

ABSTRAK

Rumah makan *chicken Crush* Cepu merupakan usaha yang menjual produk berupa makanan dan minuman dengan menu utama yaitu ayam geprek. *Chicken Crush* Cepu mengalami penurunan omset penjualan sehingga perlu dilakukan pengembangan strategi bisnis. Tingkat persaingan usaha makanan dan minuman juga dalam kondisi yang kompetitif, sehingga penelitian ini diperlukan untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat dan sesuai untuk pengembangan bisnis rumah makan *chicken crush* Cepu. Metode SWOT dan TOPSIS digunakan untuk melihat posisi perusahaan serta menentukan strategi yang paling tepat. Matriks IFE (*internal factor evaluation*) didapatkan skor sebesar 3,9 sedangkan untuk matriks EFE (*eksternal factor evaluation*) diperoleh sebesar 3,5. Hasil matriks IE menunjukkan bahwa usaha berada pada kuadran I yang berarti usaha dalam posisi pertumbuhan dan pembangunan. Matriks SWOT menghasilkan 4 alternatif strategi yaitu merenovasi plang/papan nama usaha di pinggir jalan raya, membuat postingan/konten secara berkala di media sosial, memberikan *reward* kepada konsumen sesuai ketentuan, dan menambah menu paket. Alternatif strategi yang paling tepat berdasarkan perhitungan metode topsis yaitu strategi membuat postingan/konten secara berkala di media sosial dengan hasil nilai preferensi sebesar 0,525.

Kata Kunci : Pengembangan bisnis, *Matriks IFE EFE, Matriks SWOT, Metode TOPSIS.*

ABSTRACT

Chicken Crush Cepu restaurant is a business that sells products in the form of food and drinks with the main menu, namely geprek chicken. Chicken Crush Cepu has decreased sales turnover, so it is necessary to develop a business strategy. The level of competition in the food and beverage business is also in a competitive condition, so this research is needed to find out the right and appropriate business strategy for the development of the Cepu chicken crush restaurant business. SWOT and TOPSIS methods are used to see the company's position and determine the most appropriate strategy. The IFE (internal factor evaluation) matrix obtained a score of 3.9 while for the EFE (external factor evaluation) matrix it was obtained at 3.5. The results of the IE matrix show that the business is in quadrant I which means the business is in a position of growth and development. The SWOT matrix produces 4 alternative strategies, namely renovating business signboards on the side of the highway, making regular posts/content on social media, providing rewards to consumers according to the provisions, and adding to the package menu. The most appropriate alternative strategy based on the calculation of the topsis method is the strategy of making posts / content periodically on social media with the result of a preference value of 0.525.

Keyword: *Business development, IFE EFE Matrix, SWOT Matrix, TOPSIS Method.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan pertolongan, rahmat yang melimpah, kesehatan dan kasih sayang-Nya, Sholawat serta salam yang tercurah kepada baginda besar Nabi Muhammad Shollallahu 'Alaihi Wassalam sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul **“Pengembangan Strategi Bisnis Rumah Makan *Chicken Crush* Cepu Dengan Penerapan Metode SWOT dan TOPSIS”**. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Ibu dirumah, Bapak Tugiman dan Ibu Mining yang telah memberikan kasing sayang, nasehat, dan mendo'akan penulis untuk segala perjalanan hidup penulis.
2. Kakak kandung serta kakak ipar saya Sofyan, Dwi Puji, Wiwik Suryani, dan Muslimin yang telah membantu penulis dan memberikan motivasi.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Rachmad Hidayat, M.T., IPU., Asean Eng, dan Bapak Dr. Kukuh Winarso, S.Si., M.T., IPM., Asean Eng, selaku dosen pembimbing yang telah dengan baik dan tulus membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Ibu Dr. Weny Findiastuti, S.T., M.T, Ibu Fitri Agustina, S.T., M.T, dan Bapak Dr. Sabaruddin Akhmad, S.T.,M.T., IPM., Asean Eng, yang telah menguji dan memberikan saran perbaikan dalam penulisan skripsi.
5. Seluruh dosen Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan berbagai ilmu kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
6. Bapak Rony selaku pemilik usaha rumah makan *chicken crush* Cepu dan Mas sigit selaku *supervisor* rumah makan *chicken crush* Cepu yang telah memberikan izin dan mau untuk direpotkan penulis selama penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan Teknik Industri angkatan 2019 yang penulis sayangi, yang memberikan pengalaman baru selama perkuliahan. Semoga kalian sukses dan tidak melupakan satu sama lain.
8. Untuk diri penulis sendiri yang telah melewati banyak hal hingga sampai ke titik ini, kamu hebat. Terus semangat yaa! Jangan terlalu bergantung sama orang

lain, karena motivasi terbesar datang dari diri sendiri. Semoga kamu menjadi pribadi yang sukses.

9. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberikan bantuan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu, penulis terbuka terhadap kritik dan juga saran yang bersifat membangun untuk karya yang jauh lebih baik lagi kedepannya. Penulis berharap, skripsi ini akan memberi manfaat kepada pembaca.

Bangkalan, 13 Juli 2023

Penulis,

Nani Sofia

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Asumsi-Asumsi	4
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi	6
2.2 Strategi Pengembangan Bisnis	7
2.2.1 Jenis-Jenis Strategi Bisnis	7
2.2.3 Strategi Pertumbuhan Bisnis	8
2.3 Kuesioner	9
2.4 Skala <i>Likert</i>	9
2.5 Populasi dan Sampel	10

2.6 Teknik Sampling	10
2.7 Uji Validitas	13
2.8 Uji Reliabilitas	13
2.9 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	14
2.10 <i>Competitive Profil Matrix</i> (CPM)	14
2.11 Analisis SWOT	15
2.10.1 Matriks IFE (<i>internal factor evaluation</i>)	15
2.10.2 Matriks EFE (<i>eksternal factor evaluation</i>)	15
2.10.3 Matriks IE (Internal Eksternal)	16
2.10.4 Matriks SWOT	17
2.12 Metode TOPSIS	18
2.13 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.3 Jenis Tipe Data	22
3.4 Alat dan Bahan	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Populasi dan Sampel	26
3.7 Pengolahan Data	27
3.7.1 Matriks IFE dan EFE	27
3.7.2 Analisis Matriks IE	27
3.7.3 Matriks SWOT	27
3.7.4 Metode TOPSIS	28
3.8 <i>Flowchart</i> Penelitian	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30

4.1 Profil Usaha.....	30
4.2 Struktur Organisasi	30
4.3 Analisis Lingkungan Usaha	31
4.3.1 Competitive Profile Matrix (CPM)	31
4.3.2 Analisis Lingkungan Internal.....	31
4.3.3 Analisis Lingkungan Eksternal	35
4.4 Identifikasi Konsumen	37
4.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
4.5.1 Uji Validitas	38
4.5.2 Uji reliabilitas.....	39
4.6 Matriks IFE (<i>Internal Faktor Evaluation</i>)	39
4.6.1 Perhitungan faktor kekuatan	39
4.6.2 Perhitungan faktor kelemahan	40
4.7 Matriks EFE (<i>Eksternal Faktor Evaluation</i>).....	42
4.7.1 Perhitungan faktor peluang	42
4.7.2 Perhitungan faktor ancaman.....	42
4.8 Matriks IE	44
4.9 Matriks SWOT	45
4.10 Analisis Matriks TOPSIS.....	49
4.10.1 Membuat Matriks Keputusan Alternatif	49
4.10.2 Membuat Matriks Keputusan Ternormalisasi.....	50
4.10.3 Membuat Matriks Keputusan TernormalisasiTerbobot	52
4.10.4 Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif....	53
4.10.5 Jarak antara Matriks Solusi Ideal Positif dan Solusi Ideal Negatif	56
4.10.6 Nilai Preferensi Setiap Alternatif.....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bentuk matriks IFE	15
Tabel 2.2 Bentuk matriks EFE	15
Tabel 2.3 matriks IE	16
Tabel 2.4 matriks SWOT	17
Tabel 3.5 penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3.6 faktor internal <i>strenght</i>	23
Tabel 3.7 faktor internal <i>weakness</i>	23
Tabel 3.8 faktor eksternal <i>opportunity</i>	23
Tabel 3.9 faktor eksternal <i>threat</i>	23
Tabel 3.10 Jumlah pengunjung rumah makan <i>chicken crush</i> cepu.....	26
Tabel 4.11 CPM	31
Tabel 4.12 Perbandingan harga ayam geprek lain di daerah Cepu.	32
Tabel 4.13 Rekapitan hasil uji validitas	38
Tabel 4.14 Rekapitan uji reliabilitas	39
Tabel 4.15 rekapitan nilai IFE.....	41
Tabel 4.16 Rekapitan nilai EFE	43
Tabel 4.17 matriks SWOT	45
Tabel 4.18 Alternatif strategi	49
Tabel 4.19 Rekapitan bobot setiap kriteria.....	49
Tabel 4.20 Rekapitan nilai AS (<i>Attractive score</i>)	50
Tabel 4.21 Rekapitan matriks keputusan ternormalisasi.....	51
Tabel 4.22 matriks keputusan ternormalisasi terbobot	53
Tabel 4.23 matriks solusi ideal positif	54
Tabel 4.24 Matriks solusi ideal negatif	55
Tabel 4.25 Rekapitan jarak antara matriks solusi ideal positif	56
Tabel 4.26 Rekapitan jarak matriks solusi ideal negatif	57
Tabel 4.27 Rekapitan nilai preferensi setiap alternatif.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sub-sektor industri makanan dan minuman di jawa tengah.....	1
Gambar 2.2 Gambar dimensi lingkungan strategi perusahaan	6
Gambar 3.3 <i>Flowchart</i> penelitian	29
Gambar 4.4 struktur organisasi	30
Gambar 4.5 label <i>higiene sanitasi</i>	32
Gambar 4.6 Jenis kelamin responden	37
Gambar 4.7 Usia responden	37
Gambar 4.8 Pekerjaan responden.....	38
Gambar 4.9 matriks IE	44
Gambar 4.10 diagram analisis SWOT	46
Gambar 4.11 usulan papan nama usaha <i>chicken crush</i>	47
Gambar 4.12 contoh postingan sosial media rumah makan <i>chicken crush</i> . ..	48