

---

## SWOT ANALYSIS ON THE BUSINESS OF THE SIMPANG TIGA RESTAURANT

### ANALISIS SWOT PADA USAHA RUMAH MAKAN SIMPANG TIGA

Novrisa Ardila<sup>1</sup>

Rahmat Hidayat<sup>2</sup>

Delvia Wati<sup>3</sup>

Linda Hetri Suriyanti<sup>4</sup>

Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru

[novrisaardila04@gmail.com](mailto:novrisaardila04@gmail.com)

---

#### ABSTRACT

*This study aims to: 1. To determine the company's internal environment, namely to find out the strengths and weaknesses of the Simpang Tiga Restaurant business. 2. To find out the external environment, namely the opportunities and threats that exist in the Simpang Tiga Restaurant business. 3. To find out the strategy that will be used by the Simpang Tiga Restaurant business to compete with other businesses that have the same field. This research is a qualitative research on the Simpang Tiga Restaurant business. The data analysis technique used is SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). The results showed that the appropriate competitive strategy for the Simpang Tiga Restaurant business was the SO strategy by taking advantage of existing conditions and filling its market share. ST's strategy is to innovate on products and improve the quality of the menu. WO strategy by paying attention to serving time and maximizing existing raw materials. WT strategy by maintaining good relations with suppliers and maintaining good relations with customers. Thus, it is hoped that the Simpang Tiga Restaurant business can run and have high competitiveness.*

*Keywords: SWOT Analisis*

#### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk: 1. Untuk mengetahui lingkungan internal perusahaan yaitu mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha Rumah Makan Simpang Tiga. 2. Untuk mengetahui lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang ada pada usaha Rumah Makan Simpang Tiga. 3. Untuk mengetahui strategi yang akan digunakan oleh usaha Rumah Makan Simpang Tiga untuk bersaing dengan usaha lain yang memiliki bidang yang sama. Dalam penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif pada usaha Rumah Makan Simpang Tiga. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Hasil penelitian menunjukkan strategi yang bersaing yang tepat bagi usaha Rumah Makan Simpang Tiga adalah strategi SO dengan memanfaatkan keadaan yang ada dan mengisi pangsa pasarnya. Strategi ST dengan melakukan inovasi pada produk dan meningkatkan kualitas pada menu. Strategi WO dengan memperhatikan waktu penyajian dan memaksimalkan bahan baku yang ada. Strategi WT dengan menjaga hubungan baik dengan pemasok dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan demikian diharapkan usaha Rumah Makan Simpang Tiga dapat berjalan dan memiliki daya saing yang tinggi.

Keywords : Analisis SWOT

#### 1. Pendahuluan

Pada saat sekarang ini, zaman sudah berkembang dan modern. Dimana saat ini segala sesuatu, seperti pekerjaan atau kebutuhan dapat dipenuhi secara efektif dan efisiensi. Pada kebutuhan, orang tidak perlu membuat sesuatu yang diinginkan. Dimana orang sudah tidak ingin repot-

repot untuk memasak dirumah, karena saat sekarang ini sudah banyak cafe, restoran ataupun rumah makan yang menyediakan berbagai menu masak yang disajikannya.

Selain itu cafe, restoran atau rumah makan sekarang ini, digunakan untuk berkumpul bersama-sama teman, sebagai tempat meeting dan juga untuk berkumpul bersama keluarga untuk menjaga ikatan kekeluargaan mereka. Dengan demikian bagi kalangan pebisnis, maka ini akan menjadi peluang bagi mereka untuk melakukan persaingan dan menguasai pangsa pasar.

Pada kondisi sekarang, orang-orang lebih cenderung mengkonsumsi daripada produksi, dimana pada waktu istirahat para remaja ataupun mahasiswa dan pegawai kantoran lebih mencari tempat makan disekitar wilayah mereka daripada pulang atau membuat bekal dari rumah. Dengan adanya kondisi yang seperti itu, maka akan menimbulkan munculnya persaingan dibidang kuliner. Sehingga para usahawan harus bisa mengatasi dan harus mencitakan daya saing yang tinggi, agar tidak kalah bersaing dan usaha akan tetap berkembang.

Salah satu bentuk cara untuk mempermudah tersebut adalah dengan melakukan atau menggunakan penerapan suatu analisis lingkungan atau yang disebut juga dengan analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* merupakan suatu metode untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha yang berupaya dalam mencari strategi usaha apa yang tepat yang akan dilakukan untuk kedepannya untuk memenangkan persaingan. Analisis *SWOT* ini nantinya akan menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang baik dijalankan oleh para pebisnis.

## **2. Literature Review (Tinjauan Pustaka)**

### **2.1 Konsep Strategi**

Menurut David (2006: 17) : Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang. Strategi juga dapat diartikan sebagai tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal yang dihadapi perusahaan.

Menurut Rangkuti (2009:7) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipe strategi yaitu :

#### **a. Strategi Manajemen**

Strategi manajemen merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan beroperasi pada pengembangan strategi secara besar seperti strategi pengembangan pada produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan lain-lainnya.

#### **b. Strategi Investasi**

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Contohnya apakah perusahaan akan melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau apakah perusahaan tersebut melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu visi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

#### **c. Strategi Bisnis**

Strategi bisnis juga disebut strategi bisnis yang secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

### **2.2 Proses Perencanaan Strategis**

Perencanaan merupakan suatu upaya atau usaha yang dinilai efektif dalam menentukan berbagai hal guna untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai, sehingga perencanaan strategis merupakan suatu proses yang digunakan untuk merencanakan strategi-strategi dalam

menentukan seluruh tindakan perusahaan, proses manajerial untuk membangun dan mengalokasikan sumberdaya untuk mencapai tujuan strategi tersebut.

George A. Steiner dalam bukunya "*Management Policy and Strategy*" yang disadur oleh Stoner (1996:41) menyatakan perencanaan strategis sebagai berikut : "Perencanaan strategis merupakan suatu proses perencanaan tujuan perusahaan, penetapan kebijakan dan program yang diperlukan untuk mencapai sasaran tertentu dalam rangka mencapai tujuan dan penetapan metode yang perlu untuk menjamin agar kebijakan dan program strategis tersebut terlaksana."

### 2.3 Analisis SWOT

Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Jadi dalam proses pengambilan keputusan dengan cara ini manajemen harus mengkaitkan dengan tujuan, strategi dan kebijakan yang telah ditetapkan dalam perusahaan.

Dalam prinsip SWOT terdapat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang digunakan untuk menetapkan perumusan perencanaan dalam upaya penetapan strategi dalam jangka panjang.

Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan bisnis, dimana lingkungan itu berupa :

- a. Lingkungan internal merupakan faktor yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini berkaitan dengan suatu kondisi didalam perusahaan, dimana dipengaruhi oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan.
- b. Lingkungan eksternal merupakan faktor yang ada diluar perusahaan yang dipengaruhi peluang dan ancaman. Faktor ini berkaitan dengan kondisi diluar perusahaan dimana akan mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan.

Dalam penggambaran matriks yaitu bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi oleh kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal perusahaan. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil dan diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman yang ada. Sehingga matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut Strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT.

Menurut Rangkuti (2004), penjelasan untuk masing-masing strategi pada matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. **Strategi SO (Strength-Opportunity)**. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. **Strategi ST (Strength-Threat)**. Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.
3. **Strategi WO (Weakness-Opportunity)**. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. **Strategi WT (Weakness-Threat)**. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif, berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

### 3. Research Methods (Metode Penelitian)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu memiliki tujuan untuk memberikan gambaran tentang strategi SWOT yang terdapat pada usaha Rumah Makan Simpang Tiga

penjelasan berupa bahasa dan kata-kata. penelitian ini juga dibatasi pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada PT sepatu bata untuk menyusun strategi yang tepat bagi bisnis usaha tersebut.

Sifat dari penelitian itu adalah deskripsi yaitu tipe penelitian untuk memberikan data yang paling mungkin tentang suatu gejala atau fenomena agar dapat memperkuat teori-teori sudah ada. Objek penelitian adalah Usaha Rumah Makan Simpang Tiga dan informasi penelitian ini dari studi lapangan yang dilakukan pada objek.

sumber data penelitian ada 2, yaitu :

1. Data Primer adalah sumber data yang akan digunakan dalam memberikan data kepada pengumpul data, dimana data yang telah diperoleh dari responden dengan cara seperti observasi atau pengamatan, wawancara yang sesuai dengan keadaan penelitian yang sebenarnya.
2. Data Sekunder Data sekunder adalah dari penelitian ini adalah hasil penelitian yang terdahulu literatur dan data-data objek penelitian lainnya yang akan diperlukan dalam penelitian ini.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal adalah analisis yang ada di dalam diri atau lingkungan dalam perusahaan atau bisnis tersebut. Jadi faktor-faktor ini berupa ada kelemahan dan kekuatan dari bisnis atau perusahaan.

##### 1. Kekuatan (Strength)

Kekuatan yaitu berasal kekuatan dari dalam perusahaan itu sendiri yang akan mendorong pengembangan terhadap bisnis atau perusahaan itu sendiri.

Kekuatan yang dimiliki oleh usaha Rumah Makan Simpang Tiga yaitu:

- a. Harga yang ditawarkan kepada konsumen cukup terjangkau.
- b. Menu yang akan ditawarkan cukup beragam.
- c. Rumah Makan Simpang Tiga sudah dikenal oleh masyarakat.
- d. Porsi yang sudah sesuai dengan harga.

Dengan adanya kekuatan dari usaha Rumah Makan Simpang Tiga seperti harga yang ditawarkan lebih terjangkau, sehingga ini adalah salah satu usahawan menarik pelanggan. Apalagi didorong dengan adanya Rumah Makan tersebut sudah dikenal masyarakat dan juga menyediakan menu yang lumayan lengkap dan juga porsi yang sudah cocok atau sesuai dengan harga yang telah ditentukan dengan per porsi.

##### 2. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan yaitu kelemahan yang berasal di dalam usaha itu sendiri yang akan menghambat perkembangan dari usaha tersebut, sehingga ini akan menjadi peluang bagi para usaha lain pada bidang yang sama untuk mengalahkan usaha Rumah Makan Simpang Tiga. Kelemahan yang dimiliki oleh usaha Rumah Makan Simpang yaitu :

- a. Lokasi usaha yang kurang luas
- b. Tempat parkir yang kurang luas
- c. Penyajian yang agak lama

Kelemahan dari usaha Rumah makan yang begitu banyak akan membuat usaha kalah bersaing dengan orang lain. Dengan adanya lokasi yang kurang luas dan tempat kecil akan membuat konsumen kurang dapat mengetahui tempat usaha terutama bagi pendatang dari daerah tersebut.

Selain itu penyajian yang agak lama akan karena seperti adanya menu yang belum masak atau matang, sehingga akan menyebabkan pelanggan berkurang dan lebih mencari tempat yang lain.

##### Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor internal adalah analisis yang ada di luar diri usaha atau bisnis tersebut. Jadi yang termasuk dalam faktor ini yaitu adanya peluang dan ancaman.

### 1. Peluang (opportunity)

Peluang adalah Suatu hal dan situasi atau keadaan yang akan memiliki keuntungan suatu perusahaan. Sehingga situasi penting yang itu akan menguntungkan dalam lingkungan perusahaan dan keadaan atau situasi penting itu merupakan salah satu sumber peluang. Peluang yang mungkin dimiliki oleh yaitu :

- a. Tempat yang strategis
- b. Mudah mendapatkan bahan baku
- c. Pangsa pasar yang masih terbuka

Dengan adanya pangsa pasar yang masih terbuka akan menjadikan peluang bagi usaha Rumah Makan Simpang Tiga untuk bisa lebih menguasainya dengan didorong dengan adanya kekuatan yang ada. Selain itu bahan baku yang mudah didapatkan dimana usaha Rumah Makan Simpang Tiga lebih mudah memaksimalkan laba. Dengan Tempat yang strategis dimana Rumah Makan Simpang Tiga berada pada tempat yang disekitarnya ada karyawan ataupun pegawai yang terkadang lebih memilih waktu istirahat lebih memilih makan diluar dari pada bawa bekal dari rumah.

### 2. Ancaman (Treats)

Ancaman merupakan faktor lingkungan dimana ini tidak akan menguntungkan usaha atau bisnis, sehingga apabila ini tidak cepat diatasi maka ini akan memudahkan munculnya pesaing dan akan mempengaruhi keadaan bisnis atau usaha baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Ini adalah keadaan yang tidak diinginkan oleh usaha atau bisnis. Apabila sudah masuknya pesaing ini akan mengakibatkan kurangnya pangsa pasar, tingginya tawar menawar pembeli dan lain-lainnya. Ancaman yang mungkin dimiliki oleh usaha Rumah Makan Simpang Tiga yaitu :

- a. Banyaknya para pengusaha membuka usaha dibidang yang sama
- b. Tempat usaha yang masih menyewa
- c. Adanya pesaing yang memiliki menu yang lebih banyak
- d. Harga bahan baku yang naik turun

Apabila kelemahan itu tidak dapat diatasi atau diminimalisir oleh pemilik usaha Rumah Makan Simpang Tiga, maka ini akan menjadi peluang bagi para pengusaha lain untuk masuk dan membuka usaha dan ini akan munculnya persaingan. Sehingga didalam munculnya persaingan berarti pemilik usaha harus memiliki daya saing yang tinggi. Maka pemilik usaha Rumah Makan Simpang Tiga harus memiliki daya saing yang tinggi agar usaha dapat berjalan dimasa yang akan datang.

## 4. 2. Matriks SWOT

### 1) Strategi Strength – opportunity (S O)

Strategi Strength-opportunity (S O) adalah dimana menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengisi atau memanfaatkan peluang yang ada. Rekomendasi strategi yang disarankan :

- Memanfaatkan tempat yang telah dimiliki saat ini.  
Walaupun memiliki tempat yang kurang luas, pemilik usaha harus bisa membuat tempat itu nyaman dan akan menarik perhatian konsumen. Apalagi Dengan adanya tempat yang strategis pemilik usaha Rumah Makan Simpang Tiga lebih mudah untuk menarik konsumen.
- Mengisi pangsa pasar yang ada.  
Dengan adanya pangsa pasar yang masih terbuka, usaha Rumah Makan Simpang Tiga Kenanga bisa mengisi dengan membuat cabang didaerah tempat lain. Selain itu adanya usaha Rumah Makan Simpang Tiga yang sudah lebih dikenal oleh masyarakat

## 2) Strategi Weakness-Opportunity (W O)

Strategi Weakness-Opportunity (W O) adalah dimana menciptakan strategi dengan meminimalisir kelemahan yang ada diperusahaan yang bertujuan untuk mengisi atau memanfaatkan peluang yang ada. Rekomendasi yang disarankan:

- Memerhatikan waktu penyajian  
Sebaiknya usaha yang dijalankan harus lebih memerhatikan waktu buka tempat usaha. Sehingga apabila konsumen datang, menu yang diinginkan sudah tersaji
- Memanfaatkan bahan baku dengan maksimal  
Dengan bahan baku yang mudah didapatkan, maka pengusaha haru bisa memanfaatkannya dengan baik, sehingga ini akan membuat laba yang meningkat.

## 3) Strategi Strength-Threats (S T)

Strategi Strength-Threats (S T) adalah menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi atau meminimalisir ancaman yang ada diluar perusahaan. Rekomendasi yang disarankan:

- Melakukan inovasi pada produk  
Dengan melakukan inovasi produk akan menjadikan usaha memiliki ciri khas dari usaha yang dijalankan.
- Meningkatkan kualitas menu yang ada  
Dengan adanya kualitas yang baik akan menarik pelanggan untuk loyal lagi kepada usaha yang dijalankan walaupun harga yang terjangkau yang bukan berarti kualitas yang menurun

## 4) Strategi Weakness-Threats (W T)

Strategi Weakness-Threats (W T) adalah menciptakan strategi dengan menggunakan dengan meminimalisir kelemahan yang ada yang bertujuan untuk mengurangi atau mengatasi adanya ancaman. Rekomendasi yang disarankan:

- Menjaga hubungan yang baik dengan pemasok  
Adanya hubungan yang baik dengan pemasok, akan memudahkan pengusaha untu mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan. Selain itu jika terjadi harga bahan baku yang naik bisa diminimalisir.
- Memjaga hubungan dengan pelanggan  
Dengan adanya hubungan yang baik dengan pelanggan, pengusaha akan mendapatkan pelanggan yang royal dan juga menambah konsumen.

## 5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa, pada usaha Rumah Makan Simpang Tiga , setelah melakukan strategi analisis SWOT dapat ditentukan kekuatan (strengths) yang akan menjadi sumber dari usaha Rumah Makan Simpang Tiga yaitu adanya harga yang ditawarkan kepada konsumen cukup terjangkau. Selain itu menu yang akan ditawarkan cukup beragam, Rumah Makan Simpang Tiga sudah dikenal oleh masyarakat dan Porsi yang sudah sesuai dengan harga. Kemudian ada kelemahan (weaknesses) dimana ini harus diminimalisir oleh Rumah Makan Simpang Tiga yaitu adanya Lokasi usaha yang kurang luas, Tempat parkir yang kurang luas dan Penyajian yang agak lama.

Sedangkan peluang (Opportunities), dimana ssuatu kondisi yang harus dimanfaatkan oleh Rumah Makan Simpang Tiga yaitu adanya tempat yang strategis, mudah mendapatkan bahan baku dan pangsa pasar yang masih terbuka Selain itu, usaha Rumah Makan Simpang Tiga harus membatasi adanya ancaman (*Threats*) dengan memanfaatkan peluang yang ada atau dengan menggunakan kekuatan dari dalam usaha agar dapat bersaing. Ancaman yang ada yaitu : banyaknya para pengusaha membuka usaha dibidang yang sama, tempat usaha yang

masih menyewa, adanya pesaing yang memiliki menu yang lebih banyak dan harga bahan baku yang naik turun.

### **Aknowledgement (Ucapan Terima Kasih)**

Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, terutama dosen pengampu kami ibu Linda Hetri Suriyanti, SE., M.,Ak., Ak., CA yang telah memberikan membimbing kepada kami sehingga jurnal ini dapat kami selesaikan.

### **Daftar Pustaka**

- David, Fred.R. 2006. Manajemen Strategik, Alih Bahasa Alexander Sindoro, Prehallindo, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi Keenam Belas, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Stoner, James A. F., Alih Bahasa Alexander Sindoro, Penyunting Bambang Sayala, 1996, *Manajemen*. Edisi Keenam, Jilid I, Prehalindo, Jakarta.
- Budiman, Tri. 2017. *"Analisis SWOT Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)"*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Lampung.
- Sakina, Siti & Dance Tangkesalu. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Pada Industri Flamboyan Di Kelurahan Panau Kecamatan Tawaeli Kota Palu. *e-J.Agrotekbis*. Vol 6 (3) : 371-378.
- Bakhri, Syaeful,dkk. 2019. Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *Dimasejati*. Vol 1.No. 1: 64-80
- Indah, Dewi Rosa. 2015. Analisis SWOT Pada Saqinah Swalayan Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol 4. No 1: 279-293.