda
(Strategi S-T1)
6. Penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan (Strategi S-T2)
7. Pembuatan SOP tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan standar
(Strategi W-T1)
8. Penilaian bulanan rutin dengan rapor karyawan untuk evaluasi kinerja
(Strategi W-T2)

Dalam analisis QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*) akan ditentukan strategi yang diprioritaskan perusahaan berdasarkan ranking yang didapatkan dari perhitungan *attractive score* masing-masing strategi alternatif dan dikalikan dengan bobotnya. Berikut adalah matriks QSPM Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih:

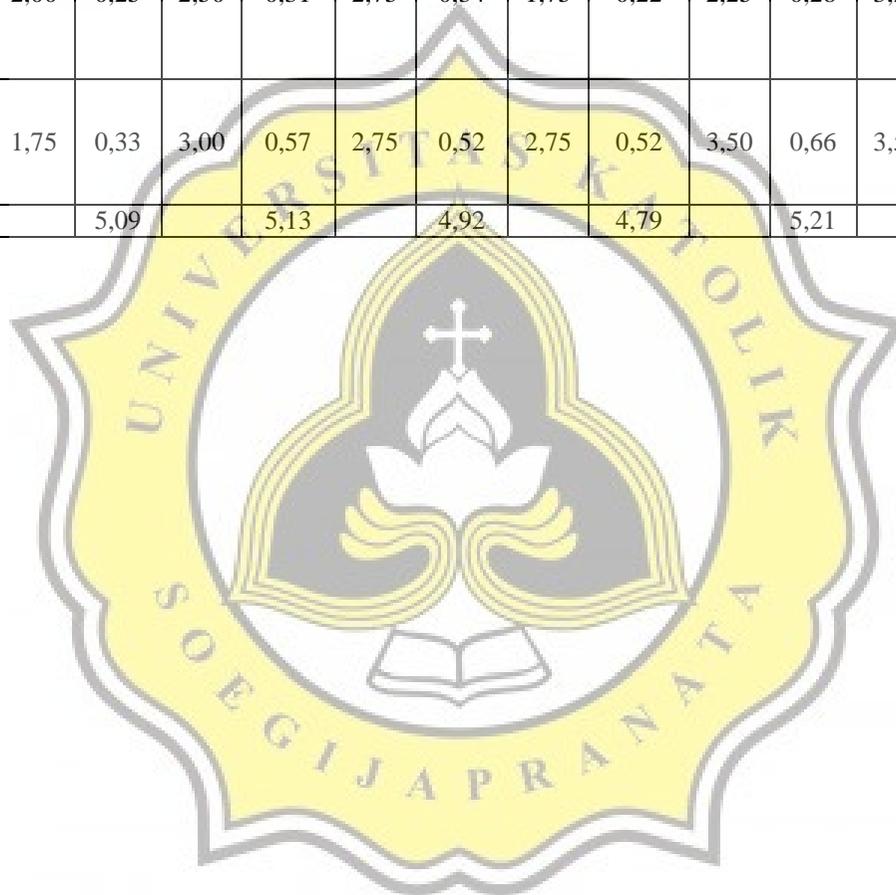


Tabel 4.15
Matriks QSPM

Faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi															
		Strategi S-O1		Strategi S-O2		Strategi W-O1		Strategi W-O2		Strategi S-T1		Strategi S-T2		Strategi W-T1		Strategi W-T2	
		AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS	AS	WAS
STRENGTH																	
Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki konsep modern	0,12	3,00	0,35	3,00	0,35	2,50	0,30	1,75	0,21	2,25	0,27	3,50	0,41	3,25	0,38	2,75	0,33
Lokasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki tempat parkir luas dan kapasitas tempat makan relatif luas	0,10	2,50	0,26	3,00	0,32	2,00	0,21	3,50	0,37	2,25	0,24	2,50	0,26	2,25	0,24	3,25	0,34
Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki harga makanan terjangkau	0,10	2,00	0,20	2,75	0,27	2,50	0,25	2,00	0,20	2,50	0,25	3,00	0,30	3,00	0,30	1,75	0,17
Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih memiliki resep ayam goreng turun temurun dengan kualitas yang terjaga dan teruji	0,11	2,50	0,26	2,25	0,24	2,75	0,29	3,25	0,34	1,75	0,18	3,25	0,34	1,75	0,18	1,25	0,13
Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih selalu menjaga kebersihan dan higienitas	0,11	3,75	0,40	1,75	0,19	3,00	0,32	2,50	0,27	2,00	0,21	3,00	0,32	2,50	0,27	2,00	0,21
Proses menggoreng di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih bersih	0,09	3,50	0,31	3,00	0,27	2,25	0,20	1,25	0,11	2,00	0,18	2,50	0,22	1,75	0,16	2,50	0,22
WEAKNESS																	
Sistem administrasi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih masih baru	0,10	2,50	0,24	2,25	0,21	2,75	0,26	2,25	0,21	1,75	0,17	3,25	0,31	1,50	0,14	2,50	0,24
Banyak karyawan Rumah Makan Ayam Goreng	0,10	1,75	0,17	3,00	0,30	1,50	0,15	3,00	0,30	3,00	0,30	3,50	0,35	1,75	0,17	2,75	0,27

Lembur Kuring Pamularsih merupakan karyawan baru.																		
Banyak pelanggan belum tahu bahwa Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih buka di Pamularsih	0,09	2,00	0,18	1,75	0,16	2,25	0,20	3,00	0,27	3,25	0,29	2,25	0,20	2,00	0,18	1,75	0,16	
Saat ini di Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih belum ada SOP yang tertulis untuk masing-masing posisi jabatan	0,09	3,00	0,28	2,50	0,23	2,50	0,23	2,75	0,26	1,50	0,14	2,75	0,26	2,50	0,23	2,50	0,23	
OPPORTUNITY																		
Daerah Pamularsih merupakan jalur utama, dekat dengan Sam Poo Kong, airport, dekat kampus STIE Dharmaputra	0,13	2,50	0,35	2,00	0,28	2,00	0,28	1,75	0,25	3,25	0,46	1,75	0,25	3,50	0,50	2,75	0,39	
Ayam goreng memiliki potensi besar karena disukai dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara umum	0,19	2,75	0,52	1,50	0,28	3,00	0,57	2,50	0,47	3,00	0,57	1,75	0,33	3,00	0,57	2,50	0,47	
Saat ini isu kesehatan menjadi fenomena dan masyarakat saat ini lebih aware dengan masalah kesehatan sehingga untuk mengkonsumsi ayam goreng, lebih mengutamakan ayam goreng yang bukan junk food namun digoreng secara natural	0,18	2,75	0,50	3,25	0,60	1,75	0,32	2,25	0,41	2,50	0,46	1,75	0,32	3,00	0,55	2,25	0,41	
THREAT																		
Adanya pesaing-pesaing di sekitar jalan Pamularsih sendiri seperti Ayam Goreng Wong Solo, McD, dan juga warung makan-warung makan yang cukup banyak berada di daerah	0,17	2,75	0,47	3,25	0,56	2,75	0,47	2,25	0,39	3,25	0,56	2,75	0,47	2,75	0,47	3,00	0,51	

Pamularsih																		
Ada karyawan yang keluar dan membuka warung ayam goreng dengan menggunakan cara masak Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih	0,13	2,00	0,25	2,50	0,31	2,75	0,34	1,75	0,22	2,25	0,28	3,25	0,40	2,50	0,31	2,00	0,25	
Saat ini banyak cafe baru yang bermunculan di kota Semarang yang instagramable, dan viral di kalangan anak muda	0,19	1,75	0,33	3,00	0,57	2,75	0,52	2,75	0,52	3,50	0,66	3,50	0,66	3,00	0,57	2,25	0,43	
Total WAS			5,09		5,13		4,92		4,79		5,21		5,41		5,22		4,77	



Berdasarkan hasil perhitungan dari matriks QSPM, dapat diketahui alternative strategi mana yang dianggap terbaik bagi Rumah Makan Ayam Goreng Lembur Kuring Pamularsih. Hasil rekapitulasi dari matriks QSPM dapat dilihat dari tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Rekapitulasi QSPM

No	Alternatif Strategi	Nilai Total WAS	Peringkat
S-O1	Konsep open kitchen untuk show off proses produksi Ayam Goreng Lembur Kuring yang bersih, higienis dan sehat	5,09	5
S-O2	Kerjasama dengan travel dan instansi, agar menjadi destinasi makan bagi tur, travel dan instansi	5,13	4
W-O1	Melakukan investasi pada sistem administrasi yang terkoneksi dengan internet	4,92	6
W-O2	Social media promotion yang lebih intensif	4,79	7
S-T1	Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda	5,21	3
S-T2	Penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan	5,41	1
W-T1	Pembuatan SOP tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan standar	5,22	2
W-T2	Penilaian bulanan rutin dengan rapor karyawan untuk evaluasi kinerja	4,77	8

Berdasarkan hasil pada matriks QSPM, didapatkan bahwa strategi penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan menjadi strategi yang diprioritaskan dengan total skor daya tarik yang mencapai 5,41. Strategi yang dilakukan adalah dengan cara memberikan harga khusus dan menyiapkan satu ruangan yang akan digunakan untuk meeting atau rapat rutin dari instansi pemerintahan dalam satu periode tertentu. Strategi ini adalah strategi prioritas karena dengan adanya meeting terjadwal dalam satu periode waktu atau misalkan

satu bulan, maka dalam periode tersebut ada kepastian dalam hal pendapatan yang dihasilkan oleh rumah makan. Kondisi ini akan menjaga cashflow dari rumah makan yang menjadi lebih sehat karena sudah memiliki kepastian pendapatan (*fix income*) sebab mendapatkan kontrak atau MOU dari instansi.

Alternatif berikutnya adalah Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda. Strategi alternative selanjutnya adalah pembuatan SOP tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan standar.

Tabel 4.17
Alternatif Strategi Berdasarkan Prioritas

No	Alternatif Strategi	Nilai Total WAS	Peringkat
S-T2	Penawaran paket meeting untuk instansi pemerintahan	5,41	1
W-T1	Pembuatan SOP tertulis untuk posisi jabatan sehingga pelayanan standar	5,22	2
S-T1	Instagramable spot untuk menarik konsumen dari kalangan anak muda	5,21	3
S-O2	Kerjasama dengan travel dan instansi, agar menjadi destinasi makan bagi tur, travel dan instansi	5,13	4
S-O1	Konsep open kitchen untuk show off proses produksi Ayam Goreng Lembur Kuring yang bersih, higienis dan sehat	5,09	5
W-O1	Melakukan investasi pada sistem administrasi yang terkoneksi dengan internet	4,92	6
W-O2	Social media promotion yang lebih intensif	4,79	7
W-T2	Penilaian bulanan rutin dengan rapor karyawan untuk evaluasi kinerja	4,77	8