

LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI ALTERNATIF UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN
BERSAING RM. PITIK CILIK SEMARANG DENGAN ANALISIS SWOT



LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI ALTERNATIF UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN
BERSAING RM. PITIK CILIK SEMARANG DENGAN ANALISIS SWOT

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

ALDRO PRATAMA

15.D1.0292

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldro Pratama

NIM : 15.D1.0292

Konsentrasi : Kewirausahaan

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul "Alternatif Strategi Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing RM.Pitik Cilik Semarang Dengan Metode SWOT Analisis" bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Aldro Pratama Sulistia



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : ALTERNATIF STRATEGI UNTUK
MENINGKATKAN KEUNGGULANBERSAING
RM. PITIK CILIK SEMARANG DENGAN
METODE SWOTANALYSIS

Diajukan oleh : Aldro Pratama Sulistio

NIM : 15.D1.0292

Tanggal disetujui : 23 Mei 2022Telah setuju oleh

Pembimbing : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.

Penguji 1 : Dr. Chatarina Yekti Prawihatmi S.E., M.Si

Penguji 2 : Drs. Y. Sugiharto M.M.

Penguji 3 : Eny

Trimeiningrum S.E., M.S.I. Ketua

Program Studi : Dr.

Widuri Kurniasari S.E., M.Si.Dekan:

Drs.

Theodorus Sudimin M.S.

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldro Pratama Sulistia

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Tidak menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **"STRATEGI ALTERNATIF UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING RM. PITIK CILIK SEMARANG DENGAN ANALISIS SWOT"** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 20 Juli 2022

Yang menyatakan



Aldro Pratama Sulistia

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya ucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menolong saya karena berkat dan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa ada dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Eny Trimeiningrum, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dan memberikan masukan, saran, dan motivasi kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Widuri Kurniasari, S.E, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Unika Soegijapranata.
3. Bapak Yohanes Sulistia selaku pemilik RM. Pitik Cilik yang sudah mengizinkan saya untuk meneliti bisnisnya.
4. Keluarga saya yang sudah senantiasa mendukung, mendoakan, dan mengingatkan saya selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga turut mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini.

Sekian kata pengantar yang saya berikan. Semoga skripsi yang saya buat ini dapat berguna untuk penelitian kedepannya. Mohon maaf apabila ada kesalahan kata dalam pembuatan skripsi ini karena skripsi yang saya buat jauh dari kata sempurna. Terima kasih.

Semarang, 20 Juli 2022



Aldro Pratama Sulistia

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kewirausahaan.....	8
2.2 Strategi Bisnis	8
2.3 Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan.....	9
2.3.1. Lingkungan Internal Perusahaan.....	9
2.3.2. Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	11
2.4 Matriks SWOT.....	17
2.5 <i>Internal Factor Analisis Summary (IFAS)</i> dan <i>Eksternal Factor Analisis Summary (EFAS)</i>	19
2.5.1. Matriks <i>Internal Factor Analisis Summary (IFAS)</i>	19
2.5.2. Matriks <i>Eksternal Factor Analisis Summary (EFAS)</i>	21
2.6 Matriks Internal – Eksternal (I-E).....	22
2.7 Penelitian Terdahulu.....	26
2.8 Kerangka Pemikiran.....	28
2.9 Definisi Operasional Variabel	29
2.9.1 Analisis Faktor Internal.....	29
2.9.2 Analisis Faktor Eksternal.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Obyek Penelitian.....	30
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Alat Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum RM.Pitik Cilik.....	39
4.2 Identitas Responden Dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Lama Kerja, Frekuensi Pembelian dan Pendidikan terakhir.....	40
4.3 Variabel SWOT.....	42
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan RM. Pitik Cilik.....	44
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Kelemahan RM. Pitik Cilik.....	46
4.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal RM. Pitik Cilik (IFAS).....	47
4.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal RM. Pitik Cilik (EFAS).....	54
4.6 Matriks Internal-Eksternal (I-E).....	59
4.7 Matriks SWOT.....	60
4.7.1 Analisis Strategi S-O.....	62
4.7.2 Analisis Strategi W-O.....	62
4.7.3 Analisis Strategi S-T.....	63
4.7.4 Analisis Strategi W-T.....	63
4.8 Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

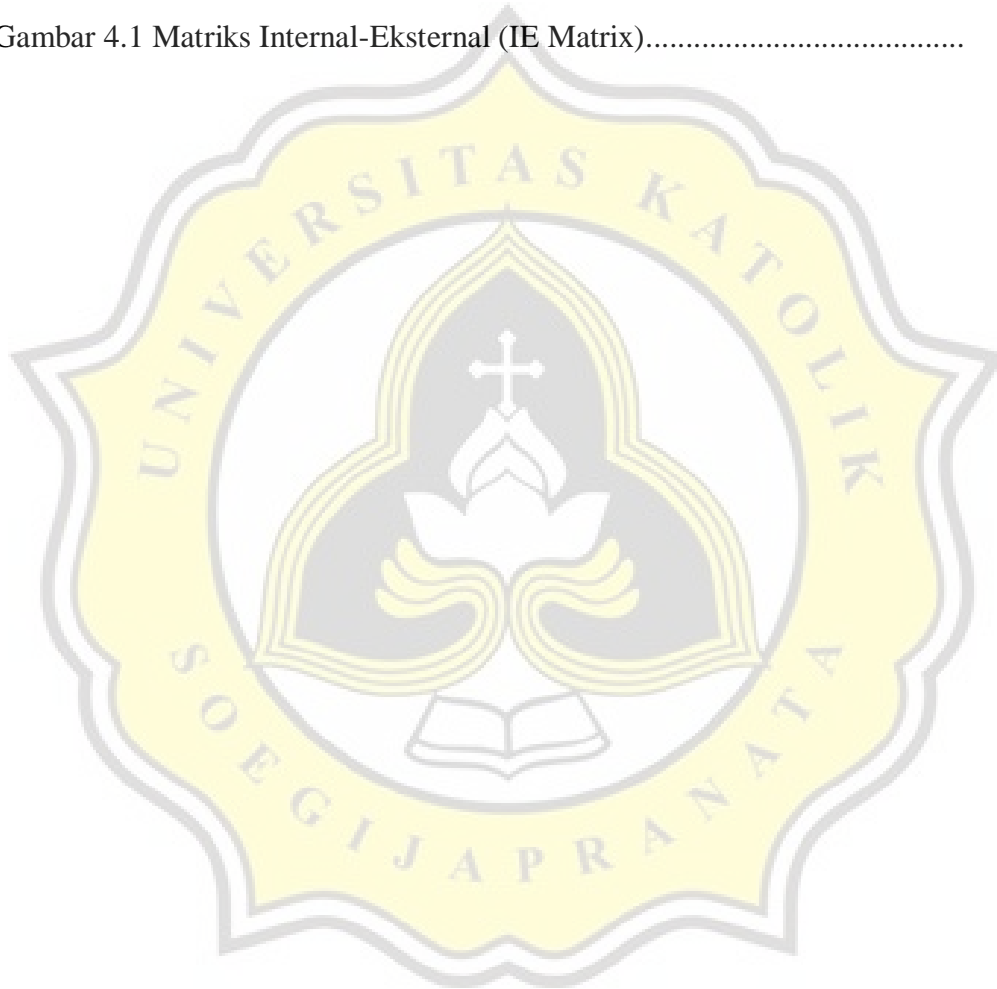
Tabel 1.1 Identifikasi SWOT	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	19
Tabel 2.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)	20
Tabel 2.3 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS).....	22
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Form Tanggapan Pelanggan	
Tabel 3.2 Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)....	33
Tabel 3.3 Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)....	34
Tabel 3.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)	34
Tabel 3.5 Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)	35
Tabel 3.6 Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)	36
Tabel 3.7 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS).....	36
Tabel 3.8 Matriks SWOT	37
Tabel 4.1 Responden Penelitian dari Pemilik dan Karyawan RM. Pitik Cilik	40
Tabel 4.2 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.5 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Frekuensi Pembelian Sebulan	42
Tabel 4.6 Variabel SWOT RM. Pitik Cilik.....	42
Tabel 4.7 Tanggapan Pelanggan Terhadap Kekuatan RM. Pitik Cilik.....	44
Tabel 4.8 Tanggapan Pelanggan Terhadap Kelemahan RM. Pitik Cilik	46
Tabel 4.9 Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal RM. Pitik Cilik (IFAS)	47

Table 4.10 Jawabn Responden Terhadap Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal RM. Pitik Cilik (IFAS)	48
Tabel 4.11 Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal RM. Pitik Cilik (IFAS)	50
Tabel 4.12 Matriks Evaluasi Faktor Internal RM. Pitik Cilik (IFAS)	52
Tabel 4.13 Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal RM. Pitik Cilik (EFAS)	54
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal RM. Pitik Cilik (EFAS)	55
Tabel 4.15 Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal RM. Pitik Cilik (EFAS)	56
Tabel 4.16 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal RM. Pitik Cilik (EFAS)	57
Tabel 4.17 Matriks SWOT	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks IE.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3.1 Matriks IE.....	37
Gambar 4.1 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix).....	



ABSTRAK

Masalah yang dihadapi oleh RM. Pitik Cilik adalah persaingan yang sangat ketat dalam industri kuliner di Semarang menyebabkan perlunya mengetahui strategi alternatif yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing dari RM Pitik Cilik seperti yang terlihat dari berbagai jurnal penelitian sebelumnya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi alternatif RM. Pitik Cilik dengan menggunakan analisis SWOT.

Metode analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis Matriks SWOT. Sampel dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, dan 2 orang karyawan RM Pitik Cilik Semarang serta 20 orang pelanggan RM Pitik Cilik Semarang dan observasi langsung ke obyek penelitian.

Hasil dari matriks IFAS menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh RM. Pitik Cilik lebih kuat dibandingkan dengan kelemahannya dengan skor 3,48. Sedangkan hasil dari matriks EFAS dengan skor 3,75 menunjukkan bahwa ancaman untuk RM. Pitik Cilik lebih besar dibandingkan dengan peluangnya. Berdasarkan Matriks Internal – Eksternal (I-E), nilai IFAS 3,48 dan EFAS sebesar 3,75 menunjukkan bahwa posisi dari Tenun Batik Aliza ada pada kuadran 1 yaitu dengan strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Alternatif strategi yang dihasilkan adalah Membuka online shop untuk menjual frozen ayam berbumbu siap goreng, Memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan varian menu baru RM Pitik Cilik, Membuat waralaba Pitik Cilik dengan konsep takeaway, Kerjasama dengan GoFood, Membuka restoran baru dengan konsep premium dan Penambahan outlet di lokasi lain.

Kata Kunci : strategi, SWOT, rumah makan

ABSTRACT

Problems faced by RM. Pitik Cilik is a very tight competition in the culinary industry in Semarang, causing the need to know alternative strategies that can increase the competitive advantage of RM Pitik Cilik as seen from various previous research journals. The purpose of this research is to identify and analyze alternative RM strategies. Pitik Cilik using SWOT analysis.

The method of analysis in this study was carried out using the SWOT Matrix analysis method. The samples in this study were 1 owner, 2 employees of RM Pitik Cilik Semarang and 20 customers of RM Pitik Cilik Semarang and direct observation to the object of research.

The results of the IFAS matrix show that the strength possessed by RM. Pitik Cilik is stronger than his weakness with a score of 3.48. While the results of the EFAS matrix with a score of 3.75 indicate that the threat to RM. Little Pitik is bigger than the odds. Based on the Internal – External (I-E) Matrix, the IFAS value of 3.48 and EFAS of 3.75 indicate that the position of Aliza Batik Weaving is in quadrant 1, namely the growth and build strategy. The resulting alternative strategies are Opening an online shop to sell frozen seasoned chicken ready to fry, Using social media to introduce a new variant of the RM Pitik Cilik menu, Creating a Pitik Cilik franchise with the takeaway concept, Collaboration with GoFood, Opening a new restaurant with a premium concept and Adding outlets in another location.

Keywords: strategy, SWOT, restaurant