



**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 pada Rumah Makan Ayam**  
**Cabe Ijo Cabi Bandung**

Skripsi

Oleh  
Agnes Benyamin  
2016320040

Bandung  
2021



**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 pada Rumah Makan Ayam**  
**Cabe Ijo Cabi Bandung**

Skripsi

Oleh

Agnes Benyamin

2016320040

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Agnes Benyamin

Nomor Induk : 2016320040

Judul : Analisis Strategi Bersaing Pada Rumah Makan Ayam Ijo Cabi Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada

Ujian Sidang jenjang Sarjana

Bandung, 13 Januari 2021

Pembimbing,

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

13 Januari 2021

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

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Agnes Benyamin  
Nomor Pokok : 2016320040  
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi  
Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana

Pada Selasa, 19 Januari 2021

Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

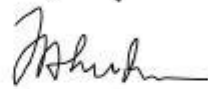
**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.S.E

  
\_\_\_\_\_

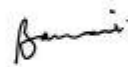
**Sekretaris**

Sanerya Hendrawan, Ph.D

  
\_\_\_\_\_

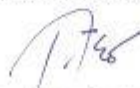
**Anggota**

Dr. M. Banowati Talim

  
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

### Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Agnes Benyamin  
NPM : 2016320040  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis / FISIP  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Pada Rumah Makan Ayam Cabeljo Cabi  
Bandung

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 lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

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, 8 Januari 2021



Agnes Benyamin

## ABSTRAK

Nama : Agnes Benyamin  
NPM : 2016320040  
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi Bandung

---

Perkembangan bisnis atau usaha yang bergerak di industri makanan dan minuman saat ini tumbuh dan berkembang pesat serta berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan bisnis ini membuat persaingan yang ketat antar sesama pebisnis di bidang makanan dan minuman. Salah satu rumah makan yang ada di Kota Bandung yaitu Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi yang merupakan rumah makan yang berfokus pada produk makanan berbasis unggas yaitu ayam.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian eksploratif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Data atas objek penelitian didapat melalui pengamatan (observasi), partisipatif dan wawancara tidak terstruktur. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan *Resource Based* dan analisis SWOT.

Dari data yang diperoleh oleh peneliti ditemukan bahwa Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi dapat bertahan dan bertumbuh karena mampu mengkolaborasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan dan dapat memanfaatkan peluang industri makanan dan minuman di Kota Bandung. Strategi yang digunakan yaitu *Best Value Focus* dengan menawarkan diferensiasi produk dan jasa dalam melakukan usahanya. Dari hasil Matriks Internal Eksternal membuktikan bahwa Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi berada di posisi kuadran I yang berarti dalam posisi *growth*. Dengan ini, perusahaan disarankan untuk melakukan strategi penetrasi pasar dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yang menarik untuk mempertahankan dan mampu bersaing dengan pesaing yang ada.

**Kata kunci : *Resource Based View*, Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal, Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Internal-Eksternal, Matriks SWOT**

## **ABSTRACT**

Nama : Agnes Benyamin

NPM : 2016320040

Judul : *Analysis of Competitive Strategy on Ayam Cabe Ijo Cabi Bandung*

---

*The development of a business or business engaged in the food and beverage industry is currently growing and developing rapidly and contributing greatly to national economic growth. This business growth creates fierce competition among fellow businessmen in the food and beverage sector. One of the restaurants in the city of Bandung is the Chili Ijo Cabi Chicken Restaurant, which is a restaurant that focuses on poultry-based food products, namely chicken.*

*In this study, researchers used a descriptive exploratory research type with a case study research method. Data on research objects obtained through observation (observation), participatory and unstructured interviews. The data analysis technique used is Resource Based and SWOT analysis.*

*From the data obtained by the researcher, it was found that the Chili Ijo Cabi Chicken Restaurant could survive and grow because it was able to collaborate on the company's resources and could take advantage of the opportunities for the food and beverage industry in the city of Bandung. The strategy used is the Best Value Focus by offering product and service differentiation in doing business. The results of the Internal External Matrix prove that the Chili Ijo Cabi Chicken Restaurant is in the quadrant I position, which means that it is in a growth position. With this, companies are advised to carry out a market penetration strategy by carrying out various attractive marketing strategies to maintain and be able to compete with existing competitors.*

***Keywords: Resource Based View, Internal Environmental Analysis, External Environmental Analysis, Internal Factor Evaluation Matrix (EFI), External Factor Evaluation Matrix (EFE), Internal-External Matrix, SWOT Matrix***

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bersaing Pada Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi Bandung. Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penulis berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang baik namun penulis menyadari akan adanya kekurangan pada penelitian ini karena keterbatasan kemampuan penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang selalu memberikan doa, bimbingan, dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Maka dengan kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala kebaikan dan penyertaan yang Engkau berikan dalam segala sesuatu yang saya jalani dan memberikan banyak berkat sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua dan kakak laki-laki saya yang selalu mendukung penulis dalam hidupnya.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memimbing penulis serta memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga dapat mengerjakan skripsi yang diteliti ini.



4. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu, pengalaman kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.
5. Kerabat penulis sejak dari semester 1 telah membantu dan menghibur penulis dalam menempuh perkuliahan di UNPAR yaitu Viola, Rahayu, Desi, Sylvia, Dwiki dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
6. Kerabat penulis sejak SMA hingga sekarang Livia dan Irveline yang telah menemani penulis melewati hari-hari dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman angkatan 2016 yang telah menjadi teman berjuang penulis untuk mendapatkan gelar Strata 1 Administrasi Bisnis.
8. Pemilik Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi yang bersedia untuk di wawancara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan karena keterbatasan ilmu dan kemampuan. Oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Bandung, Desember 2020

Penulis,

Agnes Benyamin

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Kerangka Pemikiran .....	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Faktor Pendorong Pertumbuhan dan Perkembangan Usaha .....	11
2.1.1 Analisis Internal Perusahaan .....	11
2.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal <i>The Five Forces</i> .....	13
2.1.3 Strategi Generik .....	16
2.2 Tantangan Pengembangan Usaha .....	18
2.3 Pembuatan Strategi .....	20
2.3.1 Analisis Lingkungan Internal .....	20
2.3.1.1 <i>Marketing Mix</i> .....	20
2.3.1.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	23

2.3.1.3 Pelatihan ( <i>Training</i> ).....	25
2.3.1.4 Disiplin Kerja .....	25
2.3.1.5 Kinerja Karyawan.....	25
2.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	26
2.3.2.1 <i>PESTLE Analysis</i> .....	26
2.4 SWOT Analysis.....	27
2.5 Jenis Strategi Pengembangan Usaha .....	29
2.5.1 <i>Intensive Strategies</i> .....	30
2.5.2 <i>Diversification Strategies</i> .....	30
2.5.3 <i>Defensive Strategies</i> .....	31
2.5.4 <i>Intergration Strategies</i> .....	32
2.6 Penelitian Terdahulu.....	32
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data .....	36
3.6 Lokasi Penelitian .....	39
<b>BAB 4 OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Sejarah Perusahaan .....	40
4.2 Profil Perusahaan.....	41
4.2.1 Logo Perusahaan.....	41
4.2.2 Lokasi Perusahaan.....	41
4.2.3 Jam Operasional.....	41

4.3 Struktur Perusahaan.....	42
4.4 Produk Perusahaan .....	43
<b>BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Fase Pertumbuhan Perusahaan .....	46
5.2 Strategi Generik Perusahaan .....	49
5.3 Analisis Lingkungan Internal.....	51
5.3.1 <i>Resource Based View</i> .....	52
5.4 Analisis Eksternal Perusahaan .....	57
5.4.1 Analisis PESTLE .....	58
5.4.2 Analisis <i>Five Forces Model</i> .....	60
5.5 Langkah Strategik untuk Bertumbuh di Masa yang akan Datang.....	63
5.5.1 Analisis SWOT .....	63
5.5.2 Matriks SWOT.....	64
5.5.3 Matriks EFE.....	66
5.5.4 Matriks EFI.....	67
5.5.5 Matriks Internal-Eksternal.....	67
5.5.6 Analisis Matriks Internal-Eksternal .....	69
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
6.1 Kesimpulan .....	71
6.2 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat PDB Indonesia .....	2
Tabel 1.2 Industri Kreatif Indonesia .....	2
Tabel 1.3 Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Skala Menengah di Provinsi Jawa.....	3
Tabel 1.4 Jenis Café and Resto di Kota Bandung .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 5.1 Ulasan terhadap Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi di Instagram .....	56
Tabel 5.2 Analisis SWOT .....	64
Tabel 5.3 Matriks EFE .....	66
Tabel 5.4 Matriks EFI .....	67
Tabel 5.5 Matriks Internal-Eksternal .....	67
Tabel 5.6 Matriks Internal-Eksternal .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....	10
Gambar 2.1 <i>The Five Forces Model</i> .....	13
Gambar 2.2 Tiga Strategi Generik .....	17
Gambar 2.3 Analisis SWOT .....	28
Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal .....	39
Gambar 3.2 Lokasi Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi .....	39
Gambar 4.1 Logo Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi .....	41
Gambar 4.2 Cabi Kenyang .....	43
Gambar 4.3 Cabi Telor Mie .....	44
Gambar 4.4 Menu Satuan .....	44
Gambar 4.5 <i>Red Ocean</i> dan <i>Green Ocean</i> .....	45
Gambar 5.1 Omzet Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Pertanyaan Kuesioner.....</b>	<b>78</b>
--	-----------



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri makanan dan minuman diperkirakan akan menjadi salah satu sektor untuk meningkatkan pertumbuhan dalam perekonomian nasional di tahun yang akan datang. Menurut Menteri Perindustrian, Airlangga, hingga triwulan I 2019, pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman mencapai 6,77%. Angka itu di atas pertumbuhan PDB industri nasional sebesar 5,07%. Sektor tersebut pun berkontribusi sebesar 35,58% terhadap PDB Industri Non Migas dan sebesar 6,35% terhadap PDB Nasional.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan PDB pada triwulan II tahun 2020 mengalami kontraksi 5,32% setiap tahunnya. Sementara itu, sektor usaha pengolahan nonmigas turun 5,74%. Sebelumnya, Ketua Umum Gapmmi Ahi menetapkan target industri makanan dan minuman mencapai pertumbuhan 9% di awal tahun 2020. Namun, karena wabah Covid-19 menghantamnya hingga 4% pada akhir tahun ini, target tersebut telah direvisi.

Pertumbuhan bisnis atau usaha di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Dapat dibuktikan dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang terus meningkat pada tahun 2017 sebesar 5,07%, pada tahun 2018 pertumbuhan di Indonesia meningkat menjadi 5,17% dan pada tahun 2019 pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat dan tertahan sebesar 5,3%. (Sekretariat Kabinet Indonesia, 2019)

Tabel 1.1 Tingkat PDB Indonesia

Tahun	Tingkat PDB
2017	5,07%
2018	5,17%
2019	5,3%

(Sumber: setkab.go.id)

Bentuk usaha atau bisnis di Indonesia sangat berpengaruh pada peningkatan perekonomian Indonesia apalagi dalam bentuk barang. Peran industry kreatif di Indonesia berpengaruh karena menyumbang cukup banyak terhadap peningkatan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data yang di dapat dari Badan Ekonomi Kreatif (2019), industry kreatif meliputi Film, Desain Produk, Fashion, Desain Komunikasi, Desain Interior, Kuliner, Musik, Periklanan, Animasi dan Video, Fotografi, Seni Rupa, Televisi dan Radio, Kriya.

Tabel 1.2 Industri Kreatif Indonesia

Subsektor	Total
Kuliner	5.550.960
Fashion	1.230.998
Kriya	1.194.509
Penerbitan	83.496
Fotografi	40.436
Musik	34.242
Seni Pertunjukan	19.772
Seni Rupa	17.044
Aplikasi dan Game Developer	12.441
Arsitektur	5.740
Televisi dan Radio	3.944

Desain Produk	3.367
Periklanan	3.055
Film Animasi dan Video	2.418
Desain Interior	798
Desain Komunikasi Visual	616

(Sumber: bekraf.go.id)

Dapat dilihat dari tabel di atas, kuliner mendapat peringkat pertama yaitu sebesar 5.550.960. Industri kuliner ini benar-benar sudah sangat berkembang dengan adanya berbagai macam kreativitas dan juga mengikuti trend. Karena makanan dan minuman sudah menjadi salah satu kebutuhan primer pada setiap orang. Menurut data dari Badan Pusat Statistik perkembangan jumlah restoran di Indonesia semakin lama mengalami peningkatan.

Tabel 1.3 Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Skala Menengah di Provinsi Jawa

Tahun 2018	Provinsi	Jumlah Restoran/Rumah Makan
	Jawa Barat	1.231
	Jawa Tengah	289
	Jawa Timur	640

(Sumber: bps.go.id)

Banyaknya restoran yang menjamur di Provinsi Jawa Barat karena zaman sekarang kebutuhan makan bukan hanya lagi kebutuhan primer untuk mendapatkan nutrisi dan tenaga, melainkan sudah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat. Kebutuhan pangan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun akan memperbanyak restoran yang menjamur di daerah Jawa Barat.

Sektor makanan tidak hanya mengedepankan aspek makanan dan minuman yang mereka sajikan, tetapi tahapan dan proses yang disajikan serta suasana pelayanan juga akan memberikan kontribusi untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan (Juang Novrianto, 2016). Di zaman sekarang ini, selain menjual cita rasa makanan juga menawarkan kenyamanan yang terkadang konsumen harus membayar lebih mahal karena adanya kombinasi antara kualitas makanan dan suasana lokasi di tempat makan yang merupakan perpaduan yang banyak dicari konsumen sebagai sarana melepas keletihan dan menyegarkan pikiran. Tidak heran bahwa banyaknya restoran yang melengkapi tempat usahanya dengan fasilitas-fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi konsumen, seperti staf yang bersih dan rapi, toilet yang bersih dan wangi, serta meja kursi yang nyaman (Markovic, et.al., 2010).

Salah satu potensi wisata Bandung yang sangat berkembang adalah wisata kuliner. Sejak tahun 1941, Kota Bandung diposisikan sebagai pusat kuliner nusantara karena memiliki restoran terbanyak di Indonesia (forumpi.com). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung, tahun 2018 terdapat Restoran sebanyak 396 dan Rumah Makan sebanyak 372.

Tabel 1.4 Jenis Café and Resto di Kota Bandung

No	Jenis Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung
1.	<i>Indonesian Cuisine</i>
2.	<i>Sundanese Cuisine</i>
3.	<i>Asian Cuisine</i>
4.	<i>Euroan and Western Cuisine</i>
5	<i>Bar and Café</i>

6.	<i>Fast Food</i>
----	------------------

(Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung)

Perkembangan bisnis restoran di Kota Bandung membuat pelaku bisnis semakin berlomba menawarkan berbagai jenis makanan yang di tawarkan kepada konsumen. Pada Tabel 1.4 penulis mendapatkan informasi bahwa terdapat enam jenis café dan restoran yang berkembang di Kota Bandung yaitu *Indonesian Cuisine, Sundanese Cuisine, Asian Cuisine, European and Western Cuisine, Bar and Café* dan *Fast Food*.

Semakin bertambah banyak keinginan masyarakat untuk makan di luar rumah baik ibu rumah tangga maupun wanita berkarir yang malas memasak di rumah, rumah makan di Bandung terus berkembang dan melihat segmentasi pasarnya. Banyaknya rumah makan yang menyajikan daging ayam menjadi salah satu faktor karena hampir semua orang Indonesia menyukai ayam. Tidak hanya ayam goreng atau saja yang sekarang disajikan oleh rumah makan, tetapi dengan terus berkembangnya kreativitas maka muncul adanya ayam geprek, ayam penyet sambal ijo, ayam tulang lunak dan sebagainya yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan ayam yang hanya digoreng atau dibakar saja. Maka berdasarkan dari fenomena tersebut, peluang dari bisnis rumah makan akan membuat persaingan semakin ketat sehingga memerlukan strategi yang baik di bisnis tersebut.

Salah satu rumah makan di Kota Bandung yang menawarkan makanan berbasis ayam yang berbeda dengan yang lainnya yaitu Rumah Makan Ayam

Cabe Ijo Cabi yang terletak di Jalan Raya Kopo no 434 Bandung dan telah berdiri sekitar 2 tahun dan sudah mempunyai 1 cabang di Jalan Jurang Bandung.

Saat ini Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi memiliki penilaian yang cukup baik jika dilihat dari pencarian di aplikasi Gofood yakni mendapatkan nilai 4,5 dari 5 bintang dari para konsumennya dan telah diulas oleh 60 pengguna yang rata-rata memberikan ulasan karena rasa nya yang enak, makanannya bersih dan disajikan segar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi, mengatakan bahwa Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi bisa bersaing di tengah persaingan yang ketat di bisnis kuliner khususnya Rumah Makan. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menyusun strategi dan memberikan saran yang efektif untuk menghadapi persaingan yang ketat ini. Karena itu, penulis ingin meneliti kasus ini dengan menganalisis Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi untuk mencapai keunggulan bersaing dengan melihat faktor internal serta faktor eksternalnya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi merupakan rumah makan yang menyajikan masakan Indonesia yang berbasis ayam terletak di Jalan Raya Kopo no. 434 Bandung, Jawa Barat yang sudah berdiri dari tahun 2019. Banyaknya pesaing yang membuka bisnis rumah makan berbasis ayam di Kota Bandung membuat Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi memerlukan strategi yang tepat dan efektif untuk bertahan di bisnis tersebut. Selain itu, banyaknya rumah makan yang menyajikan masakan Indonesia menjadikan ancaman bagi Rumah Makan Ayam

Cabe Ijo cabi dalam mempertahankan bisnisnya. Permintaan pasar khususnya makanan yang tinggi saat ini membuat bisnis makanan harus bersaing ketat dengan setiap pesaing-pesaingnya agar konsumen puas dan akan kembali lagi sehingga perusahaan memerlukan strategi bersaing.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan pokok permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi dapat tumbuh dan berkembang selama ini? Apa strategi bisnis yang sudah digunakan?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap strategi bersaing rumah makan ini?
3. Apa langkah strategis bagi rumah makan ini untuk bisa tumbuh terus ke depan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini berdasarkan perumusan masalah-masalah diatas, bertujuan untuk:

1. Mengetahui pertumbuhan dan strategi yang digunakan oleh Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi dalam mencapai keunggulan bersaing.
2. Mengetahui pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap strategi bersaing Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi.
3. Mengetahui dan menyarankan strategi yang dapat diterapkan untuk Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi dalam mengembangkan usahanya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Terkait rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran informasi dan pengetahuan berupa strategi yang telah disusun secara tepat dan efektif dalam waktu yang penjang serta menjadi bahan evaluasi untuk kinerja perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu juga memperluas wawasan peniliti dalam berpikir juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori dan literatur yang dipelajari semasa kuliah dalam bidang strategi kebijakan bisnis.

3. Bagi Pihak Lainnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau bahan perbandingan untuk penelitian dengan penelitian sejenis.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Proses analisis dan perencanaan strategi yang dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi yaitu dilakukan dengan mengidentifikasi latar belakang terbentuknya bisnis ini serta bagaimana perusahaan mengimplementasikan strategi yang telah dilakukan sehingga dapat bertumbuh dengan menggunakan *Resource Based Theory*. Selanjutnya penulis akan melakukan identifikasi atas tantangan dan hambatan yang mengganggu pertumbuhan bisnis dari Rumah Makan Ayam Cabe

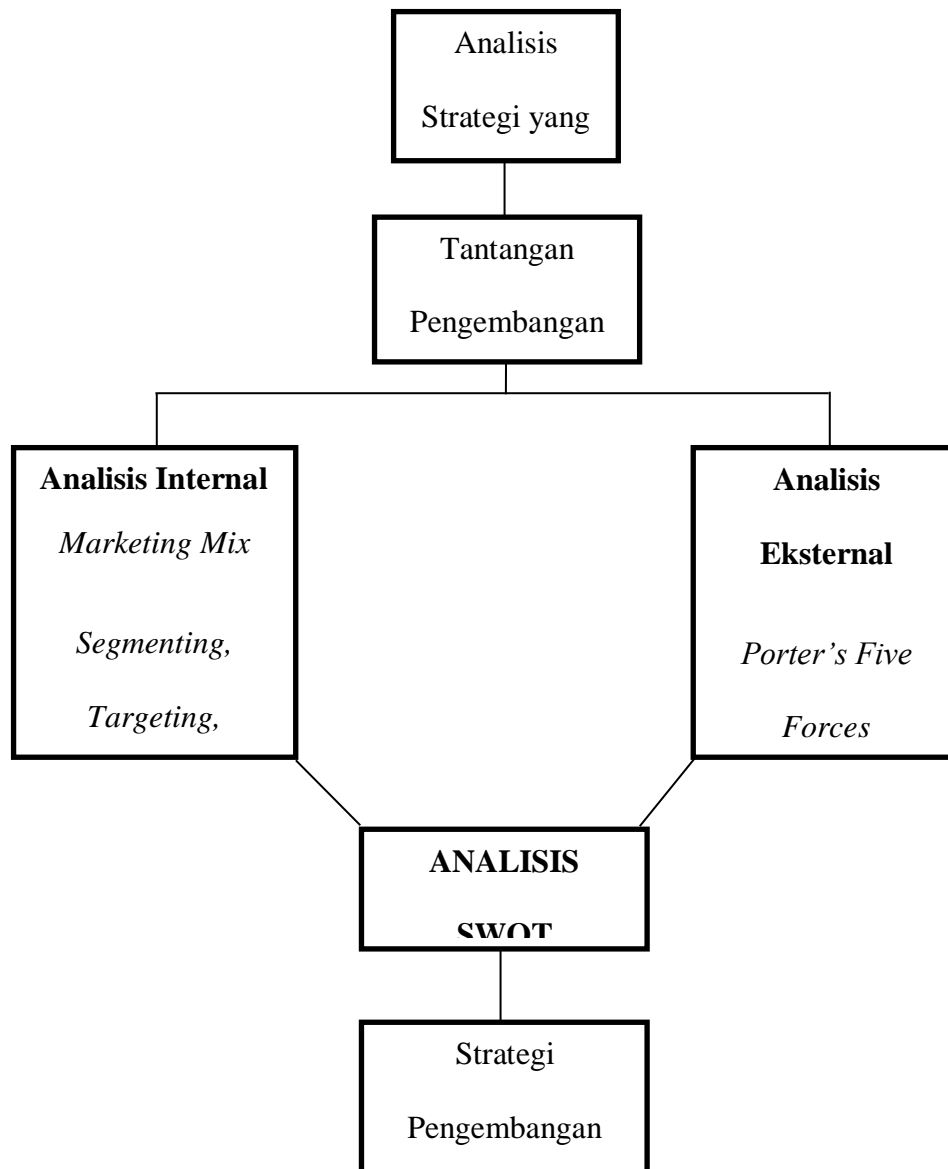


Ijo Cabi. Langkah terakhir penulis akan melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Analisis lingkungan internal bertujuan untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari usaha yang diteliti yang kemudian dapat digunakan untuk membantu proses pengembangan usaha kedepannya. Analisis eksternal dapat melihat ancaman dan peluang sehingga bermanfaat dalam menentukan strategi usaha di masa yang akan datang. Jika kedua hal tersebut disusun secara optimal maka akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Kemudian untuk analisis eksternal, penelitian menggunakan teori dari *Porter Five Forces* yang berguna untuk mengetahui peluang dan tantangan yang ada dalam persaingan industri dan menggunakan teori PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Legal).

Tahapan pembuatan strategi ini menggunakan matriks sebagai alat analisisnya yaitu:

- a. *External Factor Evaluation (EFE) Matrix*
- b. *Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix*
- c. *Internal External Matrix*

Hal dari analisis internal dan eksternal yang sudah di uraikan di atas akan menghasilkan rancangan strategi yang tepat dan efektif bagi Rumah Makan Ayam Cabe Ijo Cabi untuk tumbuh dan bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir