**PENGAJUAN ARTIKEL JURNAL**

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS KAFE DISTRICT RESTO &**

**BAR UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING**

Tommy Halim Wijaya

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

[tommyhalimw@yahoo.com](mailto:tommyhalimw@yahoo.com)

Eko Harry Susanto

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

**Abstract :**District Resto & Bar is one of the public spaces which is one of the industries engaged in Restaurant and bar. The purpose of this study is to analyze external factors and internal factors in District Resto & Bar in developing business in order to improve competitiveness. The research aims to formulate a strategy to implement District Resto & Bar. The strategy formulation starts from the analysis of the internal environment, external environment and industry environment of business, then using IFE matrix and EFE matrix scores to determine the position of District in IE matrix. The purpose is finding a suitable strategy to be implemented for District. The result of the IE matrix shows that café is at quandrant V “Hold and Maintain”, so the suitable strategy to be applied is the market penetration strategies and product development startegies. Implementation of the strategy consist of implementation of management strategies, organizational strategies of human resources, operational strategies, and financial strategies.

**Abstrak :** District Resto & Bar adalah salah satu ruang terbuka publik yang merupakan salah satu industri yang bergerak di industri kafe yang menggabungkan konsep restoran dan bar. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor eksternal dan faktor internal pada District Resto & Bar dalam mengembangkan bisnisnya agar dapat meningkatkan daya saing.Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan District Resto & Bar. Perumusan strategi dimulai dari analisis lingkungan internal, lingkungan eksternal dan lingkungan industri bisnis, dengan menggunakan hasil skor matriks IFE dan matriks EFE dalam matriks IE. Tujuannya adalah menemukan strategi yang akan diterapkan untuk District Resto & Bar.Hasil matriks IE menunjukkan bahwa Disrtrict Resto & Bar berada pada quandran V "tumbuh and kembangkan", sehingga strategi yang cocok untuk adalah penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Pelaksanaan implementasi strategi manajemen, strategi organisasi untuk sumber daya manusia, strategi operasional, dan strategi keuangan.

**Keywords:** strategy development, EFE matrix, IFE matrix, IE matrix, market penetration, product development.

**PENDAHULUAN**

Jakarta merupakan ibukota yang menjadi pusat pemerintahan dan perekonomian Indonesia. Sehingga menjadi faktor pendukung terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Ruang interaksi yang semakin kecil di Jakarta, serta adanya dorongan yang menginginkan suasana yang baru di tengah padatnya aktifitas sehari-hari untuk merelaksasikan diri, sehingga mendorong perpindahan ruang interaksi dari sebuah ruang kerja atau hunian menjadi ke tempat-tempat publik. Kafe adalah merupakan salah satu ruang publik yang semakin banyak dijumpai dan dikunjungi masyarakat metropolis di Jakarta sebagai salah satu alternatif ruang interaksi baru. Bisnis restoran dan kafe hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satu bisnis yang memiliki prospek yang cukup bagus, bahkan mampu bertahan dalam kondisi kritis. District Bar & Resto adalah salah satu industri yang bergerak di bidang kafe yang menggabungkan konsep restoran dan bar serta merupakan salah satu ruang publik yang terbesar di Jakarta. Meskipun usaha restoran dianggap beprospek cerah karena pada dasarnya makan dan minum adalah kebutuhan fisiologis manusia, Banyak restoran yang tutup akibat tidak mampu mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi dan perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha ini agar terus bersaing dengan lingkungan sekitar dimana adanya persaingan yang akan dihadapi. Keadaan seperti ini secara tidak langsung memaksa District Bar & Resto untuk lebih memperhatikan faktor lingkungan internal dan eksternal dalam meningkatkan perkembangan usaha dan daya saing dengan kompetitor. Oleh karena itu diperlukan strategi-strategi dan evaluasi manajemen yang tepat dalam menjalankan bisnis sehingga bisnis tersebut dapat terus berkembang dan bersaing.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan karya ini adalah :

* Menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal pada bisnis kafe District Resto & Bar
* Merumuskan strategi pengembangan bisnis yang dapat diaplikasikan dalam melakukan pengembangan bisnis kafe District Resto & Bar serta sesuai dengan kondisi lingkungan bisnis tersebut.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Food & Beverage Operation**

Departemen Tata Hidang atau dalam istilah popularnya adalah *food & beverage Departement* merupakan salah satu departemen memiliki peranan yang sangat penting pada kesuksesan operasional dan pendapatan Restoran secara umum. Restoran merupakan suatu bangunan tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada semua tamunya baik berupa makan dan minum. Perilaku konsumen datang ke restoran juga dipengaruhi oleh gaya hidup (*Lifestyle*). Menurut Kotler (2002:192) adalah Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

**Pengertian Manajemen Strategi**

Menurut David (2006:5) definisi manajemen strategi adalah sebagai berikut:

“Manajemen strategik adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.”

Menurut Pearce dan Robinson (2011:5) definisi manajemen strategik adalah kumpulan keputusan dan tindakan yang merupakan hasil dari formulasi dan implementasi, rencana, yang didesain untuk mencapai suatu tujuan suatu perusahaan.

**Analisis Lingkungan**

Analisis lingkungan adalah proses monitoring yang dilakukan terhadap lingkungan pada suatu organisasi tertentu yang bertujuan untuk mengindentifikasi peluang *(opportunity*) dan tantangan (*threat)* yang mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Tujuan dilakukannya analisis lingkungan adalah agar organisasi dapat mengantisipasi lingkungan organisasi sehingga dapat bereaksi yang cepat dan tepat untuk mencapai kesuksesan organisasi (Dirgantoro,2001).

**Analisis Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal merupakan terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dalam manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk keadaan dimana organisasi ini hidup (Hunger dan Whoelen, 2003).

**Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal merupakan terdiri dari variabel-variabel (kekekuatan dan kelemahan) yang berada di dalam organisasi dan biasanya tidak secara khusus dalam pengendalian jangka pendek dalam manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan dilakukan, yang meliputi struktur, budaya dan sumber daya dari organisasi (Hunger dan Wheelen, 2003)

**Analisis SWOT**

Menurut Rothaermel (2013:105) analisis SWOT adalah sebuah kerangka kerja yang memungkinkan para manajer untuk mempersatukan wawasan yang diperoleh dari analisis internal mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan analisis eksternal mengenai peluang dan ancaman bagi perusahaan.

**Matriks IFE dan EFE**

Matriks IFE dan EFE merupakan teknik yang digunakan pada tahap masukan dari kerangka kerja perumusan strategi. Matriks IFE dan EFE beserta dengan peryataan misi yang jelas menyediakan informasi dasar yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi secara sukses, dengan syarat teknik ini disertai dengan penilaian intuitif yang baik dalam menetapkan pembobotan dan penialaian yang tepat.

**Matriks IE**

Matriks IE (*Internal-Ekstenal*) merupakan salah satu parameter yang meliputi matrik parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal perusahaan yang masing-masing akan diidentifikasi ke dalam faktor eksternal dan internal melalui matriks *Eksternal Faktor Evaluation* (EFE) dan *Internal Factor Evaluation* (IFE). Tujuan penggunaan matriks IE adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat perusahaan yang lebih detail (Rangkuti,2006)

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Menurut Bogdan & Taylor (dalam Mulyana, 2004 : 145), menjelaskan bahwa metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Jenis penelitian yang dilakukan pada tesis ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bisa juga diartikan sebagai penelitian yang tidak mengadakan perhitungan. Bogdan & Taylor (Moleong, Lexy J, 2009:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif seringkali diartikan sebagai teknik-teknik yang dapat memberi arti kepada beratus-ratus lembar catatan, dan perilaku yang ada dala, catatan peneiti, yang terdiri dari bermacam-macam fenomena, peristiwa, semua hal yang menarik di lapangan, yang diperkirakan dapat mendukung analisis terhadap permasalahan penelitian (Fred Davis dalam Susanto Eko Harry, 2018)

**Sumber dan Pengumpulan data**

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cerita-cerita yang dapat digunakan perisel untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2006 : 91). Teknik pengumpulan data dibedakan menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung. Data ini berisikan seluruh jawaban mengenai topik penelitian yang sedang diteliti sekarang.

* Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Maksud dari wawancara menurut Lincoln & Guba (dalam Moleong, Lexy J, 2009 : 186), antara lain mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain lain

* Observasi atau pengamatan

Menurut Denzui (dalam Mulyana, 2004 : 163), observasi atau pengamatan berperan serta dan dapat diartikan sebagai strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara dengan informan, partisipasi, dan observasi secara langsung dan intropeksi.

**ISI DAN PEMBAHASAN**

**Tabel Matriks EFE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Faktor Strategi Eksternal** | **Bobot** | **Rating** | **Skor** |
| **Peluang (*Opportunity)*** | | | | |
| 1. | Meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 2. | Pemanfaatan teknologi internet | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 3. | Kekuatan daya tawar pembeli | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 4. | Kekuatana daya tawar pemasok | 0,1 | 3 | 0,3 |
| **Ancaman (*Threat)*** | | | | |
| 1. | Kenaikan harga bahan baku | 0,15 | 2 | 0,3 |
| 2. | Ancaman pendatang baru | 0,1 | 1 | 0,1 |
| 3. | Ancaman produk substitusi | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 4. | Persaingan dalam industri yang tinggi | 0,15 | 1 | 0,3 |
| **Jumlah** | | | | **2,7** |

**Tabel Matriks IFE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Faktor Strategi Internal** | **Bobot** | **Rating** | **Skor** |
| **Kekuatan (*Strength*)** | | | | |
| 1. | Berlokasi di wilayah strategis | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 2. | Memiliki bahan baku berkualitas | 0,10 | 3 | 0,3 |
| 3. | Penggunaan media promosi yang baik | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 4. | Memiliki menu yang bervariasi | 0,15 | 3 | 0,45 |
| **Kelemahan (*Weakness)*** | | | | |
| 1. | Tidak adanya takaran rasa makanan | 0,15 | 2 | 0,3 |
| 2. | Keluar masuk karyawan yang tinggi | 0,10 | 2 | 0,2 |
| 3. | Harga jual yang tinggi | 0,10 | 1 | 0,1 |
| 4. | Ketergantungan pada pemilik | 0,10 | 2 | 0,2 |
| **Jumlah** | | | | **2,6** |

**Tabel Matriks IE**

Kuat Sedang Rendah

4-3 < 3 - 2 < 2 - 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| (I) | (II) | (III) |
| (IV) | (V) | (VI) |
| (VII) | (VIII) | (IX) |

Tinggi

4-3

Sedang

<3 - 2

Rendah

< 2 - 1

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

* Hasil matriks IFE menunjukan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama adalah memiliki berlokasi di wilayah strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen. Sedangkan kelemahan utama adalah harga jual yang tergolong tinggi dari para pesaing-pesaing.
* Hasil matriks EFE yang menunjukan bahwa faktor yang menjadi peluang utama adalah meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia yang berpengaruh kepada gaya hidup masyarakat. Sedangkan ancaman utama adalah ancaman bagi pendatang baru yang memiliki konsep lebih baik dari District Resto & Bar dan persaingan industri yang tinggi karena banyaknya para pesaing yang memiliki konsep resto dan menu makanan yang sama.
* Hasil matriks IE menunjukan bahwa berada pada kuadran V yang disebut dengan *Hold & Maintain* (Tumbuh dan Kembangkan). Berdasarkan hasil tersebut maka alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh District Resto & Bar adalah dengan melakukan penetrasi pasar dan pengembangan produk.

**Saran**

* Strategi penetrasi pasar seharusnya dilakukan dengan mengkombinasi dari strategi harga yang kompetitif, iklan, dan promosi. Strategi penetrasi pasar merupakan strategi yang penting untuk District Resto & Bar karena berada di kota metropolitan ibu kota Jakarta karena memiliki akses yang mudah dalam hal distribusi. Maka dari itu, District Resto & Bar harus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan lebih baik lagi agar masyarakat lebih mengenal District Resto & Bar juga produk-produknya.
* Strategi pengembangan produk seharusnya dilakukan dengan pemunculan gagasan ide-ide baru, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, dan pengujian pasar. Dalam setiap proses pengembangan produk, manajemen harus mereview dan mengambil keputusan untuk strategi yang akan dijalankan.Strategi. Maka dari itu, District Resto dan Bar diharapkan untuk lebih kreatif dan berinovasi lagi dalam menambahkan produk-produknya.

**DAFTAR PUSTAKA**

David, Fred R. (2006). *Strategic Management : Concept (12th Ed.)* New Jersey, USA : Pearson Education – Prentice Hall

Dirgantoro, C. (2001). Manajemen stratejik : Konsep, Kasus dan Implementasi. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Hunger, J.D and Wheelen,T.L. (2008). *Strategic Management and business policy (10th ed.)*, Florida Precentice Hall.

Kotler, Phillip & Kevin Lane, Keller. (2012). *Marketing Management (14th ed.).* New Jersey : Pearson Education

Moleong, Lexy J. 2005. Metode penelitian kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Pearce II, John A and Richard B. Robinson, JR. (2011). *Strategic Management : Formulation, Implementation and Control (10th ed.)*, New York : Mcgraw Hill

Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT : Tehnik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Susanto, Eko Harry. (2018). Komunikasi Manusia. Jakarta : PT Mitra Wacana Media

http://[kemenpar.go.id](http://www.budpar.go.id)

.