



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing Restoran Justus Steak House

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Refina Ryndiandita

2016320052

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing Restoran Justus Steak House

Skripsi

Oleh

Refina Ryndiandita

2016320052

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi


Nama : Refina Ryndiandita
Nomor Pokok : 2016320052
Judul : Analisis Strategi Bersaing Restoran Justus Steak House

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 29 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

: 

Sekretaris

Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M.

: 

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 
4 Agustus 2020

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Refina Ryndiandita
NPM : 2016320052
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing Restoran Justus Steak
House

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, (16 Juli 2020)



Refina Ryndiandita

ABSTRAK

Nama : Refina Ryndiandita
NPM : 2016320052
Judul : Analisis Strategi Bersaing Restoran Justus Steak House

Industri kuliner merupakan salah satu industri yang paling diminati oleh hampir seluruh kalangan masyarakat di zaman sekarang. Oleh karena itu, bisnis kuliner meningkat sangat pesat di Indonesia, salah satunya adalah di Kota Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu destinasi wisata yang terkenal dengan kulinernya, sehingga persaingan industri kuliner di Kota Bandung begitu tinggi. Justus Steak House merupakan salah satu pelaku bisnis kuliner di Kota Bandung, dengan tingginya persaingan diantara pelaku bisnis yang ada, mempunyai strategi yang tepat untuk tetap dapat bersaing di industri merupakan hal yang sangat penting.

Penelitian ini berfokus pada evaluasi efektivitas strategi bersaing yang telah digunakan oleh perusahaan selama ini. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dan metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan narasumber langsung dari pihak Justus Steak House untuk mengetahui informasi-informasi yang dibutuhkan selama penelitian. Penulis juga melakukan tiga teknik analisa data, yaitu analisis internal, analisis eksternal dan efektivitas. Hal ini untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan selama ini sudah tepat dan efektif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui analisis internal, eksternal, matriks SWOT dan efektivitas, strategi yang digunakan oleh perusahaan selama ini merupakan strategi *best cost provider*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan sudah efektif untuk dapat bersaing di industri, hanya saja perusahaan perlu mengoptimalkan beberapa hal lagi dalam melakukan strategi tersebut agar penjualan dan pengunjung tetap meningkat setiap tahunnya. Dengan mengoptimalkan strategi *best cost provider*, Justus Steak House dapat unggul dari para pesaingnya di industri dengan menawarkan produk berkualitas tetapi harga terjangkau. Seperti *tag line* nya yaitu "*You Get More Than Enough*".

Kata Kunci: strategi bersaing, analisis internal, analisis eksternal, matriks SWOT, efektivitas

ABSTRACT

Name : Refina Ryndiandita
NPM : 2016320052
Title : *Analysis Competitive Strategy of Justus Steak House Restaurant*

Culinary industry is currently one of the most demanded industries in the society. For that reason, culinary businesses have been increasing rapidly in Indonesia including Bandung. Bandung is one the most popular destinations in terms of culinary. Therefore, the rivalry among culinary businesses in Bandung is pretty competitive. Justus Steak House is one of the culinary business firms in Bandung, given the high competition with other existing business firms, Justus Steak House has a precise strategy in order to be able to compete in this industry and this effective strategy is the most crucial part of running a business.

This research focuses on an evaluation toward effectiveness of competitive strategies that the company has been using until this period. Descriptive method of research and qualitative method are used for this research. Interviews, observations, and document studies have been done for collecting data. Interview has been done by interviewing a person in-charge from Justus Steak House to find out what kind of strategy that has been applied by the company, and necessary information that needed during the research. Also, the author applies three data analyzing techniques which are internal and external analysis and effectivity.

Based on the research that has been done with internal, external, SWOT, and effectivity analysis, it is concluded that the company applies best cost provider method as its strategy. The outcome from the research proves the applied strategy is already effective in order to compete in the industry. However, the company is suggested to optimize several matters in terms of applying the strategy to maintain a stable increase of its selling and visitors' number in every year. As a result, Justus Steak House would be able to lead in terms of the companies rivalry within the industry because its commitment to provide high-quality products with affordable prices. This is implied on its tag line which states "You Get More Than Enough".

Key Words: *competitive strategy, internal analysis, external analysis, SWOT Matrix, effectivity.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta kasih dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga penelitian dan penyusunan yang berjudul "Strategi Bersaing Restoran Justus Steak House" dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat lulus dalam program sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu saja banyak pihak-pihak yang terlibat untuk membantu, mendukung, memberikan motivasi, juga semangat dan doa kepada peneliti. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua. Terimakasih untuk Ibu dan Ayah yang selalu memberikan semangat dan dorongan dalam mengerjakan penelitian ini, memberikan doa yang tidak henti-henti nya kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan penelitian ini, dan terima kasih untuk selalu percaya kepada peneliti dalam menyelesaikan program sarjana di Universitas Katolik Parahyangan. Kepada adik dari penulis Daffa, yang selalu mendukung dan memberi semangat.
2. Ibu Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M. selaku dosen pembimbing peneliti. Terimakasih banyak atas Ilmu , waktu, tenaga, serta bimbingannya yang telah diberikan selama satu semester ini.

3. Bapak Alex selaku Executive Chef dari Justus Steak House. Terima kasih banyak telah membantu dan meluangkan waktunya selama penelitian berlangsung, dan memberikan data yang dibutuhkan untuk peneliti.
4. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan pengetahuan serta arahan mengenai perkuliahan hingga skripsi ini.
6. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis. Terima kasih atas ilmu, dan pengalaman yang sangat bermanfaat, dan juga keceriaan yang diberikan selama perkuliahan.
7. Seluruh staf FISIP UNPAR. Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan selama penulis berada di lingkungan kampus tercinta ini.
8. *Partner* terbaik saya, Vido Takwarilianto. Terima kasih sudah memberikan dukungan dan kasih sayang, selalu memberikan semangat, dan doa kepada penulis yang tidak henti-hentinya selama perkuliahan hingga skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah, tempat bercerita, dan menjadi orang yang selalu ada bagi penulis hingga saat ini. Terima kasih selalu mempercayai penulis untuk bisa menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
9. Sahabat-sahabat terdekat, Velinka Permatasari, Yolla Miranda, Seyba Nabila, dan Evilia Alma. Terima kasih sudah selalu mendukung dan

menghibur penulis dalam keadaan apapun, selalu menjadi tempat bercerita dan membuat tawa dalam segala hal dan dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Sahabat-sahabat sedari SMA Alma Alike, Ambar Purnamasari, Shovia Sania, Emmanuela Petra, Bernadetha Maria. Terimakasih sudah selalu memberikan kebahagiaan dan mendukung penulis setiap bertemu.

11. Sahabat-sahabat selama di Ilmu Administrasi Bisnis, Sandra Andayana, Nona Marala, Batari Ghina, Dwindra Rizkita, Valentina, Tania Clarissa, Ichsan Aulia, Leonard Ezekiel, dan Farizan Fahira. Terimakasih sudah memberikan canda tawanya, selalu mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan ini, membantu, mendorong, dan menemani penulis selama perkuliahan hingga skripsi ini.

12. Teman satu bimbingan, Ricka Mellya. Terima kasih telah memberikan semangat, dan membantu penulis selama berjalannya skripsi ini, dan telah menemani, menghibur, membantu, dan memberikan semangat ketika akhir-akhir perkuliahan.

13. Sahabat-sahabat sedari kecil. Shafira Putri, Alindhita Fawzia, Shaskya Dwi, Nata Rimana Fadila. Terimakasih sudah selalu memberikan dukungan kepada penulis dan menjadi tempat bercerita setiap bertemu.

14. Sahabat-sahabat sedari SMP. Dyanka Putri, Almira Syifa, Almira Adil, Mutya Wyakti dan Fakhrunnisa. Terima kasih telah memberikan dukungan setiap bertemu.

15. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu satu. Terima kasih banyak untuk seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung

dari awal penyusunan skripsi ini hingga akhir. Saya ucapkan terima kasih atas segala dukungan yang diberikan dalam berbagai bentuk. Mohon maaf jika terjadi kesalahan baik ucapan maupun tindakan yang tidak berkenan.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari masih adanya beberapa kekurangan yang ada atas dasar keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan tersebut.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dan dapat berguna di masa yang akan datang.

Bandung, 16 Juli 2020

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Refina Ryndiandita', is centered on the page. The signature is written in a cursive, somewhat stylized font.

Refina Ryndiandita

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Strategi.....	8
2.1.1 Pengertian Strategi.....	8
2.1.2 Tingkatan strategi.....	9
2.2 Strategi Bersaing.....	11
2.2.1 Pengertian Strategi Bersaing.....	11
2.2.2 Strategi Generik.....	13
2.2.3 Strategi Generik Modifikasi.....	14
2.3 Manajemen Strategi.....	16
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi.....	16
2.3.2 Tahap-tahap Manajemen Strategi.....	17
2.3.3 Analisis Internal.....	19
2.3.4 Analisis Eksternal.....	24
2.4 Analisis SWOT.....	31
2.5 Efektivitas.....	33
2.5.1 Pengertian Efektivitas.....	33
2.6 Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37

3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Protokol Studi	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Sumber Data	44
3.6 Teknik Analisa Data.....	45
3.7 Model Penelitian.....	47
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	49
4.1 Profil Perusahaan.....	49
4.2 Sejarah Perusahaan	50
4.3 Target Market dan Tujuan Perusahaan.....	52
4.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.4.1 Kontak, Jam Operasional, dan Lokasi Justus Steak House	54
4.4.2 Produk Produk Justus Steak House	59
4.5 Proses Bisnis Umum.....	66
4.5.1 SDM dan Pelayanan	66
4.6 Stuktur Organisasi.....	68
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	79
5.1 Strategi Perusahaan Selama Ini	79
5.1.2 Target Pasar.....	81
5.2 Efektifitas Strategi Justus Steak House	82
5.2.1 Tujuan Perusahaan.....	84
5.3 Rancangan Strategi	86
5.3.1 Analisis Internal Perusahaan.....	86
5.3.2 Analisis Eksternal Perusahaan	95
5.3.3 Analisis S.W.O.T	109
5.3.4 Matriks S.W.O.T.....	114
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	117
6.1 Kesimpulan	117
6.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Tabel Protokol Studi	39
Tabel 5. 1 Penjualan Justus Steak House Tahun 2017, 2018, 2019.....	82
Tabel 5. 2 Hasil Matriks SWOT	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	7
Gambar 2. 1 Porter's 5 Forces Model.....	25
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	49
Gambar 4. 2 outlet Justus Steak House Ciwalk.....	54
Gambar 4. 3 Outlet Justus Steak House Jl. Cimanuk.....	54
Gambar 4. 4 Outlet Justus Steak House Dago.....	55
Gambar 4. 5 Outlet Justus Steak House PVJ.....	55
Gambar 4. 6 Outlet Justus Steak House 23 Paskal.....	56
Gambar 4. 7 Outlet Justus Steak House Festival Citylink.....	56
Gambar 4. 8 Outlet Justus Steak House Braga Citywalk.....	57
Gambar 4. 9 Outlet Miko Mall.....	57
Gambar 4. 10 Outlet Metro Indah Mall.....	58
Gambar 4. 11 Outlet Buah Batu.....	58
Gambar 4. 12 US Black Angus Sirloin Steak.....	59
Gambar 4. 13 Aussie Rib Eye Grain Fed.....	60
Gambar 4. 14 Family BBQ Sumber: Justusku.co.id.....	60
Gambar 4. 15 John Dory.....	61
Gambar 4. 16 Asian Chicken BBQ.....	61
Gambar 4. 17 Bulgogi Burger.....	62
Gambar 4. 18 Salmon Bakar Sambal Matah.....	62
Gambar 4. 19 Prawn Creamy Fettucine.....	63
Gambar 4. 20 Beef Cream Soup.....	63
Gambar 4. 21 Caesar Chicken Salad.....	64
Gambar 4. 22 Sirloin Cheese Steak Sandwich.....	64
Gambar 4. 23 Egg Burger Steak.....	65
Gambar 4. 24 Chilli Cheese Fries.....	65
Gambar 4. 25 Brownies Cheezie Sundae.....	66
Gambar 4. 26 Struktur Organisasi.....	68
Gambar 5. 1 Operasional Justus Steak House.....	87
Gambar 5. 2 Diskon Justus Steak House.....	92
Gambar 5. 3 Diskon Justus Steak House.....	92

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5. 1 Pengunjung Tahun 2017, 2018, 2019	83
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota destinasi wisata kuliner di Indonesia. Kota Bandung banyak menghardirkan berbagai macam wisata kuliner. Berdasarkan (Badan Pusat Statistik Kota Bandung , 2016) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung menyatakan ada sebanyak 795 restoran atau rumah makan, kafe, dan bar yang berizin pada tahun 2016, dari tahun ke tahun angka ini terus mengalami kenaikan. Dengan adanya perkembangan jumlah restoran/rumah makan, kafe, serta bar yang ada di Kota Bandung, hasil Sensus Ekonomi (SE) yang dilakukan oleh BPS pada tahun 2016, diperoleh bahwa di Kota Bandung terdapat 71.460 usaha penyedia makanan dan minuman. Jika dibandingkan dari tahun 2016-2018 makanan dan minuman terus mengalami peningkatan. Jenis makanan dan minuman jadi merupakan porsi tertinggi dibandingkan dengan jenis makanan lainnya. Jika dibandingkan dari tahun 2016-2018 makanan dan minuman jadi terus mengalami peningkatan, pada tahun 2016 sebesar 40,61%, tahun 2017 naik menjadi 42,60%, dan pada tahun 2018 menjadi 43,68%. Pelaku bisnis di Kota Bandung dalam industri makanan dan minuman beberapa diantaranya adalah Suis Butcher, Warung Steak Pasadena, Karnivor Restaurant, Abuba Steak dsb.

Dari berbagai macam kuliner yang ada, Justus Steak House merupakan salah satu Restaurant Steak yang ada di Kota Bandung. Dibandingkan dengan

beberapa Restoran Steak yang ada Justus adalah salah satu *steak house* yang baru terjun di industri yaitu selama 5 tahun. Dengan adanya perubahan zaman yang modern seperti sekarang berdampak pada gaya hidup masyarakat, gaya hidup modern merupakan kebiasaan atau pola tingkah laku sehari-hari manusia yang sesuai dengan tuntutan zaman, seperti gaya hidup konsumtif, mewah, dan serba instan. Perubahan tersebut berdampak juga pada industri kuliner, mereka kebanyakan bercengkrama di tempat-tempat tertentu, seperti *restaurant* atau *cafe*. *cafe/restaurant* menjadi salah satu tempat orang-orang menghabiskan waktunya, bahkan ada juga orang yang menghabiskan waktu di *cafe* untuk bekerja, mengerjakan tugas, dan bertemu teman. Sehingga animo masyarakat terhadap *cafe* atau *restaurant* yang baru buka sangat besar dan itu merupakan kesempatan bagi Justus untuk menarik pelanggan, tetapi sangat penting juga menjaga kualitas sehingga pelanggan tetap akan kembali.

Pesaing Justus Steak House sendiri di Bandung terhitung banyak diantaranya Karnivor, Tizi's, Suis Butcher Steak House, Glosis Restaurant, Holycow, The Holyribs, Warung Steak Pasadena, Abuba Steak, Warung Steak, Meatology, Reunian House. Dari semua Restaurant Steak tersebut, Justus menganggap pesaing utamanya merupakan Suis Butcher, Holycow, dan Glosis Restaurant. Tetapi ada beberapa *cafe/restaurant* yang bukan merupakan Restaurant Steak tetapi Justus menyatakan bahwa Restaurant-restaurant tersebut merupakan pesaing Justus SteakHouse karena memiliki menu Steak yang enak diantaranya adalah Bilbao Brasserie, Ambrogio Patisserie, Byron Selective dan Hummingbird.

Dari ketiga pesaing utama Restorant Steak diatas, jika dibandingkan dengan Holycow dan Glosis mereka memiliki harga yang relatif lebih mahal daripada Justus, dengan harga yang lebih murah tersebut tidak menjadikan kualitas Justus berkurang, karena bahan daging yang digunakan oleh Justus pun merupakan impor daging Ausie dan mereka memperlakukan daging tersebut sangat baik sesuai SOP yang ada sehingga ketika dihidangkan kepada pelanggan daging yang ada pun tetap fresh. Tetapi jika dibandingkan dengan harga Suis Butcher, harga yang dimiliki relatif sama, tetapi lokasi-lokasi Justus lebih strategis berada di Mall Paris Van Java, Mall 23 Paskal, Mall Ciwalk, Mall Braga City walk, Mall Istana Plaza, Mall Festival Citylink, Miko Mall, Metro Indah Mall, Jalan Cimanuk, Justus buah batu, dan juga Justus Dago, dengan tempat yang strategis dan banyak membuat konsumen mudah untuk menjangkaunya karena dibandingkan dengan para pesaing utama Justus mereka memiliki lebih sedikit lokasi.

Dengan kondisi masyarakat pada zaman sekarang yang telah dipaparkan diatas, kebiasaan masyarakat zaman sekarang tidak hanya datang ke suatu *restaurant* hanya untuk makan melainkan mereka melakukan aktivitas lain salah satunya seperti nongkrong atau bercengkrama dengan teman maka tempat yang nyaman juga sangat penting.

Ditengah-tengah persaingan kuliner yang begitu ketat di Kota Bandung dengan pesaing sejenis Restorant Steak juga yang berdiri terlebih dulu, apa yang membuat Justus Steak House dapat bertahan dengan konsumen yang loyal menurut Bapak Alex selaku manajer Justus dan terus kembali datang ke Justus Steak House, strategi seperti apa yang digunakan oleh Justus Steak House? Dan apakah strategi

yang digunakan sudah efektif atau perlu beberapa perubahan? Atas dasar yang sudah dijelaskan, Untuk itu saya selaku penulis tertarik untuk menganalisis lebih lanjut tentang Justus SteakHouse.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Strategi apa yang digunakan Justus Steak House selama ini?
2. Apakah strategi yang digunakan oleh Justus Steak House sejauh ini sudah efektif?
3. Strategi apa yang dibutuhkan oleh Justus Steak House di masa mendatang berdasarkan analisis internal dan eksternal?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh Justus SteakHouse.
2. Untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan Justus SteakHouse masih efektif atau tidak untuk digunakan kedepannya.
3. Untuk mengetahui Strategi apa yang dibutuhkan oleh Justus SteakHouse dimasa mendatang berdasarkan analisis internal dan eksternal.

1.4 Manfaat Penelitian

Saya selaku penulis mengharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi perusahaan, bagi orang yang membaca, dan bagi saya sendiri selaku penulis.

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk bisa bersaing ditengah-tengah persaingan pasar yang begitu ketat, dan membantu menyusun strategi jangka panjang untuk tetap bertahan dalam persaingan di masa mendatang. Dan membantu mengkoreksi apa yang perlu diperbaiki, dan apa yang perlu dipertahankan atau ditambahkan untuk strategi kedepannya.

2. Bagi Penulis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas melalui teori ataupun praktik nyata kepada penulis tentang cara berbisnis yang baik, dan menyusun suatu strategi dalam menjalankan suatu bisnis agar dapat bertahan dengan para pesaing yang ada.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan tambahan wawasan ilmu dan informasi kepada para pihak yang memerlukan, khususnya di bidang kuliner.

1.5 Kerangka Pemikiran

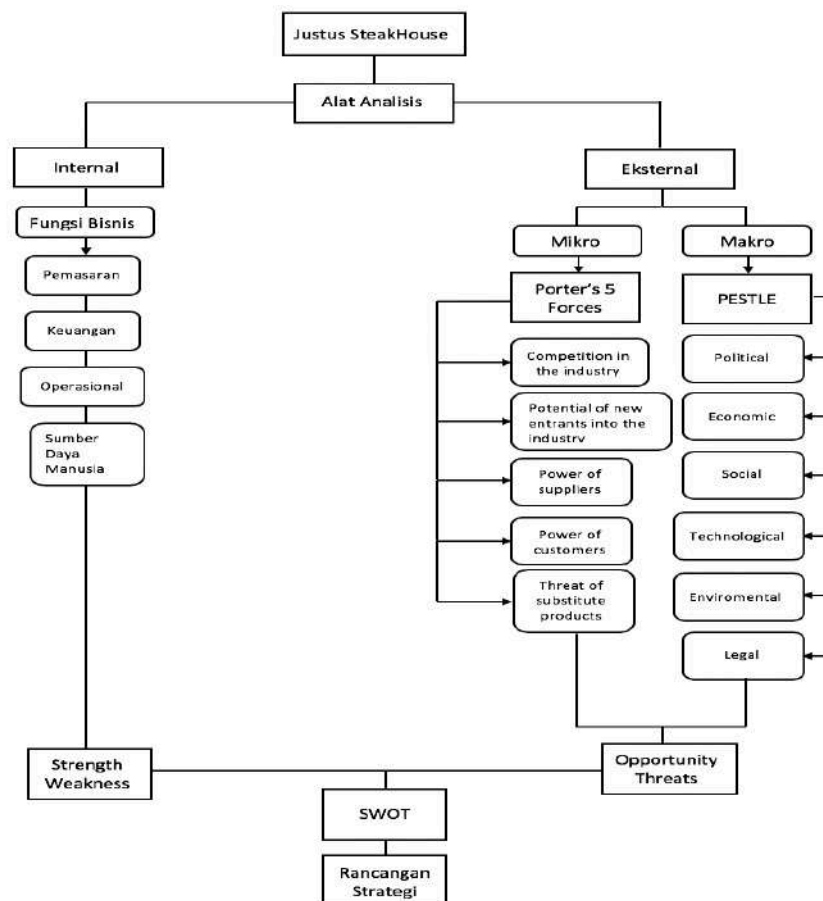
Dalam menentukan strategi yang dibutuhkan oleh Justus SteakHouse, dapat dilihat dari sisi internal dan eksternal perusahaan. Penulis harus mengetahui lebih dahulu strategi apa yang digunakan oleh perusahaan selama ini, sehingga penulis bisa mengevaluasi strategi tersebut dan mengetahui apakah strategi yang digunakan selama ini sudah efektif atau dibutuhkan strategi lain yang lebih tepat bagi perusahaan.

Untuk mengevaluasi strategi yang digunakan oleh perusahaan penulis harus melakukan analisis internal dan analisis eksternal. Pada analisis internal dapat dilihat dari fungsi bisnis yang terdiri dari operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Pada analisis eksternal dapat dilihat dari sisi mikro yaitu analisis *Porter's 5 Forces* yang terdiri dari ancaman pendatang baru, persaingan di antara perusahaan yang telah ada, ancaman produk atau jasa pengganti, kekuatan penawaran pembeli, kekuatan penawaran pemasok. Dalam aspek yang lebih luas, penulis akan melakukan analisis *PESTLE* yang terdiri dari politik, ekonomi, sosial, teknologi, legal, dan lingkungan. Justus harus menganalisis dan mengetahui kondisi tersebut dan apa dampak atau pengaruh kepada perusahaan, dari hal tersebut dapat membantu dalam menjalankan bisnis kedepan dan tindakan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan.

Setelah menganalisis sisi internal dan eksternal, dari sisi internal akan diketahui *strength* dan *weakness* nya. Lalu dari sisi eksternal dapat diketahui *opportunity* dan *threat* nya. Setelah mengetahui *strength*, *weakness*, *opportunity*,

dan threat (SWOT) dapat disimpulkan apakah strategi yang digunakan oleh Justus Steak House selama ini telah efektif atau belum, dan penulis dapat mengusulkan saran maupun strategi yang tepat untuk perusahaan kedepannya.

Berikut merupakan kerangka pemikiran yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Dibuat oleh penulis