



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan “X”

Skripsi

Oleh

Feilanagata Revanda

6081801122

Bandung

2022



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT No. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan “X”

Skripsi

Oleh

Feilanagata Revanda

6081801122

Pembimbing

Dian Sadeli, S.E, M.Ak.

Bandung

2022

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Feilanagata Revanda
Nomor Pokok : 6081801122
Judul : Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan “X”

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 28 Juni 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M. :

Sekretaris

Dian Sadeli, S.E., M.Ak :

Anggota

Angela Caroline, S.AB., M.M. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Feilanagata Revanda
NPM : 6081801122
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan “X”

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan hasil 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 Juni 2022

A photograph of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The note is oriented vertically and features the Garuda Pancasila emblem. A handwritten signature in black ink is written across the center of the note. The serial number '365A4AJX869313194' is visible at the bottom of the note.

Feilanagata Revanda

ABSTRAK

Nama : Feilanagata Revanda

NPM : 6081801122

Judul : Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan “X”

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang diminati oleh para pengusaha. Dengan adanya perkembangan zaman membuat bisnis kuliner bukan sebagai kebutuhan sehari-hari melainkan sebagai gaya hidup. Saat ini Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota yang memiliki destinasi wisata kuliner. Rumah Makan Sedap Purwakarta merupakan salah satu rumah makan yang menyediakan *Chinese food* di Kota Bandung yang terkenal sebagai rumah makan legendaris.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus pada perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis lingkungan internal yaitu pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia (SDM), analisis lingkungan eksternal yaitu *Porter's Five Forces* dan *PESTLE*, rancangan strategis yaitu analisis SWOT dan Matriks SWOT, dan *balanced scorecard* yaitu keuangan, konsumen, proses internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh rumah makan adalah *low cost leadership strategy*. Penggunaan strategi tersebut terbilang cukup efektif namun dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat maka rumah makan membutuhkan strategi yang lebih efektif. Strategi yang dapat diimplementasikan kedepannya yaitu Strategi nilai terbaik (*Best Value*). Melalui strategi tersebut, Rumah Makan Sedap Purwakarta dapat memperkuat usahanya dalam persaingan dengan menawarkan produk makanan yang berkualitas namun dengan harga yang lebih rendah dan memberikan pelayanan yang terbaik.

KATA KUNCI : Rumah Makan Sedap Purwakarta, Strategi Bersaing, Strategi Nilai tambah, Efektivitas, Analisis Internal & Eksternal, SWOT, Matriks SWOT, Balanced Scorecard

ABSTRACT

Name : Feilanagata Revanda
NPM : 6081801122
Title : “X” Restaurant Competitive Strategy Analysis

The culinary business is one of the businesses that is in demand by entrepreneurs. With the development of the times, making culinary business not as a daily necessity but as a lifestyle. Currently, the city of Bandung is known as one of the cities that has culinary tourism destinations. Sedap Purwakarta Restaurant is one of the restaurants that provides Chinese Food in the city of Bandung which is famous as a legendary restaurant.

The research uses descriptive qualitative research by using case study method on the company. This research was conducted using internal environmental analysis namely marketing, finance, production, and human resources (HR), external environmental analysis namely Porter’s Five Forces and PESTLE, strategic design namely SWOT analysis and SWOT Matrix, and balanced scorecard namely finance, consumer, internal processes, and learning and growth.

The result of this study indicate that the strategy adopted by the restaurant is a low cost leadership strategy. The use of this strategy is quite effective, but in the face of increasingly fierce competition, restaurants need a more effective strategy. The strategy that can be implemented in the future is best value strategy. Through this strategy Sedap Purwakarta Restaurant can strengthen its business in competition by offering quality food products at lower prices.

KEYWORDS : *Sedap Purwakarta Restaurant, Competitive Strategy, Best Value Strategy, Effectiveness, Internal & Ekstenal Analysis, SWOT, SWOT Matrix, Balanced Scorecard*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dari awal pembuatan, proses hingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan Sedap Purwakarta”. Skripsi ini dibuat bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak berupa dorongan moril maupun materil, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesaikannya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua dan kakak penulis yang turut memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

4. Ibu Dian Sadeli, S.Ak., M.Ak. selaku dosen pembimbing skripsi ini yang telah senantiasa sabar memberikan bimbingan, dorongan, saran-saran, meluangkan waktunya dalam membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan penulis ilmu pengetahuan yang berharga.
6. Kepada Rumah Makan Sedap Purwakarta yang telah mengizinkan dan memberikan informasi selengkap-lengkapny sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
7. Teman seperjuangan skripsi, khususnya Gina, Rendy, Alex, Odelia. Terima kasih atas bantuannya dan dukungan moral kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman dan sahabat penulis yang selalu membuat keceriaan dalam perjalanan penulis selama perkuliahan.

Bandung, 15 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
BAB 1	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Objek Penelitian	6
1.5.1. Profil Perusahaan	6
1.5.2. Sejarah Perusahaan	7
1.5.3. Visi dan Misi Perusahaan	8
1.5.4. Target Market dan Tujuan Perusahaan	9
1.5.5. Struktur Organisasi	10
1.5.6. Peran Masing-masing Jabatan	10
1.5.7. Lokasi, Kontak dan Jam Operasional Perusahaan	12
1.5.8. Produk-produk Rumah Makan Sedap Purwakarta.....	15
BAB 2	22
2.1. Strategi.....	22
2.1.1. Pengertian Strategi.....	22
2.1.2. Tingkatan Strategi.....	22
2.2. Manajemen Strategi.....	23
2.2.1. Pengertian Manajemen Strategi	23
2.2.2. Tahap-tahap Manajemen Strategi	24
2.2.3. Manfaat Manajemen Strategis	25
2.3. Strategi Bersaing	26
2.3.1. Pengertian Strategi Bersaing.....	26
2.3.2. Strategi Generik	26

2.4. Analisis Lingkungan Internal	32
2.4.1. Pemasaran	33
2.4.2. Keuangan	33
2.4.3. Produksi/Operasional.....	34
2.4.4. Sumber Daya Manusia (SDM)	34
2.5. Analisis SWOT.....	34
2.5.1. <i>Strength</i> (Kekuatan).....	35
2.5.2. <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	35
2.5.3. <i>Opportunity</i> (Peluang)	35
2.5.4. <i>Threat</i> (Ancaman).....	35
2.6. Matriks SWOT	36
2.6.1. Strategi SO (strengths opportunities).....	36
2.6.2. Strategi WO (weakness opportunities)	36
2.6.3. Strategi ST (strengths threats).....	36
2.6.4. Strategi WT (weakness threats)	36
2.7. Balanced Scorecard	37
2.7.1. Pengertian Balanced Scorecard	37
2.7.2. Pengukuran Perspektif Balanced Scorecard	38
2.7.3. Terdapat 4 pilar dalam membentuk balanced scorecard.....	40
2.8. Analisis Lingkungan Eksternal	41
2.8.1. Analisis Lingkungan Mikro (<i>Porter's five forces analysis</i>).....	41
2.8.2. Analisis Lingkungan Makro (<i>PESTLE</i>).....	61
2.9. Metodologi	63
2.9.1. Metode Penelitian	63
2.9.2. Instrumen Penelitian	65
2.9.3. Proses Pengumpulan Data	68
2.9.4. Teknik Analisis Data	68
2.9.5. Analisis Internal dan Analisis Eksternal.....	71
2.9.6. Operasional Variabel	73
2.9.7. Kerangka Pemikiran	77
2.9.8. Penelitian Terdahulu	78

BAB 3.....	81
3.1. Analisis Internal.....	82
3.1.1. Pemasaran	82
3.1.2. Keuangan	83
3.1.3. Produksi/Operasional.....	84
3.1.4. Sumber daya Manusia (SDM)	86
3.2. Analisis Eksternal.....	87
3.2.1. Analisis Lingkungan Mikro (Porter’s Five Forces Analysis)	88
3.2.2. Analisis Lingkungan Makro (PESTLE)	92
3.3. Rancangan Strategi.....	100
3.3.1. Analisis SWOT	100
3.3.2. Matrix SWOT	109
3.4. Strategi yang dijalankan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta.....	111
3.5. Mengukur efektivitas dari strategi yang telah diimplementasikan.....	113
3.5.1. Balanced Scorecard.....	113
3.5.2. Analisis efektivitas <i>Balanced Scorecard</i>	116
3.6. Strategi apa yang dapat dikembangkan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta.....	121
BAB 4.....	123
4.1. Kesimpulan.....	123
4.2. Saran	124
4.3. Implikasi	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Matriks SWOT</i>	37
Tabel 2. 2 PESTEL	61
Tabel 2. 3 Operasional Variabel.....	76
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	78
Tabel 3. 1 Laporan Revenue, Gross Profit Margin, dan Net Profit Margin (dalam rupiah)	84
Tabel 3. 2 Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Kelompok Usia Akibat Pandemi Covid 19	96
Tabel 3. 3 Net Profit Margin Rumah Makan Sedap Purwakarta (dalam rupiah)...	97
Tabel 3. 4 Matrix SWOT	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Menu Rumah Makan Sedap Purwakarta	4
Gambar 1. 2 Logo Rumah Makan Sedap Purwakarta.....	7
Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Rumah Makan Sedap Purwakarta	10
Gambar 1. 4 <i>Outlet</i> Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Yogya Heritage...	12
Gambar 1. 5 <i>Outlet</i> Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Yogya Riau Junction	13
Gambar 1. 6 <i>Outlet</i> Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Yogya Sumbersari	14
Gambar 1. 7 <i>Outlet</i> Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Rs. Borromeus	14
Gambar 1. 8 <i>Outlet</i> Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Sudirman Street .	15
Gambar 1. 9 <i>Outlet</i> Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Mekarwangi	15
Gambar 1. 10 Nasi Goreng Hongkong	16
Gambar 1. 11 Mie Goreng	16
Gambar 1. 12 Ifu Mie.....	17
Gambar 1. 13 Bihun Goreng	17
Gambar 1. 14 Kwetiau Goreng	18
Gambar 1. 15 Sapi Cah Brokoli	18
Gambar 1. 16 Gurame Asam Manis.....	19
Gambar 1. 17 Capcay Seafood.....	19
Gambar 1. 18 Sapo Tahu Seafood.....	20
Gambar 1. 19 Nasi Sapi Lada Hitam	20
Gambar 1. 20 Nasi Puyunghai	21
Gambar 2. 1 Strategi Generik Klasik Michael Porter	27
Gambar 2. 2 Strategi Generik Modifikasi Michael Porter	30
Gambar 2. 3 Five Forces Model.....	42
Gambar 2. 4 Potential New Entrant	50
Gambar 2. 5 Substitute Products	53
Gambar 2. 6 Supplier	56
Gambar 2. 7 Customer	60
Gambar 2. 8 Kerangka Pemikiran	77

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota yang memiliki destinasi wisata kuliner yang ada di Indonesia (Aurellia, 2022), sehingga tidak heran apabila di Kota Bandung banyak sekali tempat kuliner yang baru dan menarik untuk dicoba dan dikunjungi. Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang memiliki peluang yang cukup besar untuk kedepannya karena bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan dan memiliki potensi yang cukup besar untuk kedepannya. (Ananda, 2021) Hal ini disebabkan karena mayoritas masyarakat Indonesia gemar untuk kulineran dan antusias dalam hal-hal baru yang berhubungan dengan makanan. Saat ini banyak sekali pelaku usaha yang membuka bisnis kuliner di Bandung dikarenakan banyaknya konsumen yang tertarik akan dunia perkulineran sehingga akan menghasilkan pendapatan yang cukup tinggi dan juga memiliki peluang yang sangat bagus untuk kedepannya. Namun untuk membuat bisnis kuliner bukanlah hal yang mudah dikarenakan saat ini banyak sekali pelaku usaha yang gulung tikar alias bangkrut dikarenakan tidak dapat bertahan dan tidak dapat bersaing dengan kompetitor yang ada, sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi bersaing yang berbeda-beda agar setiap bisnis yang dibuat memiliki keunggulan bersaingnya masing-masing yang tentunya strategi tersebut

kemudian dapat digunakan untuk dapat tetap bertahan dan tetap bersaing dengan kompetitor lainnya.

Pesatnya perkembangan industri kuliner saat ini membawa dampak positif untuk para pelaku usaha, yang dimana konsumen akan memiliki pilihan lebih banyak dibandingkan sebelumnya yang dimana bisnis-bisnis baru mulai bermunculan dengan berbagai macam makanan dan tentunya dengan harga yang sangat bervariasi. Sehingga konsumen dapat menentukan makanan apa yang akan dibeli. Saat ini para pelaku usaha berlomba-lomba untuk membuat terobosan-terobosan baru dengan membuat makanan dan minuman yang bervariasi yang dimana akan menarik minat beli konsumen. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung tahun 2016 yang bersumberkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung menyatakan bahwa terdapat 795 restoran, rumah makan, cafe, dan bar berada di kota Bandung jumlah tersebut tentunya mengalami peningkatan untuk setiap tahunnya. (BPS, 2018)

Dengan adanya perubahan zaman yang semakin modern seperti saat ini maka akan berdampak pula kepada gaya hidup masyarakat yang dimana gaya hidup yang semakin modern menjadi suatu kebiasaan atau pola tingkah laku sehari-hari manusia yang dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman, seperti gaya hidup konsumtif, mewah, instan dan berbasis teknologi. (Kompas, 2021) Perubahan yang terjadi dengan seiring berjalannya waktu tersebut berdampak juga terhadap industri kuliner, kebanyakan masyarakat lebih memilih untuk membeli makanan sehari-harinya melalui online yang disediakan oleh salah satu aplikasi. Aplikasi tersebut seperti grab, gojek, dan lainnya yang menyediakan salah satu fitur yang dapat

melakukan pemesanan makanan secara online. Fitur tersebut dinamakan sebagai grabfood dan gofood yang dimana fitur tersebut menyediakan makanan - makanan yang berasal dari restoran - restoran di kota bandung. Alasan konsumen lebih memilih menggunakan aplikasi tersebut yaitu karena aplikasi Grab dan Gojek menyediakan berbagai macam promo yang menarik yang dapat digunakan sehingga pembelian pun akan menjadi lebih murah dan melalui aplikasi tersebut juga dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran karena dapat dilakukan dengan cara transfer bank, mengisi saldo sehingga otomatis terpotong jika melakukan pembelian, dan dengan mendaftarkan kartu kredit yang nantinya tagihan pembelian akan masuk ke dalam tagihan kartu kredit.

Saat ini banyak sekali restoran dan cafe yang mendaftarkan usahanya melalui aplikasi tersebut dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih untuk membeli makanan dengan cara instan karena dengan aplikasi tersebut akan mempermudah konsumen untuk membeli makanan atau minuman tanpa harus membuang - buang waktu untuk datang ke restoran atau cafe yang ingin dibeli. (UPI, 2021) Hal ini yang membuat para pelaku industri kuliner mengubah metode pembelian dengan mendaftarkan usahanya ke aplikasi tersebut sehingga pembelian pun dapat dilakukan secara ditempat atau secara online. Saat ini banyak pelaku bisnis yang menggunakan konsep *ghost kitchen* atau *cloud kitchen*, pengertian *ghost kitchen* atau *cloud kitchen* yaitu bisnis kuliner yang memproduksi makanan namun tidak memiliki dapur atau restoran khusus karena biasanya pemilik bisnis hanya menyewa dapur dari pihak lain. (Destiana, 2020) *Ghost kitchen* atau *Cloud Kitchen* memiliki beberapa keuntungan yaitu tidak memerlukan modal yang

banyak, tidak memerlukan lokasi khusus, memiliki kebebasan untuk beradaptasi dan berkembang, dan memiliki sistem logistik yang sederhana.

Salah satu rumah makan di kota Bandung yang mendaftarkan usahanya ke aplikasi dan menerapkan konsep ghost kitchen yaitu Rumah Makan Sedap Purwakarta. Rumah Makan Sedap Purwakarta merupakan salah satu rumah makan yang menyediakan berbagai macam makanan chinese di kota Bandung. Rumah Makan Sedap Purwakarta saat ini memiliki 6 cabang yang bertempat di RM Sedap Karanganyar, RM Sedap Bojongloa (mekarwangi), RM Sedap Sumbersari, RM Sedap yoga sunda, RM Sedap Lebak gede (dago), dan RM Sedap yoga riau junction. Rumah Makan Sedap Purwakarta menyediakan berbagai macam menu makanan perorangan, menu makanan untuk berdua, dan juga menu porsi serta menyediakan beberapa minuman.



Gambar 1. 1 Menu Rumah Makan Sedap Purwakarta

Sumber : Rumah Makan Sedap Purwakarta

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang ditemui dalam penelitian ini, yaitu:

1. Strategi apa yang telah dijalankan oleh perusahaan?
2. Apa kelemahan dan kekuatan dari strategi yang telah diterapkan dan dijalankan oleh perusahaan selama ini?
3. Bagaimana strategi yang akan digunakan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta dalam pengembangan usahanya agar dapat terus berkembang dan bertahan dalam dunia usahanya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah berkaitan dengan identifikasi masalah, yaitu:

1. Mengetahui strategi apa yang sedang diimplementasikan oleh perusahaan
2. Mengukur efektifitas dari strategi yang telah diimplementasikan
3. Merancang strategi untuk perusahaan agar dapat bertahan di masa mendatang

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi bersaing karena penelitian ini merupakan suatu kesempatan untuk menerapkan ilmu yang sudah diperoleh selama

perkuliahan ke dalam realita kehidupan dan dunia pendidikan, serta melatih penulis untuk melakukan penelitian dengan menggunakan ilmu yang telah didapatkan dan dipelajari.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat membantu Rumah Makan Sedap Purwakarta agar bisa bersaing di tengah-tengah persaingan pasar yang ketat dan membantu mengoreksi apa yang perlu diperbaiki dan apa yang perlu dipertahankan dan ditambahkan untuk kedepannya.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan ilmu dan informasi kepada pihak-pihak yang memerlukan khususnya di bidang bisnis kuliner.

1.5. Objek Penelitian

1.5.1. Profil Perusahaan

Berikut ini sekilas tentang profil [perusahaan dimana peneliti akan melakukan penelitiannya.

- Nama Perusahaan : Rumah Makan Sedap Purwakarta
- Lokasi Cabang : RM Sedap Karanganyar, RM Sedap Bojongloa (Mekarwangi), RM Sedap Summersari, RM Sedap Yogya Sunda, RM Sedap Lebak Gede (Dago), RM Sedap Yogya Riau Junction
- Nama Pemilik : Ronald Gunawan
- Tahun Berdiri : 1970

- Telepon : 087822008050
- Instagram : @rmsedap
- Bidang Usaha : Food & Beverage
- Logo Perusahaan :



Gambar 1. 2 Logo Rumah Makan Sedap Purwakarta

Sumber: Rumah Makan Sedap Purwakarta

1.5.2. Sejarah Perusahaan

Pada awal mulanya kakek dari Bapak Ronald Gunawan mendirikan kedai makan mie bakso pada tahun 1960 kemudian usaha tersebut diteruskan oleh ayah dari Bapak Ronald Gunawan, kedai makan mie bakso tersebut berkembang pesat sehingga kedai makan mie bakso tersebut berubah menjadi restoran yang menyediakan makanan chinese. Restoran tersebut diberikan nama Rumah Makan Sedap Purwakarta.

Rumah Makan Sedap Purwakarta merupakan perusahaan keluarga yang bergerak di bidang industri makanan atau saat ini biasa disebut dengan *food and beverage*. Rumah Makan Sedap Purwakarta didirikan pada tahun 1970. Tujuan

didirikannya Rumah Makan Sedap Purwakarta yaitu sebagai tempat persinggahan antara Kota Bandung dan Kota Jakarta. Mengapa diberikan nama “Rumah Makan Sedap Purwakarta” karena pertama kali Rumah Makan Sedap Purwakarta dibuka di Kota Purwakarta, tepatnya di Jalan Jendral Sudirman No. 36 Nagri Tengah, Purwakarta.

Pada tahun 2006 Rumah Makan Sedap Purwakarta membuka cabang pertamanya di Kota Bandung. Namun pada saat ini Rumah Makan Sedap Purwakarta sudah memiliki 8 cabang yang tersebar di Kota Bandung. Saat ini Bapak Ronald Gunawan mengelola 6 cabang yang ada di Kota Bandung dan 2 cabang lagi dikelola oleh kakak dari Bapak Ronald Gunawan. Tujuan didirikannya Rumah Makan Sedap Purwakarta di Kota Bandung yaitu untuk menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak, bersih, dan cocok untuk dikonsumsi oleh keluarga.

1.5.3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

- Menjadikan restoran masakan chinese sebagai pilihan utama para keluarga Indonesia untuk dijadikan makanan sehari-hari.
- Menyediakan lapangan usaha dan menjadi tempat bernaungnya para karyawan yang bekerja di Rumah Makan Sedap Purwakarta.

Misi

- Menyajikan menu casual chinese food yang cocok untuk dikonsumsi sehari-hari.

- Menyediakan porsi makan personal maupun porsi makan besar, sehingga konsumen dapat menentukan pilihan.
- Memberikan gaji yang layak dan sesuai dengan kinerja para karyawan.
- Membuat standarisasi dan SOP untuk memudahkan duplikasi.

1.5.4. Target Market dan Tujuan Perusahaan

Strategi bisnis yang tepat dan efektif bagi sebuah perusahaan dibuat berdasarkan target market dan tujuan jangka panjang perusahaan yang jelas untuk kedepannya. Sehingga sangatlah penting untuk menentukan target pasar dan tujuan jangka panjang di dalam sebuah perusahaan agar jelas arah dan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan. Penentuan target perusahaan ini sangatlah penting karena perusahaan tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.

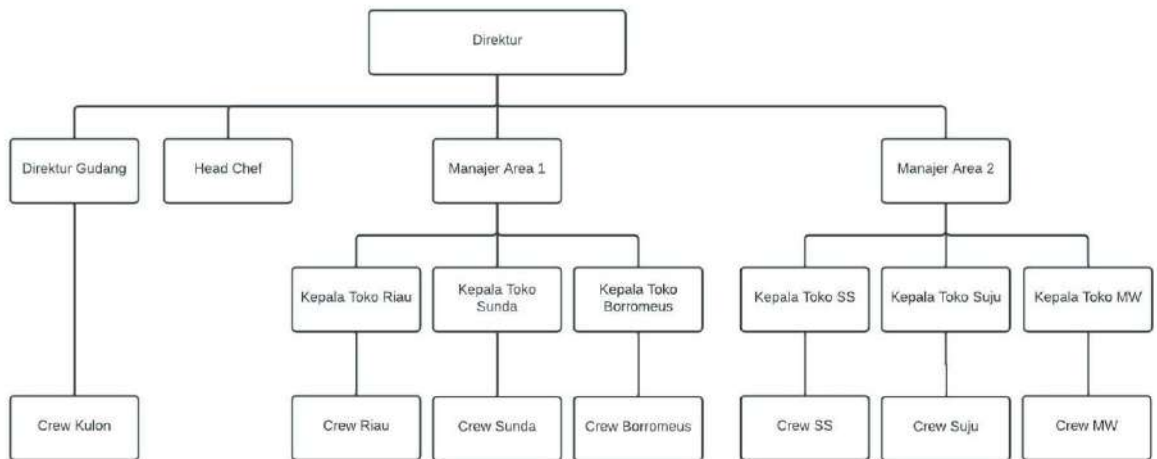
Target dari Rumah Makan Sedap Purwakarta yaitu dapat Go Franchise pada tahun 2024. Dari segi harga juga, Rumah Makan Sedap Purwakarta memiliki target dimana harga makanan masuk di semua kalangan yaitu harga menengah agar setiap orang dapat membeli makanan dari Rumah Makan Sedap Purwakarta.

Jika target-target market tersebut tercapai maka akan secara langsung membantu dalam mempercepat pencapaian dari tujuan jangka panjang perusahaan. Sebuah perusahaan didirikan pastinya ingin memiliki tujuan jangka panjang perusahaan yang jelas, terukur dan dapat dipahami.

Jika tujuan jangka panjang tersebut telah tercapai maka akan ada tujuan jangka panjang baru agar perusahaan dapat terus berkembang menjadi perusahaan yang sukses. Maka tujuan jangka panjang dari Rumah Makan Sedap Purwakarta adalah sebagai berikut :

1. Membuka cabang-cabang baru sehingga membuka lebih banyak lagi lapangan pekerjaan.
2. Membuat Rumah Makan Sedap Purwakarta agar dapat Go Franchise pada tahun 2024.

1.5.5. Struktur Organisasi



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Rumah Makan Sedap Purwakarta

Sumber: Rumah Makan Sedap Purwakarta

1.5.6. Peran Masing-masing Jabatan

- **Direktur**

Sebagai pemilik perusahaan dan sebagai jabatan tertinggi dari struktur organisasi, maka posisi ini memiliki wewenang dan tanggung

jawab yang sangat besar. Maka seorang direktur memiliki tugas dalam hal memutuskan dan menentukan peraturan serta kebijakan tertinggi perusahaan, bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan, merencanakan dan mengembangkan perusahaan, dan menetapkan strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan serta mengawasi kegiatan di dalam perusahaan.

- **Direktur Gudang**

Sebagai pemimpin yang bertugas untuk mengawasi dan mengontrol operasional gudang terutama mengenai masuk dan keluarnya barang baku serta melaporkannya.

- **Head Chef**

Sebagai juru masak yang bertugas untuk membuat makanan, memastikan kualitas dan rasa makanan serta sebagai pemimpin yang mengepalai chef lainnya dan bertugas untuk mengajari chef-chef lainnya.

- **Manajer Area**

Sebagai pemimpin di suatu area yang bertugas untuk mengelola areanya dengan efektif dan efisien, memberikan informasi, memantau kinerja karyawan dan bertanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaan.

- **Kepala Toko**

Sebagai pemimpin di toko yang bertugas untuk mengatur dan bertanggung jawab atas kegiatan yang terjadi sehari-hari di operasional perusahaan.

- Crew

Sebagai pelayan yang memberikan layanan untuk konsumen secara sopan dan ramah, bertanggung jawab terhadap kebersihan restoran, area kerja, dan peralatan masak, dan menjalankan SOP yang diterapkan.

1.5.7. Lokasi, Kontak dan Jam Operasional Perusahaan

1. Rumah Makan Sedap Purwakarta yang berlokasi di Yogya Heritage (Yogya Sunda) di Jl. Sunda No. 60

Jam Operasional : Senin - Minggu

08.45 - 20.30



Gambar 1. 4 *Outlet* Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Yogya Heritage

Sumber: Dokumen Perusahaan

2. Rumah Makan Sedap Purwakarta yang berlokasi di Yogya Riau Junction di Jl. R. E. Martadinata No.17-21

Jam Operasional : Senin - Minggu

08.45 - 20.30



Gambar 1. 5 *Outlet* Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang
Yogya Riau Junction
Sumber: Hasil Foto Penulis

3. Rumah Makan Sedap Purwakarta yang berlokasi di Yogya Sumber
Sari Junction di Jl. Sumber Sari No. 34
Jam Operasional : Senin - Minggu
08.45 - 20.30



Gambar 1. 6 *Outlet* Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang
Yogya Sumbersari

Sumber: Hasil Foto Penulis

4. Rumah Makan Sedap Purwakarta yang berlokasi di Rs. Borromeus
di Jl. Ir. H. Juanda No. 100

Jam Operasional : Senin - Minggu

08.00 - 20.00



Gambar 1. 7 *Outlet* Rumah Makan Sedap Purwakarta Cabang Rs.
Borromeus

Sumber: Hasil Foto Penulis

5. Rumah Makan Sedap Purwakarta yang berlokasi di Sudirman Street
di Jl. Jendral Sudirman No. 107

Jam Operasional : Senin - Minggu

08.45 - 22.15



Gambar 1. 8 Outlet Rumah Makan Sedap Purwokarta Cabang Sudirman Street

Sumber: Hasil Foto Penulis

6. Rumah Makan Sedap Purwokarta di Jl. Mekar Wangi



Gambar 1. 9 Outlet Rumah Makan Sedap Purwokarta Cabang Mekarwangi

Sumber: Hasil Foto Penulis

1.5.8. Produk-produk Rumah Makan Sedap Purwokarta

Rumah Makan Sedap Purwokarta adalah salah satu rumah makan di Kota Bandung yang menyajikan *chinese food* yang mayoritas menunya adalah ayam, udang, ikan, dan sapi. Tidak hanya ayam, udang, ikan, dan

sapi, Rumah Makan Sedap Purwakarta pun menawarkan makanan lainnya seperti kwetiau, bihun, mie, nasi, soto, kangkung, sapo tahu, mapo tahu, capcay, steamboat, dan lainnya.

Berikut merupakan beberapa produk-produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Sedap Purwakarta :



Gambar 1. 10 Nasi Goreng Hongkong

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 11 Mie Goreng

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 12 Ifu Mie

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 13 Bihun Goreng

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 14 Kwetiau Goreng

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 15 Sapi Cah Brokoli

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 16 Gurame Asam Manis

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 17 Capcay Seafood

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 18 Sapo Tahu Seafood

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 19 Nasi Sapi Lada Hitam

Sumber: Dokumen Perusahaan



Gambar 1. 20 Nasi Puyunghai

Sumber: Dokumen Perusahaan