

BAB IV HASIL ANALISIS

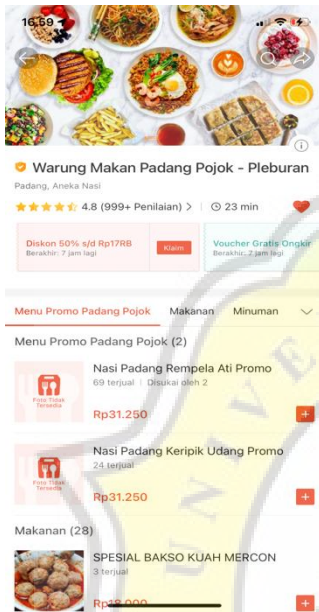
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang diambil adalah Warung Makan Padang Pojok Pleburan. Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah sebuah usaha di bidang kuliner yang menjual berbagai macam menu nasi padang diantaranya nasi padang rendang, nasi padang ayam goreng, nasi padang ayam pop, nasi padang telur dadar, dan masih banyak lagi. Harga makanan mulai dari Rp 9.000 – Rp 20.000. Lokasi Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah Jl. Hayam Wuruk K 1 C, kelurahan Pleburan, kecamatan Semarang Selatan, Semarang, Jawa Tengah.

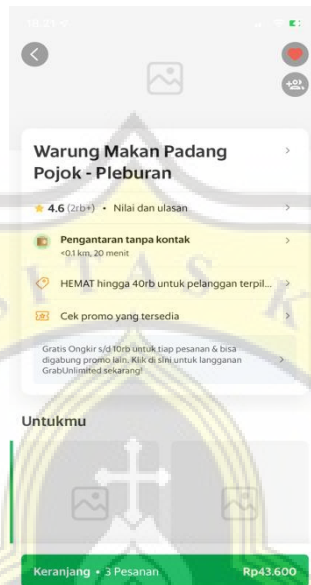


Gambar 4.1 Lokasi Warung Makan

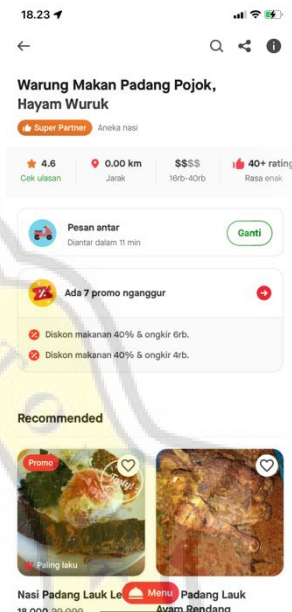
Penjualan Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah secara offline dan online. Secara online makanan Warung Makan Padang Pojok Pleburan bisa dipesan melalui berbagai merchant seperti Go-food, Grab-food, dan Shopee-food.



Gambar 4.2
Akun Shopee
Warung Makan



Gambar 4.3 Akun grabfood
Warung Makan



Gambar 4.4 Akun
Go-food Warung

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Pemilik Warung Makan Padang Pojok Pleburan yaitu Rahel Flovina berjenis kelamin perempuan berusia 23 tahun dengan status belum menikah, dan 1 karyawan yang bernama Juminten berjenis kelamin perempuan berusia 40 tahun dan berstatus sudah menikah.

Dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden, di dapatkan gambaran umum responden 10 pelanggan Warung Makan Danng Pojok Pleburan diantaranya tentang jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi membeli, dan usia yang sudah memenuhi kriteria (membeli makanan di warung makan padang pojok pleburan minimal 2 kali dalam kurun waktu 1 minggu).

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Pelanggan

No	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Usia
1	Laki – laki	Karyawan Lot 28	28
2	Laki – laki	Karyawan	32
3	Perempuan	PNS	29
4	Laki – laki	Karyawan PIP	40
5	Laki – laki	Karyawan SMI	20
6	Laki – laki	Taruna PIP	24
7	Lak- laki	Karyawan	33
8	Perempuan	Karyawan	28
9	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	35
10	Perempuan	Mahasiswa UNDIP	25

Sumber: Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa pelanggan Warung Makan Padang Pojok Pleburan sebagian besar berjenis kelamin laki – laki (60%), berusia antara 20 – 40 tahun , dan memiliki pekerjaan 70% karyawan, 10% mahasiswa , 10% taruna, dan 10% Ibu Rumah Tangga.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Tanggapan Responden

Untuk mengetahui hasil tanggapan responden tentang Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman) dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.2 Tanggapan Responden akan Strength

No	Pernyataan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1.	Harga makanan murah	-	-	-	-	7	21	3	12	3,3	Tinggi
2.	Lokasi strategis dan mudah dijangkau	-	-	-	-	4	12	6	24	3,6	Tinggi
3.	Rasa makanan enak	-	-	-	-	3	9	7	28	3,7	Tinggi
4.	Bahan baku mudah didapatkan	-	-	2	4	7	21	1	4	2,9	Tinggi
5.	Berada di lingkungan aktif pekerja dan mahasiswa	-	-	-	-	4	12	6	24	3,6	Tinggi
	Rata - rata									3,42	Tinggi

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2022

Rentang skala : 1,00 – 2,5 masuk dalam kategori Rendah

2,6 – 4,00 masuk dalam kategori Tinggi

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 5 pernyataan akan kekuatan (streng) rata – ratanya adalah sebesar 3,42 dan termasuk kategori tinggi. Setiap butir pernyataan kekuatan (streng) yang termasuk dalam kategori tinggi dianggap mampu mengindikasikan bahwa kekuatan tersebut benar adanya dimiliki oleh Warung Makan Padang Pojok Pleburan. Dan berarti responden berpendapat bahwa kekuatan yang dimiliki Warung Makan Padang Pojok harus dipertahankan. Kekuatan yang dimiliki Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah harga makanan murah, lokasi strategis dan mudah dijangkau, bahan, rasa makanan enak, bahan baku mudah didapatkan, dan berada di lingkungan aktif pekerja dan mahasiswa.

Berdasarkan hal tersebut kekuatan di setiap pernyataan dapat diuraikan sebagai berikut :

1.Harga makanan murah

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa harga makanan Warung Makan Padang Pojok Pleburan murah dibandingkan warung makan Padang lainnya. Dan berdasarkan penilaian pelanggan harga produk murah masuk dalam kategori tinggi dan merupakan kekuatan Warung Makan Padang Pojok Pleburan.

2.Lokasi strategis dan mudah dijangkau

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata – rata menyetujui bahwa lokasi Warung Makan Padang Pojok Pleburan strategis dan mudah dijangkau. Dan berdasarkan penilaian pelanggan lokasi strategis dan mudah dijangkau masuk dalam kategori tinggi dan merupakan kekuatan Warung Makan Padang Pojok Pleburan.

3.Rasa makanan enak

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa rasa makanan Warung Makan Padang Pojok Pleburan enak. Dan berdasarkan penilaian pelanggan rasa makanan enak termasuk dalam kategori tinggi dan merupakan kekuatan Warung Makan Padang Pojok Pleburan.

4.Bahan baku mudah didapatkan

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa bahan baku Warung Makan Padang Pojok Pleburan benar mudah didapatkan. Dan berdasarkan penilaian pelanggan bahan baku mudah didapatkan termasuk dalam kategori tinggi dan merupakan kekuatan Warung Makan Padang Pojok Pleburan.

5.Berada dilingkungan aktif pekerja dan mahasiswa

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa berada dilingkungan aktif pekerja dan mahasiswa merupakan salah satu kekuatan Warung makan padang pojok Pleburan dan masuk dalam kategori tinggi.

Tabel 4.3 Tanggapan Responden akan Weakness

No	Pernyataan	Jawaban								Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4			
		F	S	F	S	F	S	F	S		
1.	Promosi yang dilakukan masih terbatas	-	-	4	8	6	18	-	-	2,6	Tinggi
2.	Variasi menu lebih sedikit dibanding brand yang sudah terkenal	-	-	5	10	5	15	-	-	2,5	Rendah
3.	Tempat yang disediakan masih kecil dan sederhana	-	-	-	-	8	24	2	8	3,2	Tinggi
4.	Lahan parkir sempit dan kurang memadai	-	-	2	4	6	24	2	8	3,6	Tinggi
	Rata – rata									2,9	

Sumber :Data Primer yang Diolah, 2022

Rentang skala : 1,00 – 2,5 masuk dalam kategori Rendah

2,6 – 4,00 masuk dalam kategori Tinggi

Berdasarkan tabel di atas , diketahui bahwa dari 4 pernyataan akan kelemahan (weakness) rata – ratanya adalah sebesar 2,9 dan termasuk kategori tinggi. Setiap butir pernyataan kelemahan (weakness) yang termasuk dalam kategori tinggi. Artinya responden berpendapat bahwa kelemahan yang dimiliki Warung Makan Padang Pojok Pleburan harus segera di tangani / diatasi supaya mampu meningkatkan dan mengembangkan Warung Makan Padang Pojok Pleburan. Kelemahan yang dimiliki Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah promosi yang dilakukan masih terbatas, variasi menu lebih sedikit dibandingkan brand yang sudah terkenal, tempat yang disediakan masih kecil dan sederhana, dan lahan parkir sempit dan kurang memadai.

Berdasarkan hasil tabel tersebut kelemahan di setiap pernyataan dapat diuraikan sebagai berikut :

1.Promosi yang dilakukan masih terbatas

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa promosi yang dilakukan masih terbatas adalah kelemahan Warung Makan Padang Pojok Pleburan dan masuk dalam kategori tinggi.

2.Variasi menu sedikit dibanding brand yang sudah terkenal

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa variasi menu sedikit dibanding brand yang sudah terkenal adalah kelemahan Warung Makan Padang Pojok Pleburan dan masuk dalam kategori rendah.

3.Tempat yang disediakan kecil dan sederhana

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa tempat yang disediakan kecil dan masih sederhana adalah kelemahan Warung Makan Padang Pojok Pleburan dan masuk dalam kategori tinggi.

4.Lahan parkir sempit dan kurang memadai

Berdasarkan penilaian yang diberikan pelanggan rata-rata menyetujui bahwa lahan parkir sempit dan kurang memadai adalah kelemahan Warung Makan Padang Pojok Pleburan dan masuk dalam kategori tinggi.

4.3 Hasil Matriks IFAS

Hasil Matriks IFAS ditunjukkan pada tabel dibawah ini

Tabel 4.4 MATRIK INTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY (IFAS)

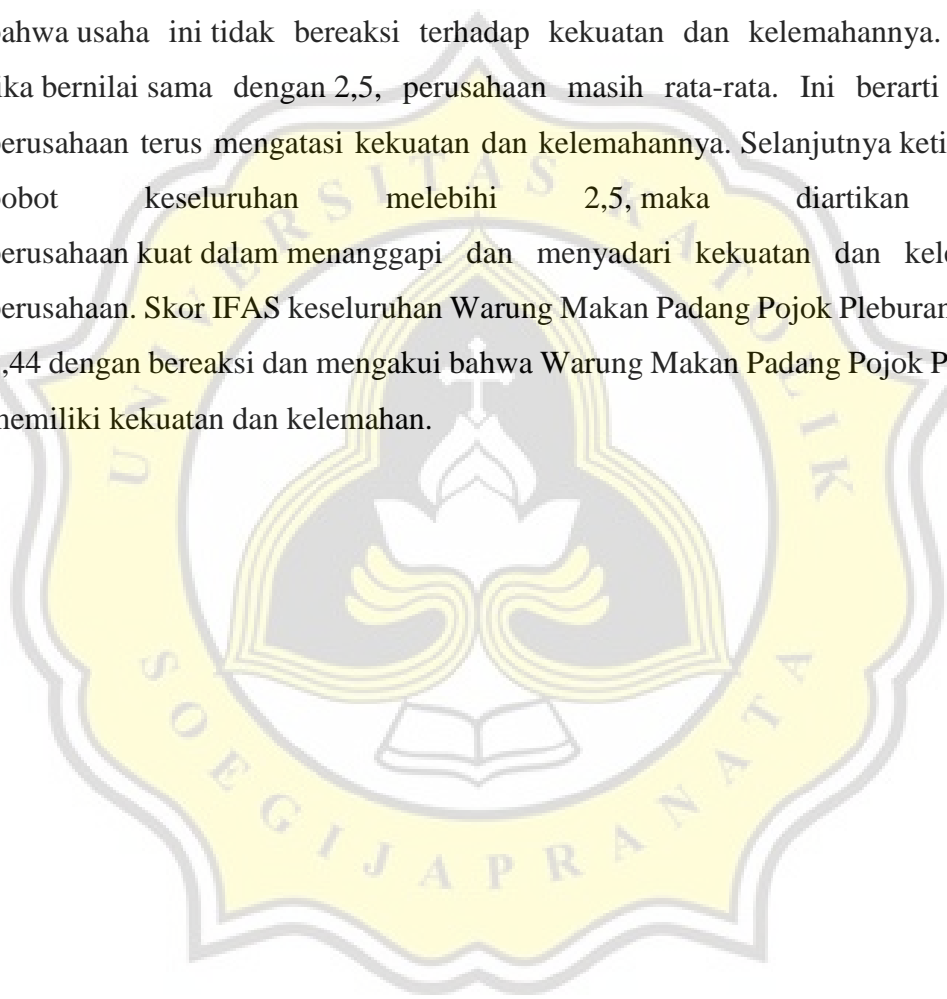
Faktor – faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
<i>Kekuatan :</i>			
1. Harga produk murah	0,10	4	0,4
2. Lokasi strategis dan mudah dijangkau	0,09	4	0,36
3. Bahan yang digunakan berkualitas	0,08	3	0,24
4. Rasa makanan enak	0,10	4	0,4
5. Bahan baku mudah didapatkan	0,09	4	0,36
6. Berada di lingkungan aktif pekerja dan mahasiswa	0,09	4	0,36
<i>Kelemahan :</i>			
7. Promosi yang dilakukan masih terbatas	0,06	2	0,12
8. Variasi menu lebih sedikit dibanding dengan brand yang sudah terkenal	0,09	4	0,36
9. Sulit mendapatkan tenaga kerja yang ahli	0,08	3	0,24
10. Tempat yang disediakan kecil dan masih sederhana	0,09	4	0,36
11. Lahan parkir yang tersedia sempit dan kurang memadai	0,08	3	0,24
Total	1,00		3,44

Sumber : Data Primer yang diolah , 2022

Penyusunan peringkat bobot dan rating IFAS didapatkan dari hasil diskusi antara pemilik dan karyawan. Hal ini dikarenakan pemilik dan karyawan lebih mengerti kondisi Warung Makan Padang Pojok Pleburan. Kekuatan yang paling menonjol

dari Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah rasa makanan enak dan harga produk murah. Sedangkan kelemahan yang paling menonjol adalah promosi yang dilakukan masih terbatas.

Menurut David dalam Prayogo (2016) jika total skor bobot di bawah nilai 2,5, dapat dikatakan internal perusahaan ditemukan adanya kelemahan. Ini berarti bahwa usaha ini tidak bereaksi terhadap kekuatan dan kelemahannya. Namun jika bernilai sama dengan 2,5, perusahaan masih rata-rata. Ini berarti bahwa perusahaan terus mengatasi kekuatan dan kelemahannya. Selanjutnya ketika skor bobot keseluruhan melebihi 2,5, maka diartikan jika perusahaan kuat dalam menanggapi dan menyadari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Skor IFAS keseluruhan Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah 3,44 dengan bereaksi dan mengakui bahwa Warung Makan Padang Pojok Pleburan memiliki kekuatan dan kelemahan.



4.4 Hasil Matrik EFAS

Hasil matriks EFAS ditunjukkan pada tabel dibawah ini

Tabel 4.5 MATRIK EXTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY (EFAS)

Faktor – faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Peluang :			
1. Ada banyak media yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan promosi	0,17	4	0,68
2. Adanya dukungan pemerintah terhadap UMKM	0,12	2	0,24
3. Peningkatan jumlah masyarakat	0,12	2	0,24
Ancaman :			
1. Banyak usaha sejenis di sekitar lokasi	0,15	3	0,45
2. Munculnya pesaing baru	0,15	3	0,45
3. Kenaikan harga bahan baku	0,15	3	0,46
4. Perubahan selera masyarakat yang tidak dapat dikendalikan	0,12	2	0,24
Total	1,00		2,76

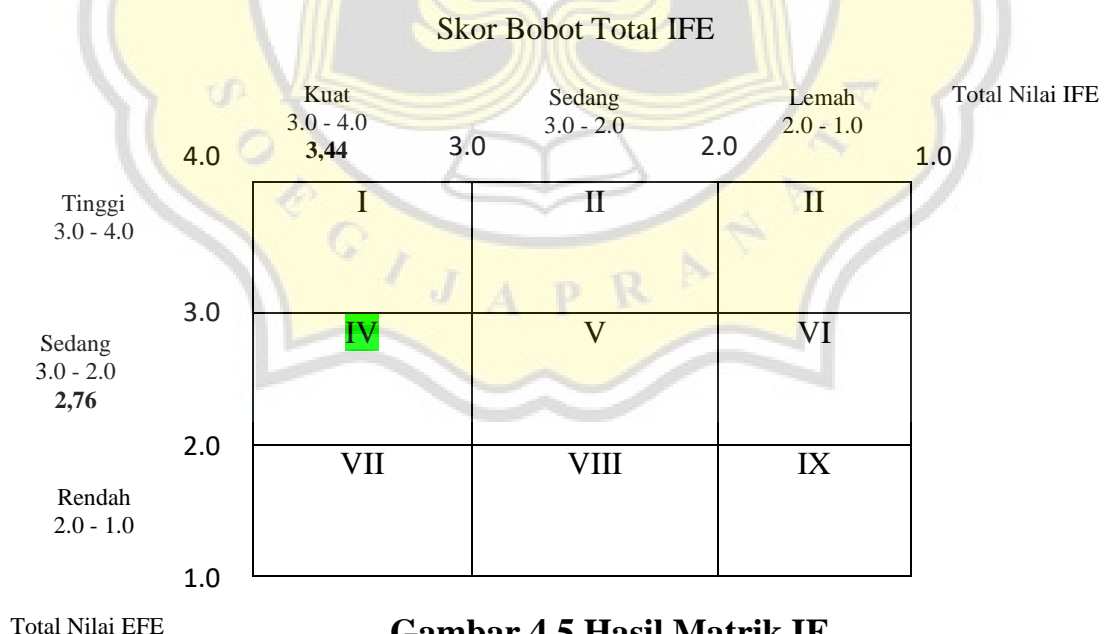
Sumber : Data primer yang diolah , 2022

Penyusunan peringkat bobot dan rating EFAS didapatkan dari hasil diskusi antara pemilik dan karyawan. Hal ini dikarenakan pemilik dan karyawan lebih mengerti kondisi Warung Makan Padang Pojok Pleburan. Peluang yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah ada banyak media yang bisa digunakan untuk melakukan promosi . Sedangkan ancaman untuk Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah kenaikan harga bahan baku. .

Menurut David dalam Prayogo (2016) bahwa skor total harus sama 1,00. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau risiko eksternal. Jika skor keseluruhan adalah 2,5, berarti perusahaan masih merespon peluang dan ancaman yang mengelilinginya. Namun, jika skor keseluruhan adalah 4,00, perusahaan akan memberikan respons yang tepat untuk mengatasi peluang dan ancaman eksternal. Skor EFAS keseluruhan Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah sebesar 2,76 menunjukkan bahwa Warung Makan Padang Pojok Pleburan memiliki kemampuan rata-rata untuk menanggapi peluang dan ancaman eksternal dalam industri yang sama.

4.5 Matriks IE

Berdasarkan hasil skor bobot total IFE yaitu 3,2 dan EFE yaitu 2,76 maka matriks Internal – Eksternal yang dihasilkan adalah :



Gambar 4.5 Hasil Matrik IE
Sumber: Data primer yang telah diolah, 2022

Gambar 4.5 Matriks IE menunjukkan bahwa posisi bisnis Warung Makan Padang Pojok Pleburan berada pada kuadran IV posisi tersebut, dengan total nilai IFE 3,2 dan total EFE 2,76. Berdasarkan matriks IE di atas, dapat diketahui bahwa posisi Warung Makan Padang Pojok Pleburan saat ini berada pada kuadran IV. Posisi pada kuadran IV ini mengindikasikan bahwa posisi Warung Makan Padang Pojok Pleburan saat ini berada pada posisi tumbuh dan membangun (growth and build). Strategi yang bisa diterapkan oleh Warung Makan Padang Pojok Pleburan karena berada dalam kuadran IV ini adalah strategi intensif. Strategi yang paling tepat untuk kondisi Warung Makan Padang Pojok Pleburan saat ini adalah strategi intensif yang meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, serta pengembangan produk. Warung Makan Padang Pojok Pleburan diputuskan dengan strategi tumbuh dan membangun dengan penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi ini mengutamakan pendalaman target pasar Warung Makan Padang Pojok Pleburan guna menjaga loyalitas pelanggan. Penggunaan strategi melalui menjaga dan mempertahankan dilakukan berupa penetrasi pasar dengan pengembangan produk.

4.6 Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT terdapat variabel-variabel SWOT. Berikut analisis SWOT pada Warung Makan Padang Pojok Pleburan

Tabel 4.6 Hasil Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
EFAS	1. Harga produk murah 2. Lokasi strategis dan mudah dijangkau 3. Bahan yang digunakan berkualitas 4. Rasa makanan enak 5. Bahan baku mudah didapatkan 6. Berada di lingkungan aktif pekerja dan mahasiswa	1. Promosi yang dilakukan masih terbatas 2. Variasi menu sedikit 3. Sulit mendapat tenaga kerja yang ahli 4. Tempat kecil dan masih sederhana 5. Lahan parkir sempit dan kurang memadai
OPPORTUNITIES (O) 1. Ada banyak media yang bisa digunakan untuk promosi 2. Adanya dukungan pemerintah terhadap UMKM 3. Peningkatan jumlah masyarakat	STRATEGI SO 1. Dalam upaya meningkatkan penjualan Warung Makan Padang Pojok bisa dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Website. Dan , pengembangan	STRATEGI WO 1. Memanfaatkan berbagai media sosial seperti Instagram, Tiktok, website, dan masih banyak lainnya untuk meningkatkan penjualan Warung Makan Padang

	<p>strategi pemasaran bisa dengan pemasangan iklan, melakukan promosi berbayar, Melakukan endorsment dengan influencer terkenal, dan bisa dengan metode pemasaran lainnya. (S1, S2, S3, S4, S6, O1, O3)</p> <p>2. Membuka cabang di tempat lain (S1, S3, S4, O2, O3)</p>	<p>pojok pleburan (W1, O1)</p> <p>2. Menambah berbagai varian menu guna meningkatkan ketertarikan masyarakat dan meningkatkan penjualan (W2, O1, O3)</p>
<p>THREATS (T)</p> <p>1.Munculnya pesaing baru</p> <p>2.Banyak pesaing usaha sejenis di sekitar lokasi</p> <p>3..Kenaikan harga bahan baku</p> <p>4.Perubahan selera masyarakat</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>1. Mempertahankan cita rasa (S3, S4, S5, T1, T2, T3, T4)</p> <p>2. Menetapkan harga supaya tetap terjangkau dan bersaing (S1, S2, S6, T3, T4)</p> <p>3. Melakukan diferensiasi produk untuk berbagai kalangan (S3, S4, T1, T2, T3)</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>1. Dengan menghadirkan menu – menu baru bisa membuat masyarakat lebih tertarik (S1, S2, T1, T2, T3)</p> <p>2. Memberikan promo – promo yang menarik seperti diskon harga (W1, T1, T2, T3, T4)</p> <p>3. Memberikan tempat yang rapi</p>

		<p>dan bersih sehingga pelanggan nyaman makan ditempat (W4, W5, T1, T2, T4)</p>
--	--	--

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, maka hasil alternatif strategi pengembangan bisnis yang terbentuk adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO

- a. Untuk meningkatkan penjualan pada Warung Makan Padang Pojok Pleburan dilakukan pengembangan strategi pemasaran dengan memanfaatkan berbagai media sosial seperti Instagram, Tiktok, website dan lain sebagainya. Tidak hanya itu saja bisa dilakukan dengan melakukan promosi berbayar, endorsment dari influencer terkenal dan juga metode pemasaran lainnya.
 - b. Membuka cabang di tempat lain juga bisa menjadi ruang untuk Warung Makan Padang Pojok melebarkan sayapnya. Sehingga Warung Makan Padang Pojok bisa lebih dikenal banyak orang dan semakin maju.
-

2. Strategi WO

- a) Dalam penelitian ini didapatkan strategi WO Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah dengan memanfaatkan dan mengeksplor lagi media sosial dan media iklan lainnya supaya bisa lebih memaksimalkan pemasarannya
 - b) menambah berbagai varian menu baru supaya pelanggan lebih tertarik dan tidak bosan. Dengan demikian konsumen akan lebih banyak yang membeli di Warung Makan Padang Pojok Pleburan.
-

3. Strategi ST

- a. ST Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah dengan mempertahankan cita rasa
 - b. Menetapkan harga supaya tetap terjangkau dan tetap bersaing dengan pesaing lainnya
 - c. Juga dengan melakukan diferensiasi produk untuk berbagai kalangan. Supaya dengan adanya ancaman pesaing baru Warung Makan Padang pojok Pleburan bisa mencegahnya dengan strategi ST ini.
-

4. Strategi WT

- a) Dalam penelitian ini maka WT Warung Makan Padang Pojok Pleburan adalah perlu menghadirkan berbagai menu baru yang lebih bervariasi agar masyarakat luas lebih tertarik.
 - b) Warung Makan Padang Pojok Pleburan bisa memberikan promo-promo yang lebih menarik contohnya dengan memberikan diskon – diskon harga.
 - b. Warung Makan Padang Pojok Pleburan bisa membenahi tempatnya supaya lebih rapi dan bersih sehingga pelanggan bisa nyaman makan di tempat walaupun Warung Makan Padang Pojok Pleburan kecil dan sederhana.
-

Mempertimbangkan hasil analisis IE dan SWOT, merumuskan strategi yang cocok untuk Warung Makan Padang Pojok Pleburan termasuk mengidentifikasi aspek yang berbeda dari strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT. Sedangkan Warung Makan Padang Pojok Pleburan terletak pada posisi kuadran IV dari matriks IE artinya mewakili strategi pertumbuhan dan membangun yang mencakup berbagai strategi kedalaman, seperti yang dijelaskan dalam pembahasan di atas. mengembangkan produk agar lebih baik lagi di masa mendatang dengan terus meningkatkan kekuatan dan peluang, serta menghilangkan kelemahan dan ancaman.

