

## ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI BISNIS PADA RESTO TANNDESO PONDOK PESANTREN LINTANG SONGO

Rifqi Syarif Nasrulloh <sup>1\*</sup>

[rifqisyarif@unu-jogja.ac.id](mailto:rifqisyarif@unu-jogja.ac.id)<sup>1\*</sup>

Hasnaa Rizky Putri Qurrotu'aini <sup>2</sup>

[hasnaa.mnj17@student.unu-jogja.ac.id](mailto:hasnaa.mnj17@student.unu-jogja.ac.id)<sup>2</sup>

Febriani Wahyusari Nurcahyanti <sup>3</sup>

[febri@unu-jogja.ac.id](mailto:febri@unu-jogja.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT yang sesuai dengan kondisi Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo. Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yang mana pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan (*growth*) dan strategi WO (*Weaknes, Opportunity*) dengan cara melakukan inovasi dan perbaikan kualitas dari produk dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat menjaga citra baik Resto TanNdeso agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan yang lebih luas. Penetrasi pasar dapat dilakukan karena hubungan antara peluang dan kekuatan yang dimiliki Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo.

**Kata kunci:** Analisis SWOT, Strategi Bisnis

### ABSTRACT

This study aims to determine the SWOT analysis in accordance with the conditions of the TanNdeso Resto, Pondok Pesantren Lintang Songo. This research uses descriptive qualitative research, where data collection uses observation, interviews, and documentation techniques. Data analysis using source triangulation. The results of this study indicate that the growth strategy and the WO (*Weaknes, Opportunity*) strategy by innovating and improving the quality of the product can maintain and improve service quality so as to maintain the good image of TanNdeso Resto so that it can reach a wider range of customers. Market penetration can be done because of the relationship between the opportunities and strengths of the TanNdeso Resto, Pondok Pesantren Lintang Songo.

**Keywords:** SWOT Analysis, Business Strategy

## 1. PENDAHULUAN

Kebutuhan utama yang paling penting untuk setiap manusia yaitu makanan. Makanan adalah Olahan hasil pertanian dan peternakan yang dapat disesuaikan dengan gizi dan kesehatan manusia. Jika orang tidak makan makanan sehat, mereka dapat menumbuhkan berbagai penyakit dan mengganggu aktivitas mereka. Pada zaman modern ini makanan dapat diperoleh dengan praktis dan efisien karena sudah banyak penjual makanan yang tersebar diseluruh wilayah dan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemesanannya, sehingga konsumen dapat memilih makanan sesuai dengan selera masing-masing. Dari sekian banyak restoran dan rumah makan, restaurant harus mencari cara agar bisa bertahan dan bersaing dengan situasi saat ini. Akan tetapi dalam lingkungan persaingan sebuah restoran atau rumah makan harus memposisikan scara benar.

Pondok pesantren lintang songo memiliki berbagai macam bisnis yang di jalankan salah satunya yaitu usaha kuliner yang mengangkat makanan khas daerah Bantul dengan nama Resto TanNdeso yang berarti restoran yang berada di timur desa atau di sisi timur pondok pesantren. Resto TanNdeso memadukan wisata makanan khas desa Bantul dengan fasilitas rekreasi keluarga

bernuansa alam pedesaan yang dilengkapi kolam ikan. Resto TanNdeso juga menyediakan layanan untuk acara seperti, rapat, seminar, ulang tahun, reuni, dan lain sebagainya. Selain itu Resto TanNdeso juga dilengkapi fasilitas seperti free hotspot, aula, mushola, serta tempat bermain anak, sehingga pengunjung bisa menikmati sajian makanan sembari berwisata dan Selalu berusaha untuk mempertahankan layanan yang tepat atau meningkatkan layanan bahkan jika mereka harus membayar lebih. Besar harapan dapat menjaring konsumen yang datang akan lebih banyak. Berdasarkan pengamatan langsung dan informasi dari pengelola resto, Resto TanNdeso belum memenuhi aspek manajemen yang baik dalam menjalankan usaha restoran. Pada dasarnya Resto TanNdeso sudah memiliki konsep yang diusung yaitu restoran yang bertema pedesaan, namun dalam hal perencanaan, belum terancang dengan jelas, sumber daya manusia yang terbatas, dan pencatatan keuangan belum tertata. Analisis SWOT dalam menentukan strategi bisnis seperti mengikuti harga jual, mengembangkan item, dan terus membuat item khusus dan memikat, mengikuti bundling item sehingga menjadi merek dagang, lebih mengembangkan kualitas item, meningkatkan kemajuan,

mengembangkan wilayah sirkulasi sehingga item lebih dikenal dengan lebih luas daerah setempat sehingga mereka dapat memanfaatkan kebebasan yang ada secara maksimal (Miharja, 2018).

Restoran membutuhkan strategi untuk menganalisis lingkungan bisnis secara internal dan eksternal. Ini dibagi menjadi dua bagian yaitu kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman (Rangkuti, 2016). Perusahaan perlu memiliki kualitas, konsistensi dalam rasa, pelayanan dan harga untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan aktivitas periklanan (Malonda et al., 2019). Saran yang dapat diberikan dalam perusahaan yaitu harus mempertahankan dari sekian banyak pilihan rumah makan atau restoran yang ada, banyak hal yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu, misalnya baik produknya sendiri serta jasa pelayanannya. Untuk menghindari kesenjangan antara apa yang diinginkan konsumen dengan pelayanan yang ada di sebuah restoran atau rumah makan, peran pelayanan sangat penting, terlepas dari apakah konsumen puas dengan pelayanan yang ada.

Adanya pandemi menyebabkan seseorang mudah terjangkit virus yang mengakibatkan gangguan pernafasan seperti pneumonia, pemerintah

mewajibkan masyarakat untuk tetap dirumah dan mengurangi segala aktivitas diluar rumah sehingga menyebabkan Resto TanNdeso harus ditutup untuk sementara waktu. Resto TanNdeso mulai beroperasi lagi tepatnya setelah lebaran idul adha. Pengelola menjelaskan bahwa pada era *new normal* ini Resto TanNdeso memulai semua dari awal seperti contohnya operasional jam buka, sistem pelayanan, dan sebagainya. Manajemen yang dimiliki Resto TanNdeso belum cukup baik maka diperlukan adanya evaluasi untuk selanjutnya digunakan sebagai dasar perancangan inovasi baik dalam segi pemasaran, sumber daya manusia, pencatatan, perencanaan, pengorganisasian, serta pengawasan di Resto TanNdeso berjalan dengan baik. Berdasarkan uraian diatas peneliti menilai bahwasanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT yang sesuai dengan keadaan internal usaha maupun eksternal usaha untuk merancang strategi bisnis Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo.

## 2. LITERATURE REVIEW

### Manajemen Strategis

Kesimpulan serta tindakan manajerial manajemen strategis menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis mencakup beberapa pengamatan

lingkungan yaitu, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Manajemen strategi menegaskan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman di lingkungan dengan melihat kekuatan maupun kelemahan perusahaan. Kebijakan perusahaan berorientasi pada manajemen umum dan cenderung tertutup, sekaligus mendukung integrasi yang benar dari aktivitas yang berfungsi dalam perusahaan. Kebijakan komersial lebih fokus pada efisiensi penggunaan aset perusahaan. Dengan demikian kebijakan bisnis menegaskan pada perumusan arahan umum yang dapat digunakan untuk mencapai misi dan tujuan perusahaan yang lebih baik. Manajemen strategis dalam bidang ilmiah yang mengaitkan kebijakan perusahaan dengan lingkungan yang strategis (Wheelen & Hunger, 2003).

### **Strategi bisnis**

Bisnis maupun usaha umum diartikan sebagai aktivitas yang dapat memberikan kebebasan untuk mendapatkan keuntungan dan pendapatan melalui transaksi. Biasanya kita tidak dapat terlepas dari kegiatan bisnis. Bisnis inilah yang memberikan lapangan pekerjaan bagi kehidupan. Pada saat ini kegiatan kegiatan bisnis terdapat semakin lengkap serta kegiatan yang umumnya dilakukan oleh badan usaha maupun perusahaan.

Kegiatan bisnis tidak hanya mencakup perdagangan, tetapi semua aktivitas yang dapat menghasilkan pendapatan atau penerimaan bagi seseorang atau kelompok perusahaan. Kegiatan bisnis yang dijalankan perusahaan merupakan bidang atau lapangan usaha, dimana perusahaan bergerak melakukan aktivitas usaha. Bidang usaha yang biasa digeluti perusahaan antara lain pertanian, perikanan, peternakan, industry manufaktur, dan jasa.

Dalam memimpin aktivitas bisnis, organisasi menetapkan strategi yang digunakan sebagai pedoman bagaimana organisasi bertindak sehingga tujuan tercapai. Strategi yang ditetapkan dinamakan strategi bisnis, strategi bisnis yaitu strategi yang dibentuk untuk mencapai tujuan bisnis suatu perusahaan. Tujuan umum dari bisnis perusahaanaan yaitu, dapat berperan secara dominan dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Dalam mencapai tujuan perusahaan, perusahaan dapat membangun keunggulannya, dengan terus melakukan upaya untuk lebih mengembangkan efektivitas, dan mendorong inovasi yang digunakan untuk mencapai biaya rendah dan harga murah (Assauri, 2017).

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan singkatan dari kata strengths, weaknesses,

opportunities, dan threats. Analisis SWOT merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam hal bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah alat perencanaan strategis klasik yang memberikan metode sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan strategi. Instrument tersebut memudahkan pelaksana untuk mengetahui apa yang dapat dicapai, dan hal yang perlu dipertimbangkan.

Analisis SWOT adalah suatu alat penentu berbagai faktor yang sengaja dibentuk dan digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis yang berdasarkan pada pengetahuan yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), serta dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses), dan ancaman (threats). Analisis SWOT juga dapat diterapkan dengan menganalisis dan memilih hal-hal yang mempengaruhi keempat variabel tersebut. Dengan demikian hasil analisis dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).

#### 1) *Strengths* (kekuatan)

*Strengths* yaitu keadaan yang menjadi kekuatan dalam perusahaan. Faktor-faktor kekuatan yaitu suatu kompetensi khusus atau kompetensi unggulan yang terdapat dalam tubuh organisasi. Faktor kekuatan merupakan nilai tambah atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi memiliki hal yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya dan perusahaan, kekuatan dasar perusahaan merupakan langkah awal menuju perusahaan yang memiliki kualitas tinggi. Mengetahui kekuatan dapat menjadi langkah besar untuk kemajuan perusahaan.

#### 2) *Weaknesses* (kelemahan)

*Weaknesses* merupakan kondisi atau segala sesuatu yang menjadi kelemahan terdapat dalam tubuh perusahaan maupun organisasi. Kelemahan adalah suatu hal yang wajar dalam organisasi, tetapi yang terpenting yaitu bagaimana organisasi dapat membangun kebijakan agar dapat membatasi kelemahan atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Selanjutnya dapat menjadikan kelemahan menjadi sebuah kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan maupun organisasi lain.

#### 3) *Opportunities* (peluang)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang

menguntungkan bahkan bisa menjadi senjata menjalankan sebuah perusahaan maupun organisasi. Sehingga dapat mengetahui faktor eksternal mana yang menjadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal dan pesaing laniya. Ada beberapa hal yang dapat digunakan berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil), jadi tidak semua peluang harus dicapai dalam tujuan.

#### 4) *Threats (ancaman)*

Ancaman adalah sesauu uang bertentangan dengan keadaan yang menjanjikan, ancaman dapat diartikan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalanya sebuah perusahaan maupun organisasi. Ancaman meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi seluruh perusahaan maupun organisasi. Apabila ancaman tidak segera di atasi, maka akan menimbulkan dampak perkepanjangan sehingga menjadi penghambat tercapainya visi dan misi suatu perusahaan atau organisasi. Ancaman dapat dilihat dari tingkatan dampak yang kemungkinan terjadi. Sama seperti peluang,

Analisis SWOT mempunyai banyak manfaat maupun kelebihan dibandingkan dengan teknik analisis lainnya. Ada beberapa penjabaran tentang manfaat menggunakan analisis SWOT, yaitu:

- 1) Dapat melihat masalah dari empat sisi sekaligus, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman.
- 2) Memberikan hasil jenis analisis yang cukup tajam sehingga dapat memberikan bimbingan maupun kontribusi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus memperluas keuntungan berdasarkan peluang yang ada.
- 3) Membantu membongkar perusahaan dari empat sisi yang dapat menjadi alasan untuk ukuran pembuktian yang dapat dikenali dan dapat melacak sisi yang tidak terlihat.
- 4) Menjadi instrument yang cukup luar biasa untuk mengarahkan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat untuk keadaan tersebut.
- 5) Dapat dimanfaatkan untuk membantu organisasi maupun perusahaan membatasi kelemahan yang ada dan menemukan dampak ancaman yang akan timbul (Fatimah, 2016).

Analisis SWOT adalah sistem keputusan untuk beberapa jangka waktu yang panjang, karena dapat menggambarkan kemudahan dan kemampuan untuk esensi dari formulasi

strategi yang baik, menyesuaikan peluang dan ancaman perusahaan dengan kekuatan dan kelemahannya. Analisis SWOT sangat rentan terhadap beberapa kelemahan utama, seperti:

- 1) Menekankan kekuatan internal dan menganggap remeh ancaman eksternal.
- 2) Bersifat tetap dan berbahaya mengabaikan kondisi yang berkembang.

Menekankan pada suatu kekuatan atau prosedur. Kekuatan tidak selalu menjadi sumber keunggulan kompetitif (Sedarmayanti, 2019).

### 3. METODE

#### **Waktu dan tempat penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian di Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo beralamat di Pagergunung 1, Sitimulyo, Kec. Piyungan, Kab. Bantul Yogyakarta. Letak restaurant yang strategis berada di bagian timur dusun pagergunung tepatnya dekat dengan perbukitan dan sawah serta pemandangan yang sangat asri.

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena

seperti kebiasaan dan perilaku yang dialami oleh semua subjek penelitian dan menjelaskan fenomena tersebut secara tertulis dalam konteks alam tertentu dengan menggunakan berbagai metode alam (Moleong, 2021). Deskriptif adalah analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Sugiyono, 2016). Untuk menguji keabsahan data, peneliti melakukan uji validitas data dengan menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara serta membandingkan dengan suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2021).

#### **Pengumpulan Data**

Data primer yaitu data asli yang dikumpulkan peneliti sendiri untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus (Istijanto, 2013). Data primer dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara kepada pihak Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo.

#### **Metode analisis data**

Teknik analisis data menggunakan IFE dan EFE untuk mengetahui seberapa penting peran faktor internal dan eksternal dalam sebuah perusahaan. Analisis IFE dan EFE dapat menggambarkan keadaan

internal perusahaan, yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dihitung berdasarkan peringkat dan bobot (Malonda et al., 2019). Indikator faktor internal merujuk pada (Rangkuti, 2016), yaitu laporan keuangan, laporan kegiatan sumber daya manusia, laporan kegiatan operasional, dan laporan kegiatan pemasaran. Faktor eksternal diperoleh dari lingkungan diluar perusahaan. Menurut porter Model tersebut menggabungkan lima kekuatan, yaitu persaingan antar perusahaan, potensi pesaing baru, pengembangan produk pengganti, kekuatan pasar pemasok, dan kekuatan tawar menawar konsumen (Kurniawan, 2018). Tabel IFE dan EFE dapat memperjelas faktor-faktor strategis internal dan eksternal perusahaan. tahapannya yaitu: 1) Menyusun kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman), 2) Memberi bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), 3) Peringkat untuk setiap faktor (kolom 3) dihitung dari 4 (perkiraan) hingga 1 (buruk), tergantung pada dampak faktor-

faktor tersebut terhadap status masing-masing perusahaan, 4) Kalikan bobot di kolom 2 dengan hasil di kolom 3 untuk mendapatkan bobot di kolom 4. Hasilnya adalah skor berbobot 4,0 (sangat baik) hingga (buruk) untuk setiap faktor. Gunakan kolom 5 untuk mengomentari mengapa item tertentu dipilih dan bagaimana bobotnya dihitung, 5) Tambahkan skor tertimbang (kolom 4) untuk mendapatkan total skor tertimbang untuk setiap perusahaan. Angka ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal.

#### 4. HASIL

##### Analisis IFE dan EFE

Berikut hasil analisis IFE yang telah dilakukan oleh peneliti melalui metode wawancara yang intensif kepada para narasumber, data tersebut telah dikonfirmasi ulang oleh narasumber sehingga tingkat validasinya sudah disetujui oleh pihak narasumber. Hasil IFE dapat tersajikan pada table 1.

Tabel 1. Hasil Analisis IFE

No	Faktor	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Kekuatan / Strength</i>				
1	Menggunakan bahan baku berkualitas yang diambil dari lingkungan sekitar.	18%	4	0.72
2	Promosi yang optimal.	16%	3	0.48



3	Penataan tempat dan sarana yang nyaman.	11%	3	0.33
4	Adanya program pelatihan untuk santri/karyawan.	6%	2	0.12
5	Fasilitas wifi.	5%	2	0.1
6	Pelayanan yang ramah dan sopan.	6%	3	0.12
<b>Sub total</b>		62%		1.87
<i>Kelemahan / Weakness</i>				
1	Jam operasional yang tidak menentu.	16%	1	0.16
2	Keuangan yang belum tertata.	12%	1	0.12
3	Manajemen sumber daya manusia yang terbatas.	10%	2	0.2
<b>Sub total</b>		38%		0.48

Berdasarkan analisis IFE, menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo lebih besar dari kelemahan yang ada. Dengan demikian, dapat di simpulkan bahwa Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo memiliki kekuatan, khususnya penggunaan bahan baku berkualitas yang diambil dari lingkungan sekitar Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo, hal tersebut

ditunjukkan dengan total nilai bobot tertinggi sebesar 0.72. kemudian promosi yang optimal menjadi kekuatan yang kedua dengan jumlah nilai bobot sebesar 0.48. sedangkan kelemahan yang dimiliki yaitu jam operasional yang tidak menentu dengan jumlah nilai bobot sebesar 0.16 pada rangking pertama. Selanjutnya keuangan yang belum tertata merupakan kelemahan di peringkat kedua dengan jumlah nilai bobot 0.12, berikut hasil analisis EFE:

Tabel 2. Hasil Analisis EFE

No	Faktor	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<i>Peluang / Opportunity</i>				
1.	Pemilik Resto TanNdeso memiliki banyak relasi.	17%	4	0.68
2.	Menu yang menjadi ciri khas Resto TanNdeso.	16%	3	0.48
3.	Harga jual yang terjangkau.	15%	3	0.45
4.	Target pasar pada semua kalangan .	14%	3	0.42

5.	Sudah bekerja sama dengan go-food.	8%	1	0.08
<b>Sub total</b>		70%		2.11
<i>Ancaman / Threat</i>				
1.	Adanya pandemi covid-19 yang menurunkan penjualan.	19%	4	0.76
2.	Jumlah pesanan yang tidak stabil.	6%	3	0.18
3.	Pesaing yang terus bertambah	5%	1	0.05
<b>Sub total</b>		30%		0,99

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki oleh Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo lebih tinggi dari ancaman. Responden menganggap bahwa dengan cirikhas masakan pedesaan Resto TanNdeso mampu bersaing dikarenakan memiliki peluang yang sangat besar yaitu banyaknya relasi pemilik Resto TanNdeso untuk mencari tempat yang mengusung tema pedesaan. Total nilai menunjukkan jumlah bobot dan nilai yang

diberikan pada keduanya sebesar 0,48 dan 0,68 sedangkan ancaman terbesar ditunjukkan dengan adanya pandemi covid-19 yang menurunkan penjualan dengan total nilai 0,76, jumlah pesanan yang tidak stabil berada di peringkat kedua dengan nilai 0,18. Sehingga dengan adanya pandemi covid-19 dan pesanan yang tidak stabil menjadi prioritas pembenahan untuk keberlangsungan usaha.

Tabel 3. Matrix EFE dan IFE

Kuadran	Titik	Luas Matrix	Ranking	Prioritas Strategi
SO	1,87 : 2,11	39,457	1	Ekspansi
ST	1,87 : 0,99	18,513	2	Stabil
WO	0,49 : 2,11	10,339	3	Penciutan
WT	0,49 : 0,99	0,4851	4	Kombinasi

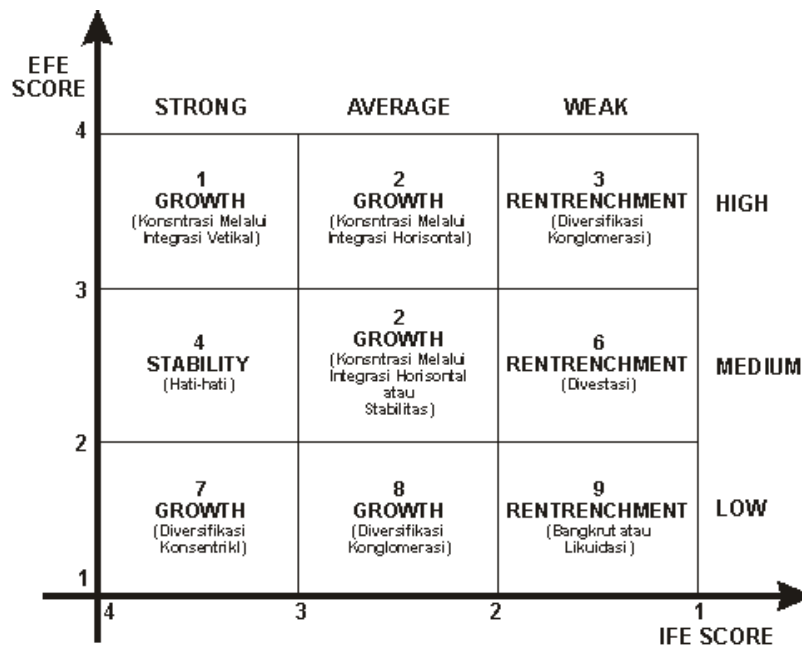
Alternative yang dapat di implementasikan Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo adalah ekspansi. Prioritas ekspansi menjadi

peringkat pertama sesuai nilai yang terkumpul berdasarkan analisis IFE dan EFE.

#### **Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE)**

Matrik internal eksternal adalah matrik yang biasa digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam bagan Sembilan sel. Matriks internal dan eksternal disusun berdasarkan analisis pada dua dimensi, yaitu total rata-rata

IFE terdapat pada sumbu X serta total rata-rata EFE terdapat pada sumbu Y. Jumlah skor pada analisis matriks IFE yaitu 2,36 dan pada matriks EFE yaitu 3,1.



Gambar 1. Matriks IE Analisis

Berdasarkan matriks tersebut dapat ditetapkan titik temu pada kedua skor tersebut berada di sel kolom nomor 2 yaitu growth. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal yaitu kegiatan yang dapat memperluas bisnis dengan cara membangun lokasi lain, meningkatkan jenis produk dan jasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang

Songo mempunyai alternatif strategi yang tepat yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

**Matriks SWOT**

Berikut matriks SWOT Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo berdasarkan analisis internal dan eksternal yang telah dilakukan,

Tabel 4. Matriks SWOT

MATRIKS SWOT	Strength	Weakness

		Menggunakan bahan baku yang berkualitas serta melakukan promosi yang optimal.	Jam operasional resto yang tidak menentu dan keuangan yang belum tertata.
Opportunities	Resto TanNdeso yang memiliki banyak relasi dan menu khas pedesaan yang menarik.	Mempertahankan dan meningkatkan bahan baku yang berkualitas sehingga dapat menjaga citra baik Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo agar bisa menjangkau konsumen lebih banyak lagi	Menetapkan jam operasional resto agar saat pelanggan datang tidak kecewa, serta mengatur keuangan yang belum tertata supaya lebih jelas.
Threats	Pandemic covid-19 yang menurunkan penjualan sehingga jumlah pesanan yang tidak stabil.	Meningkatkan promosi melalui media sosial dan menyediakan jasa delivery order sehingga pelanggan tidak perlu untuk keluar rumah karena adanya pandemi covid-19	Menetapkan jam operasional resto serta menerapkan protokol kesehatan yang telah di tetapkan.

## 5. PEMBAHASAN

Matriks SWOT merupakan alternatif untuk menjaga citra perusahaan, kualitas produk dan layanan, untuk menarik konsumen, meningkatkan keterampilan manajemen dan kerjasama, menggunakan layanan pengiriman konsumen, layanan teknologi untuk dimanfaatkan. Salah satunya cara untuk melakukannya yaitu dengan menyediakan sajian khusus dan menjaga hubungan baik dengan daerah lain (Setyorini & Santoso, 2017). Hasil penelitian terdahulu menjelaskan Fakta bahwa penggunaan strategi diversifikasi untuk mengelola bisnis menjadi strategi

yang baik. Organisasi dipaksa untuk melakukan perubahan untuk memperbaiki masalah dan memanfaatkan peluang yang ada (Miharja, 2018). Temuan lain menunjukkan strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan produk) (Aprilius & Pono, 2018).

Dalam matriks IE keputusan strategi dipertegas dengan pilihan konsentrasi melalui integrasi horizontal sehingga Resto TanNdeso Lintang Songo dapat melakukan pengembangan atau inovasi produk. Nilai yang ada menunjukkan bahwa kekuatan yang

dimiliki Resto TanNeso Pondok Pesantren Lintang Songo lebih tinggi dari kelemahan yang dimiliki tetapi harus tetapantisipasi. Dengan menggunakan strategi bertumbuh maka artinya berupaya memaksimalkan kekuatan yang ada untuk memanfaatkan peluang yang ada (Syahid & Suwarni, 2018). Implementasi strategi yang telah ditetapkan agar dapat bertahan bukanlah hal yang mudah. Maka dari itu ada beberapa langkah alternatif strategi yang tepat yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Berdasarkan matriks SWOT yang telah disusun, beberapa strategi sudah ditentukan supaya lebih jelas penerapannya (Nasrulloh et al., 2019). Kekuatan dan peluang yang dimiliki Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo menunjukkan bahwa masih banyak peluang yang dapat diambil dengan kekuatan yang ada. Mempertahankan serta meningkatkan bahan baku yang berkualitas sehingga dapat menjaga citra baik Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak. Bahan baku berkualitas adalah bahanbaku bermutu tinggi yang diolah secara benar, tepat, akurat dan dalam lingkungan yang terkendali, serta pangan olahan yang memenuhi standar mutu dan jaminan keamanan (Waluyo & Kusuma, 2017). Dengan strategi tersebut kekuatan citra

baik Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo menjadi faktor yang sangat penting.

Kelemahan terbesar yang dimiliki Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo yaitu, Menetapkan jam operasional resto agar saat pelanggan datang tidak kecewa, serta mengatur keuangan yang belum tertata supaya lebih jelas merupakan pilihan strategi yang dapat digunakan. Jam operasional resto sangat mempengaruhi kedatangan pengunjung, dikarenakan setiap pengunjung resto rata-rata mengunjungi di jam makan siang maupun makan malam. Jika jam operasional tertata, pengunjung akan lebih leluasa datang ke Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo untuk menikmati hidangan khas pedesaan. Pangsa pasar akan meluas dengan sendirinya jika jam operasional lebih jelas. Mengatur keuangan supaya lebih tertata merupakan strategi jangka panjang agar Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo tetap bertahan dan lebih berkembang. Strategi pengembangan produk yang dapat diterapkan seperti strategi pengembangan pasar, strategi integrasi ke belakang, strategi penetrasi pasar, strategi integrasi langsung, strategi diversifikasi konsentris (Malonda et al., 2019). Ancaman merupakan faktor yang sulit dikendalikan tetapi dapat diantisipasi. Dengan adanya pandemic covid-19 yang menurunkan penjualan

sehingga jumlah pesanan yang tidak stabil merupakan ancaman tertinggi, maka dari itu ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mengatasi ancaman tersebut. Meningkatkan promosi melalui media sosial dan menyediakan jasa delivery order sehingga pelanggan tidak perlu untuk keluar rumah karena adanya pandemi covid-19. Dimasa pandemi covid-19 lebih banyak orang menggunakan media sosial, karena keseharian yang dilakukan seperti sekolah, kerja, dan lain sebagainya lebih sering menggunakan media sosial, maka dari itu meningkatkan promosi melalui media sosial akan memudahkan dalam mencari konsumen dan memberikan informasi yang menarik bagi calon konsumen. Penyediaan jasa delivery order sangat mempermudah konsumen Resto TanNdeso karena konsumen akan lebih mudah jika ingin memesan beberapa menu khas pedesaan. Strategi pemasaran sangat mementingkan menjaga citra tempat (Candana & Afuan, 2020). Menetapkan jam operasional resto serta menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan merupakan salah satu strategi yang dapat dijalankan, adapun beberapa protokol kesehatan yang harus ditaati untuk pelaku usaha, seperti menyediakan tempat cuci tangan, meja dan kursi harus berjarak minimal satu meter, pengunjung dan karyawan

restaurant wajib menggunakan masker. Dengan adanya strategi tersebut, upaya mengatasi covid-19 tetap harus dijalankan agar dapat mengurangi penyebaran virus covid-19.

## 6. KESIMPULAN

Pilihan strategi pertumbuhan (*growth*) merupakan pilihan yang tepat pada saat ini dengan cara melakukan inovasi dan perbaikan kualitas dari produk. Penetrasi pasar dapat dilakukan karena hubungan antara peluang dan kekuatan yang dimiliki Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo. Oleh karena itu keberlanjutan usaha berdasarkan lingkungan serta ekonomi sosial dapat diwujudkan sedangkan strategi SO dapat mempertahankan serta meningkatkan bahan baku yang berkualitas sehingga dapat menjaga citra baik Resto TanNdeso agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi dengan mengandalkan nama baik Resto TanNdeso. Dengan adanya keputusan mengambil strategi pertumbuhan (*growth*) dan strategi SO diharapkan keberlanjutan usaha Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo dapat berjalan dan menerapkan strategi yang ada. Dengan demikian penerapan strategi secara bertahap dapat mewujudkan keberlanjutan usaha dengan baik.

## 7. SARAN PENELITIAN

Citra baik Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki pada usaha yang bergerak dibidang kuliner. Dengan keunggulan tersebut Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo dapat mengembangkan restaurant tersebut menjadi lebih maju lagi. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna maka dari itu penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel yang terkait dengan strategi yang di terapkan ataupun menentukan faktor eksternal dan internal supaya dapat mengetahui strategi yang harus dilakukan oleh Resto TanNdeso Pondok Pesantren Lintang Songo dalam menjalankan bisnisnya agar dapat bertahan ditengah persaingan bisnis. Peneliti menemukan bahwa citra baik Resto TanNdeso merupakan keunggulan yang dimiliki. Oleh karena itu saran dari peneliti untuk Resto TanNdeso adalah dengan menerapkan strategi pertumbuhan (growth) dan strategi SO. Dengan cara melakukan penetrasi pasar, inovasi, dan perbaikan kualitas produk. Meningkatkan bahan baku yang berkualitas dapat menjaga citra baik Resto tanNdeso agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

## REFERENSI

Aprilius, A., & Pono, M. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Restoran

Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm (Quantitatif Strategic Planning) Di Restoran La Pizza Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 9(1), 53–61.

Assauri, S. (2017). *Strategic Management*. Raja Grafindo Persada.

Candana, D. M., & Afuan, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 151–162.

Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Quadrant.

Istijanto, M. M. (2013). *Riset sumber daya manusia*. Gramedia Pustaka Utama.

Kurniawan, A. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis pada Ud. Sumber Urip. *Agora*, 6(2).

Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2019). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).

Miharja, K. (2018). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 30–38.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja

- Rosdakarya.
- Nasrulloh, R. S., Pratomo, S. A., & Widodo, S. (2019). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Menentukan Strategi Keberlanjutan Usaha Sentra Mie Soun Desa Manjung Klaten, Jawa Tengah. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 6(2), 120–134.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti, H. J. (2019). *Manajemen Strategi*.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian* (24th ed.). Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi).
- Syahid, N. A., & Suwarni, S. (2018). Analisis Swot Sebagai Dasar Strategi Pemasaran Pada Produk Airum (Air Minum UM). *Ekonomi Bisnis*, 23(1), 21–28.
- Waluyo, E., & Kusuma, B. (2017). *Keamanan Pangan Produk Perikanan*. Universitas Brawijaya Press.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.