

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. DESKRIPSI DATA PENELITIAN**

##### **1. Sejarah Umum Warung Bakso Solo Lumayan**

Warung Bakso Solo “Lumayan” sudah beroperasi sejak 25 September 1984. Dimulai dengan modal yang minim dengan sistem berjualan keliling Bapak Daliman memulai usahanya. Pada masa awal beroperasinya Bakso Solo Lumayan Bapak Daliman hanya menggiling 3 kg daging sapi untuk setiap 2 hari. Itupun beliau harus pulang pergi Kesugihan – Purwokerto untuk menggilingkan daging.

Setelah 3 bulan menjalankan usaha bakso dengan sistem keliling, beliau menemukan moment yang tepat untuk mengembangkan bisnisnya, yaitu Haul Masyayikh PP. AL Ihya Ulumaddin tahun 1984. Yang awalnya hanya 3 kg untuk 2 hari, beliau saat masa haul PP. Al Ihya Ulumaddin dapat menggiling daging sampai 15 kg. itulah titik awal berkembangnya bisnis Bapak Daliman, Bakso Solo Lumayan. Dikarenakan banyak pengunjung Haul dari berbagai daerah yang menyempatkan untuk makan di warung beliau yang saat itu sudah mulai berjualan di dalam Pasar Kliwon Kesugihan.

Usaha beliau semakin pesat dengan moment lebaran Idul Fitri. Setelah berhasil menunjukkan cita rasa Bakso Solo Lumayan pasca moment Haul, otomatis kesan para konsumen pun sudah mulai naik. Pada moment lebaran

ini Bapak Daliman setiap harinya menggiling daging sapi sebanyak 15 kg, dan proses penggilingannya masih dilakukan di Purwokerto. Pada masa ini Bapak Daliman sudah mulai menempati kios kecil berukuran 6 X 4 meter di depan Pasar Kliwon Kesugihan. Beliau menceritakan pada saat itu betul-betul permintaan akan baksonya betul-betul meningkat.

Setelah usahanya semakin pesat, Bapak Daliman, yang saat itu harus berhubungan jarak jauh dengan istrinya yang ada di Solo, berani menjemput istrinya untuk ikut serta bersama beliau untuk mengelola usaha Bakso Solo Lumayan miliknya di kios baru yang juga lokasi sekarang berdirinya Bakso Solo Lumayan. Pucuk di cinta ulam pun tiba. Mungkin itulah peribahasa yang tepat untuk menggambarkan proses usaha beliau. Setelah berhasil menempati kios kecil di depan Pasar Kliwon dan berpindah ke lokasi sekarang, pada tahun 1987 terdapat event berskala nasional yang diadakan di Pondok Pesantren Al Ihya Ulumaddin Kesugihan, yaitu Munas Alim Ulama NU pada 15 – 18 November 1987. Event tersebut semakin mengokohkan akar usaha Bapak Daliman. Mulai saat itu Bapak Daliman rata-rata dapat menggilingkan daging sebanyak 20 kg setiap harinya.

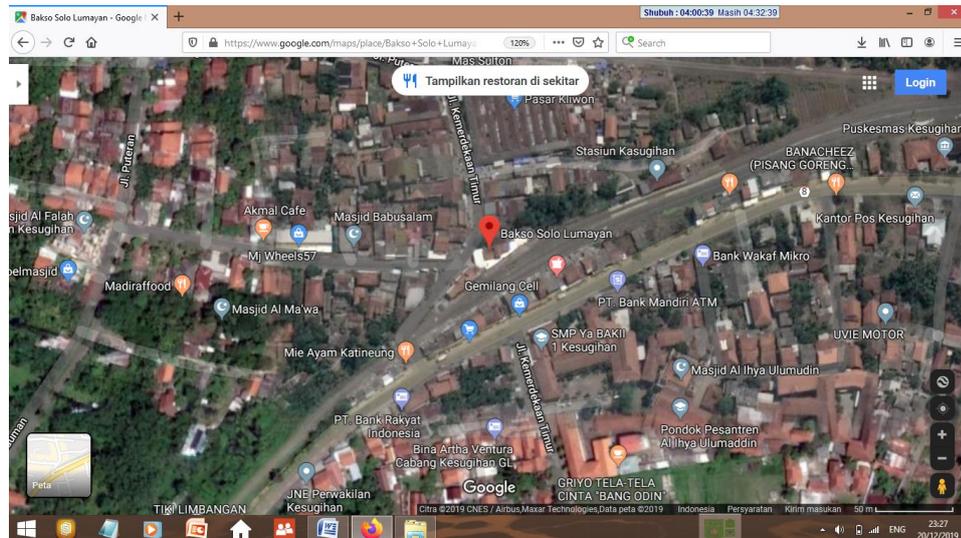
Begitulah proses perjalanan usaha Warung Bakso Solo Lumayan milik Bapak Daliman. Berawal dari berjualan keliling dan 1,5 kg daging setiap harinya, sekarang Bapak Daliman membutuhkan 1 ekor sapi untuk memenuhi kebutuhan permintaan konsumen dalam 3 hari. Dan juga sekarang Bakso Solo Lumayan sudah mempunyai cabang usaha di depan Pasar Sampang. Pastilah dalam setiap tahapan proses tidak selalu mudah. Banyak juga kendala-

kendala yang dialami beliau. Namun berkat strategi yang tepat dan konsistensi kualitas membuat Warung Bakso Solo Lumayan tetap eksis sampai saat ini. Bahkan justru sudah menjadi tempat iconic tersendiri di Kesugihan, sampai-sampai ada yang bilang, “ke Kesugihan belum afdol kalau belum menikmati Bakso Solo Lumayan”.

## **2. Letak Geografis Warung Bakso Solo Lumayan**

Menurut penulis, lokasi Bakso solo Lumayan sangat strategis. Karena berada tepat di persimpangan Jl Kauman Kesugihan dan termasuk menjadi jalan utama masyarakat untuk melakukan kegiatan perekonomian di Pasar Kliwon Kesugihan. Ditambah lagi saat ini lokasi usaha Bakso Solo Lumayan sudah direnovasi dengan banner besar yang dapat dibaca dari arah manapun membuat daya pikat Bakso Solo Lumayan ini semakin bertambah. Berlokasi di Jl. Kemerdekaan Timur Rt. 02 Rw. 07 Desa Kesugihan Kecamatan Kesugihan Kabupaten Cilacap, dengan sebelah utara berbatasan dengan kios make up, sebelah barat langsung dengan Jl. Kemerdekaan Timur, sebelah selatan berbatasan dengan Warung Makan Bu Sal, dan sebelah timur berbatasan dengan rel kereta api.

**Gambar 4 1 Lokasi Bakso Solo Lumayan dari Google Maps**



Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Bakso+Solo+Lumayan/@-7.618924,109.1206949,298m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x2e656bc33145199b:0xaa47e0663ede2355!8m2!3d-7.618725!4d109.1206882> diakses pada tanggal 20 Desember 2019, pukul 23.35 WIB

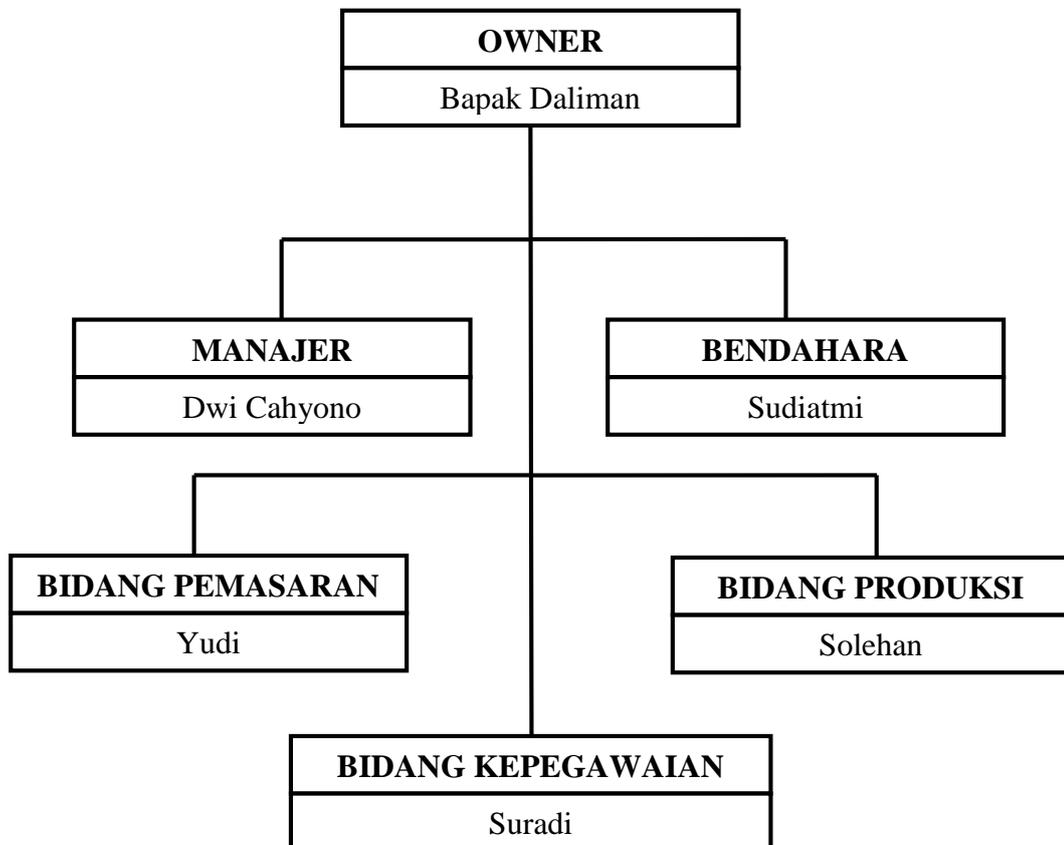
### **3. Struktur Organisasi Warung Bakso Solo Lumayan**

Struktur organisasi merupakan salah satu syarat untuk menunjang suksesnya suatu perusahaan dalam beroperasi dan mengorganisir sumber daya yang dimiliki agar tujuan perusahaan dapat dicapai, yaitu dengan memilih struktur organisasi yang baik dan tepat menempatkan sumber daya dengan benar.

Agar tercapai suatu struktur organisasi yang baik dan jelas, maka pimpinan perusahaan memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas tentang sifat dan perilaku perusahaan sehingga dapat memiliki dan merekrut personil yang cakap dan berdaya guna.

**Gambar 4 2 Struktur Organisasi Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan**

**Struktur Organisasi Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan**



Adapun tugas dan, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Owner/pemilik
  - a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
  - b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
  - c. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.

- d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- e. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungan dunia luar perusahaan.
- f. Menetapkan strategi-strategi yang strategis untuk mencapai visi misi perusahaan.
- g. Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan diperusahaan.
- h. Mengangkat dan memberhentikan perusahaan

## 2. Manajer

- a. Mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan.
- b. Menggantikan posisi pemilik ketika sedang berada diluar

## 3. Bendahara

- a. Mengelola keuangan
- b. Menghitung uang keluar dan masuk serta keuntungan yang didapat per hari

## **4. Visi, Misi Dan Tujuan Warung Bakso Solo Lumayan**

“Kami berkomitmen tinggi untuk menghasilkan produk halal, dengan hanya menggunakan bahan yang telah disetujui oleh LPPOM dan diproduksi dengan menggunakan peralatan yang bebas dari najis, kami akan mencapainya dengan membentuk tim manajemen halal dan melaksanakan dengan sungguh-sungguh semua prosedur operasional”

## 5. Keadaan Karyawan

Karyawan atau tenaga kerja merupakan faktor yang sangat diperlukan dalam menjalankan aktivitas produksinya. Jumlah karyawan pada Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan yaitu sebanyak 8 (delapan) orang dan semuanya bekerja dengan sistem borongan gotong royong. Artinya semua karyawan diharuskan bisa melakukan semua pekerjaan bersama sama dan tidak ada tugas pokok. Alasannya karena jika satu orang sudah selesai melaksanakan pekerjaan maka tidak ada lagi tanggungan yang akan dikerjakan. Hal ini yang tidak diperkenankan oleh pemilik. Maka dari itu, karyawan harus melakukan tugas bersama dan selesai bersama.

Adapun gaji dan upah tenaga kerja Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan. Gaji dan upah tenaga kerja merupakan faktor yang sangat besar bagi tenaga kerja untuk memotivasi semangat kerja. Sistem penggajian pada Warung Bakso Solo Lumayan yaitu untuk :

- a. 2 (dua) orang sebagai karyawan kepercayaan atau karyawan yang ahli dibidang produksi dan termasuk karyawan lama Rp 80.000,- (delapan puluh ribu) per hari dengan biaya operasional sehari-hari (makan, tunjangan kesehatan dan lain-lain) ditanggung pemilik Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan.
- b. 4 (satu) orang lainnya sebagai karyawan bagian pelayanan dan lapangan (distribusi produk) yaitu senilai Rp 70.000,- (tujuh puluh ribu) per hari.

- c. 2 (lima) orang karyawan lainnya yaitu karyawan perempuan sebagai petugas dapur di bagian belakang warung dengan sistem borongan yaitu senilai Rp 60.000,- (enam puluh ribu)

Pada sistem gaji ketika ada karyawan yang kerjanya bagus maka akan di naikan sesuai dengan pekerjaannya.

## 6. Sarana Dan Prasarana

Keadaan sarana dan prasarana Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan masih sangat layak, mulai dari temoat produksi, tempat peracikan bakso, peralatan yang digunakan, tempat atau warung bakso hingga tempat parkir yang memadai. Proses produksi dari bahan hingga menjadi barang jadi dapat berjalan dengan lancar karena tersedianya sarana dan prasarana yang masih layak pakai.

**Table 4 1 Sarana dan Prasarana Warung Bakso Solo Lumayan**

### **Kesugihan**

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Keadaan
1	Kios	1	Layak pakai
2	Dapur	1	Layak pakai
3	MCK dan tempat beribadah	1	Layak pakai
4	Gudang	1	Layak pakai
5	Mobil L 300	1	Layak pakai
6	Tosa	1	Layak pakai
7	Motor	1	Layak pakai
8	Meja	12	Layak pakai

9	Kursi	24	Layak pakai
10	Tempat parkir	1	Layak pakai
11	Kandang sapi	1	Layak pakai

*Sumber: Data Olahan 2020*

Keterangan :

a. Sarana

1. Kios/warung

Kios/warung merupakan tempat yang digunakan untuk aktivitas menjual bakso. Kios Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan berada di area yang sangat strategis dan mudah diakses yaitu di tengah-tengah pasar kliwon yang sudah dipastikan sangat rami orang lalu lalang. Kios/warung ini cukup luas dan nyaman serta masih layak pakai.

2. Dapur

Dapur merupakan tempat produksi dan meracik bakso dan mie. Semua aktivitas memasak berada didapur dan ini berada di bagian paling belakang kios/warung. Dapur ini masih tergolong layak pakai dan baik digunakan.

3. MCK dan Tempat Ibadah

MCK(Mandi, Cuci, Kakus) dan tempat beribadah pada Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan berada disamping kios/warung yang sangat mudah dijangkau dan masih sangat layak pakai.

4. Gudang

Gudang pada Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan digunakan untuk menyimpan berbagai peralatan yang sudah tidak layak pakai dan berbagai perlengkapan produksi yang digunakan untuk memproduksi dan meracik bakso. Gudang ini juga masih layak pakai.

#### 5. Mobil L300

Mobil L300 ini digunakan oleh Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan untuk alat transportasi dan mengangkut berbagai macam barang kebutuhan produksi. Dan mobil ini sangat layak dipakai.

#### 6. Tosa

Tosa ini digunakan Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan untuk mengangkut rumput pakan dari sapi menuju kandang sapi milik Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan. Tosa yang dimiliki Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan masih sangat layak pakai dan sering digunakan.

#### 7. Motor

Motor milik Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan digunakan untuk alat transportasi jarak dekat. Motor ini terbilang masih sangat layak pakai.

#### 8. Meja

Meja milik Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan untuk memenuhi kenyamanan pelanggan dalam menyantap hidangan bakso. Meja pada Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan terdapat 12 buah dan masih sangat layak pakai.

## 9. Tempat Parkir

Tempat parkir Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan berada di area paling depan dimana atasnya terdapat seng sebagai atap parkir untuk melindungi kendaraan dari panas matahari dan hujan. Tempat parkir ini juga masih sangat layak pakai.

## 10. Kandang Sapi

Kandang sapi milik Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan digunakan untuk tempat penyimpanan sapi yang hendak disembelih. Tempat sapi ini cukup luas dan masih layak pakai.

# **B. ANALISIS DATA**

## **1. Analisis Matriks IFE**

Analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh terhadap Warung Bakso Solo Kesugihan. Penilaian bobot dan rating di peroleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pihak internal Warung Bakso Solo Kesugihan yaitu Pemilik dan sebagian karyawan. Pemberian bobot oleh masing-masing narasumber dan penghitungan nilai bobot pada setiap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) dapat dilihat pada lampiran 2, sedangkan pemberian rating oleh masing-masing narasumber dan perhitungan nilai rating rata-rata setiap peubah dapat dilihat pada lampiran 3. Setelah itu nilai bobot (a) dan nilai rating rata-rata (b) dimasukkan kedalam matriks IFE dan dilakukan penghitungan nilai dengan

mengalihkan nilai bobot dengan nilai rating rata-rata. Hasil analisis matriks IFE dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Table 4 2 Hasil Analisis IFE Warung Bakso Solo Kesugihan**

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Bobot (a)	Rating(b)	Nilai a x b
	<b>Kekuatan</b>			
A.	Produk			
1	menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet	0.07	2.4	0.176
2	mudahnya memperoleh bahan baku	0.07	2.8	0.185
3	citarasa yang selalu disukai pelanggan	0.06	2.6	0.154
4	sudah mempunyai brand dilingkungan setempat	0.06	2.6	0.154
B.	Harga			
1	tingkat harga yang beragam	0.06	2	0.125
C.	Lokasi			
1	lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar	0.07	2	0.146
2	kebersihan yang selalu dijaga	0.06	2.8	0.176
3	pelayanan yang baik dan cekatan	0.06	2.4	0.134
4	fasilitas yang nyaman dan memadai	0.07	2.8	0.185
D.	Promosi			
1	promosi secara langsung	0.07	2	0.132
	<b>Kelemahan</b>			
A.	Produk			
1	varian rasa yang monoton	0.06	3.4	0.201
B.	Harga			
1	harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik	0.07	3	0.209
C.	Lokasi			
1	lokasi yang bising karena berada ditengah pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api	0.06	2	0.125
2	lahan parkir yang terbilang sempit	0.05	3.4	0.166

D.	Promosi			
1	promosi yang kurang maksimal	0.06	3.4	0.213
2	masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi	0.05	3.4	0.178
		1	43	2.661

*Sumber: Data Olahan 2020*

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matriks IFE diperoleh total skor yang dimiliki Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan sebesar 2,661. Skor bobot total yang berada diatas rata-rata 2,5 mengindikasikan bahwa Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan memiliki posisi internal kuat, maka mampu mengurangi kelemahan yang ada.

Hasil dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa faktor strategi internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan, yaitu mudahnya memperoleh bahan baku dengan skor 0,185. Karena kita tahu sendiri Warung Bakso Solo memiliki kandang dan tempat jagal sendiri atas nama milik perusahaan. Yang kedua, kekuatan utama perusahaan adalah fasilitas yang nyaman dan memadai yang juga memiliki skor sama yaitu 0,185 sebagaimana kepuasan pelanggan dan kenyamanan adalah paling utama.

Kelemahan utama yang dimiliki oleh Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan adalah promosi yang kurang maksimal dengan skor 0,213. Hal ini membuat perusahaan mengalami kesulitan untuk mengembangkan perusahaannya, karena hanya dengan mengandalkan promosi dari mulut ke

mulut tanpa memaksimalkan sumber daya teknologi yang sedang berkembang.

## 2. Analisis Matriks EFE

Analisis matriks EFE (*External Faktor Evaluation*) merupakan hasil dari identifikasi faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan. Setelah menentukan peluang dan ancaman Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan, dilakukan penyebaran kuesioner kepada pihak eksternal perusahaan berupa pelanggan dan pesaing. Pemberian bobot dan penghitungan nilai bobot setiap peluang dan ancaman oleh masing-masing narasumber dapat dilihat pada lampiran 2. Sedangkan pemberian rating dan penghitungan nilai rating rataan setiap peluang dan ancaman dapat dilihat pada lampiran 3. Selanjutnya nilai bobot (a) dan nilai rating rataan (b) dimasukkan ke dalam matriks EFE dan dilakukan penghitungan nilai dengan mengalikan nilai bobot dengan nilai rating rataan. Hasil analisis matriks EFE Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan dapat dilihat dibawah ini.

**Table 4 3 Hasil Analisis EFE Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan**

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Bobot (a)	Rating(b)	Nilai a x b
	<b>Peluang</b>			
A.	Lingkungan Mikro			
1	bakso banyak digemari oleh masyarakat	0.07	2.4	0.159

2	terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial	0.08	3	0.249
3	pertumbuhan pangsa pasar yang luas	0.06	2.4	0.139
4	bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan	0.06	3	0.187
B.	Lingkungan Makro			
1	berkembangnya TIK yang semakin canggih	0.08	2.8	0.221
2	hubungan baik dengan para pelaku UMKM	0.07	2.4	0.169
3	peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat	0.07	2.2	0.155
4	perubahan gaya hidup masyarakat	0.06	2	0.124
	<b>Ancaman</b>			
A.	Lingkungan Mikro			
1	faktor cuaca (alam) yang tidak menentu	0.07	2.2	0.146
2	banyak usaha bakso dimana-mana	0.07	2.8	0.209
3	pesaing yang memiliki harga relatif murah	0.08	2.8	0.221
4	kemungkinan adanya isu-isu negatif terhadap bakso yang dijual (bakso boraks)	0.08	2.4	0.189
B.	Lingkungan Makro			
1	fluktuasi harga bahan baku	0.09	3	0.261
2	isu kualitas bahan baku	0.06	2	0.124
		1	35.4	2.555

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matriks EFE (*External Factor Evaluation*) diperoleh total skor yang dimiliki oleh Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan sebesar 2,555. Skor bobot yang berada dibawah 2,5 mengindikasikan bahwa perusahaan belum mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada dalam mengatasi ancaman.

Dapat dilihat faktor strategi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Warung Bakso Solo Lumayan. Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial dengan skor 0,249. Sedangkan ancaman yang dihadapi Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan yaitu fluktuasi harga bahan baku dengan skor 0,261. Dengan ketidakstabilan harga bahan baku membuat perusahaan harus selalu dinamis mengikuti perkembangan dan Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan meningkatkan harganya setiap tahun sesuai harga bahan baku.

Dari tabel 4.3 dan 4.4 didapatkan jumlah skor rata-rata untuk faktor internal 2,661 dan faktor eksternal 2,555. Pada tabel 4.5 dapat dilihat faktor-faktor internal dan eksternal Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan secara keseluruhan, yang disusun berurutan sesuai dengan hasil pembobotan yang telah dilakukan.

### **3. Analisis Matriks IE**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks IFE (*Internal Matriks Evaluation*) dan matriks EFE (*External Matriks Evaluation*) untuk mengetahui posisi perusahaan dan mempermudah dalam pemilihan alternatif strategi, maka hasil analisis dari IFE dan EFE dipertajam dengan analisis internal dan eksternal yang menghasilkan matriks IE. Jumlah skor rata-rata untuk faktor internal yaitu 2,661. Hal ini menunjukkan bahwa posisi Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan tergolong kuat, sedangkan jumlah skor rata-rata untuk faktor eksternal yaitu 2,555 menunjukkan bahwa posisi

Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan berada pada sel V. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk digunakan adalah menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk.

Strategi penetrasi pasar adalah strategi untuk meningkatkan dan mengembangkan pangsa pasar produk yang sudah ada di Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan. Peningkatan pangsa pasar produk ini dapat dilakukan dengan lebih gencar melakukan promosi, memperluas wilayah distribusi dan pemasaran, mempertahankan harga, menjalin kerja sama dengan rekan, membangun cabang ditempat yang strategis serta melakukan pengembangan produk atau memperbaiki produk yang sudah ada.

**Table 4 4 Matriks Internal-Eksternal**

**Skor Total IFE**

**MATRIK INTERNAL-EKSTERNAL**

		Skor Total IFE		
		Kuat	Rataan	Lemah
Skor Total EFE	Tinggi	4	3	2
		4	2,661	1
		I Tumbuh dan bina	II Tumbuh dan bina	III Pertahankan dan pelihara
	3			
		IV Tumbuh dan bina	V Menjaga dan pertahankan	VI Divestasi
	Tengah	2		
	2,555			
		VII Pertahankan dan pelihara	VIII Divestasi	IX Divestasi
	1			

1 Alternatif strategi yang dihasilkan pada matriks IE merupakan strategi umum tidak memiliki implementasi strategi yang lebih teknis pada tingkat perusahaan. Oleh karena itu matriks IE dilengkapi oleh matriks SWOT yang berupa langkah-langkah kongkrit yang dapat memberikan uraian lebih detail mengenai alternatif strategi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.

#### 4. Analisis Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai alternatif secara sistematis untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknes*) dan ancaman (*Treath*). Jadi, analisis SWOT membandingkan antara faktor internal dan eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan maka dapat disusun beberapa alternatif strategi berdasarkan analisis matrik SWOT. Hasil dari analisis matrik SWOT pada Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan dapat dilihat pada tabel berikut.

**Table 4 5 Matriks SWOT Warung Bakso Solo Lumayan**

<b>FAKTOR INTERNAL</b>	<b>KEKUATAN (S)</b>	<b>KELEMAHAN (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet</li><li>2. Mudah nya memperoleh bahan baku</li><li>3. Citarasa yang selalu disukai pelanggan</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Varian rasa yang monoton</li><li>2. Harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik</li><li>3. Lokasi yang bising karena berada ditengah</li></ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Sudah mempunyai brand dilingkungan setempat</li> <li>5. Tingkat harga yang beragam</li> <li>6. Lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar</li> <li>7. Kebersihan yang selalu dijaga</li> <li>8. Pelayanan yang baik dan cekatan</li> <li>9. Fasilitas yang nyaman dan memadai</li> <li>10. Promosi secara langsung</li> </ol>	<p>pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Lahan parkir yang terbilang sempit</li> <li>5. Promosi yang kurang maksimal</li> <li>6. Masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>FAKTOR EKSTERNAL</b></p> <p><b>PELUANG (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bakso banyak digemari oleh masyarakat</li> <li>2. Terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahan kualitas produk yang terjamin dan halal. (S1,S2,S3,O1,O3,O8)</li> <li>2. Meningkatkan integritas dengan mengembangkan produk kepada masyarakat.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovatif dalam menciptakan varian rasa yang terbaru dan masa kini dengan melihat permintaan pelanggan. (W1, W2, W5, W6, O1, O2, O3, O4)</li> </ol>

<p>menjadi pembeli potensial</p> <p>3. Pertumbuhan pangsa pasar yang luas</p> <p>4. Bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan</p> <p>5. Berkembangnya TIK yang semakin canggih</p> <p>6. Hubungan baik dengan para pelaku UMKM</p> <p>7. Peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat</p> <p>8. Perubahan gaya hidup msyarakat</p>	<p>(S4, S6, S7, S8, S9, O3,O5,O7)</p> <p>3. Membuat <i>website</i> resmi dan tetap konsisten melakukan promosi (S4, S6, S9, O3, O5, O7)</p>	<p>2. Membuka cabang baru yang potensial di beberapa daerah terdekat serta memperluas pangsa pasar. (W5, W6, O5, O7, O8)</p>
<p><b>ANCAMAN (T)</b></p> <p>1. Faktor cuaca (alam) yang tidak menentu</p> <p>2. Banyak usaha bakso dimana-mana</p>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <p>1. Meningkatkan loyalitas konsumen. (S3, S4, T2, T3, T6)</p>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <p>1) Mempertahankan harga jual produk dipasaran. (W2, T2, T3, T5, T6)</p>

3. Pesaing yang memiliki harga relatif murah		
4. Kemungkinan adanya isu-isu negatif terhadap bakso yang dijual (bakso boraks)		
5. Fluktuasi harga bahan baku		
6. Isu kualitas bahan baku		

Sumber: Data Olahan 2020

a. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini adalah untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang dapat digunakan yaitu pertama, mempertahankan kualitas produk yang terjamin dan halal. dengan bahan yang segar dan berkualitas maka akan sangat bagus dan rasa yang enak dalam menghasilkan produk.

Kedua, Meningkatkan integritas dengan mengembangkan produk kepada masyarakat. Faktor citarasa sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian apalagi pada persaingan yang semakin ketat ini, citarasa yang sudah pasti enak dan konsisten dengan dibarengi dengan menciptakan produk baru akan membuat konsumen akan selalu membeli produk tersebut.

Ketiga, Membuat *website* resmi dan tetap konsisten melakukan promosi. Hal ini dapat meningkatkan nilai penjualan karena semua bisnis kuliner pada masa sekarang sudah berbasis digital.

b. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat digunakan yaitu Meningkatkan loyalitas konsumen. Meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan sangat penting sehingga perusahaan harus memberikan yang terbaik untuk konsumen baik dari segi kualitas produk maupun pelayanannya. Dari segi kualitas produk perlu diperhatikan cita rasa produk, kandungan gizi, mutu bahan olahan, variasi produk, sertifikat halal, BPOM, dan Kesmavet. Dalam segi pelayanan dapat dilakukan dengan cara self service, pelayanan yang baik terhadap konsumen, membuat tempat parkir yang luas dan lokasi yang strategis, serta mengadakan program lingkaran rezeki. Dengan begitu konsumen akan merasa nyaman dalam berkunjung ke warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan. Hal itu perlu dilakukan untuk menjaga pangsa pasar terhadap ancaman pendatang baru, tingkat persaingan restoran tinggi, ancaman produk pengganti dan kekuatan tawar-menawar pembeli.

c. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu pertama, Inovatif dalam menciptakan varian rasa yang

terbaru dan masa kini dengan melihat permintaan pelanggan. Kedua, Membuka cabang baru yang potensial di beberapa daerah terdekat serta memperluas pangsa pasar. Hal ini penting dilakukan agar jaringan makin luas.

d. Strategi W-T (*Weaknesses-Treathts*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu Mempertahankan harga jual produk dipasaran. Harga jual produk dan kebijakan penetapan harga dikendalikan langsung oleh perusahaan sehingga konsumen tidak dapat leluasa melakukan efisiensi biaya. Dengan tidak mengurangi mutu produk perusahaan tetap harus mempertahankan harga jual guna mengantisipasi adanya pendatang baru dan persaingan yang tinggi antar usaha dengan penetapan harga yang rendah. Untuk itu pembentukan *image* dalam penjualan perlu ditekankan, sehingga memiliki nilai lebih dan terbebas dari isu kualitas bahan baku.

## 5. Analisis Matriks QSPM

Tahap terakhir dalam perumusan alternatif strategi setelah sebelumnya memilih beberapa alternatif strategi yaitu melakukan pengambilan keputusan untuk memilih strategi apa yang paling tepat untuk digunakan oleh perusahaan yaitu dengan menggunakan matrik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yaitu untuk meringkas dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor internal dan

eksternal perusahaan dengan pendekatan *marketing mix* yang sudah diidentifikasi sebelumnya. QSPM diperoleh dari hasil perhitungan dengan mengalikan rata-rata bobot dari masing-masing identifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dengan nilai daya tarik (AS) maka akan diperoleh nilai total daya tarik (TAS) dapat dilihat pada lampiran 7. Matrik ini akan menghasilkan tindakan-tindakan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan oleh *home industry* Subama Batik. Pilihan alternatif strategi dari matrik SWOT yang dapat dipilih yaitu dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini :

**Table 4 6 Tabel Matrik QSPM**

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Mempertahan kualitas produk yang terjamin dan halal	5.327	6
2	Meningkatkan integritas dengan mengembangkan produk kepada masyarakat	5.152	7
3	Membuat <i>website</i> resmi dan tetap konsisten melakukan promosi	5.628	3
4	Meningkatkan loyalitas konsumen	5.400	5
5	Inovatif dalam menciptakan varian rasa yang terbaru dan masa kini	5.588	4

	dengan melihat permintaan pelanggan		
6	Membuka cabang baru yang potensial di beberapa daerah terdekat serta memperluas pangsa pasar	5.744	2
7	Mempertahankan harga jual produk dipasaran	5.761	1

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan hasil perhitungan TAS, alternatif strategi yang paling diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu mempertahankan harga jual produk dengan skor TAS sebesar 5,761. Alternatif strategi tersebut lebih diprioritaskan oleh perusahaan dikarenakan harga jual produk dan kebijakan penetapan harga dikendalikan langsung oleh perusahaan sehingga konsumen tidak dapat leluasa melakukan efisiensi biaya. Dengan tidak mengurangi mutu produk perusahaan tetap harus mempertahankan harga jual guna mengantisipasi adanya pendatang baru dan persaingan yang tinggi antar usaha dengan penetapan harga yang rendah. Untuk itu pembentukan *image* dalam penjualan perlu ditekankan, sehingga memiliki nilai lebih dan terbebas dari isu kualitas bahan baku.

Alternatif strategi yang paling tidak diminati yaitu meningkatkan integritas dengan mengembangkan produk kepada masyarakat dengan skor TAS sebesar 5.152. alternatif strategi ini sangat tidak diminati oleh pemilik

karena keterbatasan sumber daya yang dianggap kurang mendukung dan sampai saat ini belum menemukan produk baru.

### **C. PEMBAHASAN**

Hasil penelitian faktor eksternal dan internal menunjukkan bahwa Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan masuk pada tipe kuadran V, yang berarti perusahaan memiliki kemampuan internal dan eksternal yang tinggi.

Dapat dilihat dari hasil Matriks Analisis Swot alternatif strategi pemasaran yang dapat digunakan di Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan yaitu:

1. Mempertahan kualitas produk yang terjamin dan halal
2. Meningkatkan integritas dengan mengembangkan produk kepada masyarakat
3. Membuat *website* resmi dan tetap konsisten melakukan promosi
4. Meningkatkan loyalitas konsumen
5. Inovatif dalam menciptakan varian rasa yang terbaru dan masa kini dengan melihat permintaan pelanggan
6. Membuka cabang baru yang potensial di beberapa daerah terdekat serta memperluas pangsa pasar
7. Mempertahankan harga jual produk dipasaran

Perhitungan QSPM alternatif strategi pemasaran yang paling diminati dan diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan adalah mempertahankan harga jual produk dengan skor TAS sebesar 5,761. Alternatif strategi tersebut

lebih diprioritaskan oleh perusahaan dikarenakan harga jual produk dan kebijakan penetapan harga dikendalikan langsung oleh perusahaan sehingga konsumen tidak dapat leluasa melakukan efisiensi biaya. Dengan tidak mengurangi mutu produk perusahaan tetap harus mempertahankan harga jual guna mengantisipasi adanya pendatang baru dan persaingan yang tinggi antar usaha dengan penetapan harga yang rendah. Untuk itu pembentukan *image* dalam penjualan perlu ditekankan, sehingga memiliki nilai lebih dan terbebas dari isu kualitas bahan baku.