

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah berdirinya

Warung makan Mama Rita adalah usaha yang bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman yang sering disebut warung makan.

Warung makan Mama Rita berdiri pada tahun 2017 sampai sekarang (2022). Pada awal mulanya warung tersebut dibuka oleh seorang ibu yang bernama ibu Nur karena Ibu Nur kurang memperhatikan setiap makanan yang ia sajikan warung tersebut menjadi sepi dan akhirnya bangkrut. Setelah warung tersebut bangkrut Mama Rita mulai menempati warung tersebut pada tahun 2017 sampai sekarang karena kegigihan mama rita tersebut warung itu terus berkembang hingga saat ini.

4.1.2 Lokasi Warung Makan Mama Rita

Warung Makan Mama Rita memiliki lokasi yang strategis yaitu terletak di Jalan Pramuka Pasar Baru No. 21 Kecamatan Atambua Barat Kabupaten Belu. Tempat ini sangat strategis karena dekat dengan pasar yang sering dilalui oleh banyak orang yang melakukan kegiatan di pasar.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Faktor Strategis Internal dan Eksternal

Untuk memperoleh gambaran yang lebih fleksibel mengenai analisis SWOT yang telah dilakukan, maka perlu menggunakan faktor-faktor internal dan

eksternal warung makan yang diajukan dalam bentuk kuesioner kepada responden penelitian. Pada kuesioner ini peneliti memilih 10 responden untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Pemilihan responden didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan dari peneliti yaitu orang-orang yang memiliki kaitan pada warung makan mama rita yaitu, satu orang pemilik warung mama rita 2 orang karyawan dan 7 orang konsumen yang mengetahui pasti hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

Untuk menentukan rating dan bobot masing-masing faktor internal dan eksternal dibuat dalam bentuk kuesioner kepada responden, dimana setiap item pertanyaan diberi alternatif jawaban. Setiap jawaban masing-masing diberi nilai dengan mengikuti aturan penilaian dari sangat baik, baik, cukup baik, dan tidak baik. Untuk faktor kekuatan dan peluang diberi nilai 4 (sangat baik) hingga nilai 1 (tidak baik). Sedangkan faktor kelemahan dan ancaman diberi nilai 1 (rendah) hingga nilai 4 (sangat tinggi).

Dalam pembuatan Matriks IFAS perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan internal warung makan mama rita. Ada lima langkah dalam pembuatan matriks ini yakni

1. IFAS menyangkut lingkungan internal, pada langkah awal dibuat list daftar faktor-faktor penting lingkungan internal menjadi yang menjadi kekuatan (*strengths*) maupun kelemahan (*weaknesses*) dari warung makan mama rita.
2. Setiap faktor di atas perlu ditentukan bobot atas timbangannya (*weight*) dimulai dari 0,0 untuk faktor tidak baik sampai sangat baik 1,0 untuk faktor

yang sangat baik. Selanjutnya menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan. Kemudian dihitung bobot relative untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100% dengan cara yang sama dihitung bobot dan bobot relative untuk peluang dan ancaman.

3. Selanjutnya, pada langkah kedua, masing-masing faktor juga diberikan peringkat (rating) mulai dari 1 sampai 4 peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektifitas strategi respondennya dengan tidak baik , nilai 2 jika responden usaha warung makan mama rita sama saja dengan rata-rata usaha warung yang lain yang berada sekitar , nilai 3 jika responden usahan lain yang ada dalam satu kawasan untuk 4 jika responden usaha terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal
4. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (*weghted score*).
5. Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubah agar total tertimbang usaha warung mama rita tersebut dapat diketahui.

Beberapa faktor internal yang dipertimbangkan, baik itu kekuatan maupun kelemahan, total nilai tertimbang yang dihasilkan akan berkisar dari 1,0 untuk yang rendah sampai 4,0 untuk sangat tinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Dengan demikian, jika dari hasil matriks IFAS ditemukan bahwa hasil yang di peroleh dibawah 2,5 berarti kondisi internal usaha warung dalam keadaan lemah sebaliknya, jika hasilnya lebih dari 2,5 dapat disampaikan, posisi

internal usaha relatif kuat untuk mengetahui lebih jelas jawaban yang menyangkut faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.1 Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix)

No	Uraian	Jumlah responden	Rating	Bobot	Skor
	Kekuatan				
1	Menjaga mutu, kualitas dan makanan higienis	30	3	0,18	0,54
2	Memperhatikan setiap permintaan dan kebutuhan konsumen	40	4	0,24	0,96
3	Lokasi strategis	31	3	0,18	0,54
					2,04
No	Uraian	Jumlah responden	Rating	Bobot	Skor
	Kelemahan				
1	Kurangnya tenaga kerja	24	2	0,14	0,28
2	Harga yang bersaing dengan warung makan sejenisnya	23	2	0,14	0,28
3	Kurangnya promosi	21	2	0,12	0,24
Total					0,8
		169		1	2,84

Pada tabel di atas dapat dilihat nilai total dari nilai matriks IFAS usaha warung makan mama rita adalah 2,84 nilai ini menunjukkan bahwa usaha warung makan mama rita berada pada posisi di atas rata-rata dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan yang terkait dengan bidang pemasaran, penjualan.

Dalam pembuatan Matriks EFAS perlu diketahui dan dievaluasi lingkungan eksternal warung makan mama rita. Ada lima langkah dalam pembuatan matriks ini yakni

1. EFAS menyangkut lingkungan internal, pada langkah awal dibuat list daftar faktor-faktor penting lingkungan internal menjadi yang menjadi peluang (*opportunities*) maupun ancaman (*theats*) dari warung makan mama rita.
2. Setiap faktor di atas perlu ditentukan bobot atas timbangannya (*weight*) dimulai dari 0,0 untuk faktor tidak baik sampai sangat baik 1,0 untuk faktor yang sangat baik. Menjumlahkan bobot kekuatan dan bobot kelemahan. Kemudian dihitung bobot relative untuk masing-masing indicator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100% dengan cara yang sama dihitung bobot dan bobot relative untuk peluang dan ancaman.
3. Selanjutnya, pada langkah kedua, masing-masing faktor juga diberikan peringkat (*rating*) mulai dari 1 sampai 4 peringkat ini menggambarkan seberapa besar efektifitas strategi respondennya dengan tidak baik, nilai 2 jika responden usaha warung makan mama rita sama saja dengan rata-rata usaha warung yang lain yang berada sekitar, nilai 3 jika responden usahan lain yang ada dalam satu kawasan untuk 4 jika responden usaha terhadap lingkungan eksternal sangat baik dan optimal
4. Langkah selanjutnya, setiap bobot atau timbangan pada langkah ketiga untuk mendapatkan nilai tertimbangannya (*weghted score*).
5. Terakhir jumlahkan nilai timbangan untuk setiap perubah agar total tertimbang usaha warung mama rita tersebut dapat diketahui.

Beberapapun faktor internal yang dipertimbangkan, baik itu kekuatan maupun kelemahan, total nilai tertimbang yang dihasilkan akan berkisar dari 1,0 untuk yang rendah sampai 4,0 untuk sangat tinggi, dengan skor rata-rata 2,5. Dengan demikian, jika dari hasil matriks IFAS ditemukan bahwa hasil yang di peroleh dibawah 2,5 berarti kondisi internal usaha warung dalam keadaan lemah sebaliknya, jika hasilnya lebih dari 2,5 dapat disampaikan, posisi internal usaha relatif kuat.

Tabel 5.2 Matrix Eksternal Factor Evaluation (EFE Matrix)

No	Uraian	Jumlah responden	Rating	Bobot	Skor
	Peluang				
1	Adanya hubungan yang baik dengan pelanggan	31	3	0,18	0,54
2	Tingkat kepercayaan dari konsumen	32	3	0,19	0,57
3	Adanya banyak pekerja yang mau membeli makanan cepat saji	40	4	0,24	0,96
					2,07
No	Uraian	Jumlah responden	Rating	Bobot	Skor
	Ancaman				
1	Pesaing baru yang masuk	24	2	0,14	0,28
2	Warung makan sejenis yang sudah ada sejak lama	20	2	0,13	0,24
3	Promosi dari warung makanan lain yang lebih baik	22	2	0,12	0,26
Total					0,78
		168		1	2,85

Tabel adalah matriks usaha warung makan mama rita dapat dilihat bawah total nilai matriks EFAS yang dimiliki usaha warung makan mama rita adalah 2,85. Hal ini menunjukkan strategi yang dijalankan usaha warung makan

mama rita secara efektif menggambarkan peluang eksternal yang dapat menghindari pengaruh negatif potensial dari ancaman. Selanjutnya, dilakukan perhitungan pada tabel di atas untuk mengetahui strategi paling tepat yang dilakukan oleh usaha warung makan mama rita. Berdasarkan selisih tersebut ditentukan titik koordinat usaha warung sebagaimana dilihat pada gambar :

Gambar 5.3 Diagram Analisis SWOT Warung Makan Mama Rita

			Peluang	+2,07				
Kuadran III							Kuadran 1	
			2,5					
			2		(1,24:1,26)			
					←			
					↓			+2,04
-0,80			1					
Kelemahan - 2,5	-2	-1	0	1		2	2,5	Kekuatan
Kuadran IV			-1				Kuadran II	
			-2					
			-2,5					
			Ancaman	-0,78				

Kuadran 1 : Mendukung Strategi Agresif

Kuadran II : Mendukung Strategi Diverisifikasi

Kuadran III : Mendukung Strategi Turn-Around

Kuadran IV : Mendukung Strategi Defensif

Selanjutnya nilai skor dari masing-masing faktor dapat dirincikan , kekuatan 2,04, kelemahan untuk faktor kelemahan sebesar 0,8 maka selisih nilai tersebut adalah sebesar 1,24 sedangkan nilai skor untuk faktor peluang adalah sebesar 2,07 nilai skor ancaman 0,78 maka selisih dari nilai tersebut sebesar 1,26 . Nilai-nilai tersebut dapat membentuk titik koordinat yaitu (1,24 : 1,26). Sehingga didapatkan posisi usaha warung makan mama rita berada pada kuadran I yang merupakan suatu situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang ada. Sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan oleh warung makan mama rita kota Atambua dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) .

4.3. Matriks SWOT (*Strengt, Weakness, Opportunity, Treat*)

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi pemasaran. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh usaha warung makan mama rita, dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi yang dapat diambil oleh pimpinan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Matriks SWOT dari warung makan mama rita kota Atambua sebagai berikut:

Tabel 5.4 Matriks SWOT

	SRENGTH/ KEKUATAN	WEAKNESS/ KELEMAHAN
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">IFAS</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;">EFAS</div>	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga mutu, kualitas dan makanan yang higienis • Memperhatikan setiap permintaan dan kebutuhan konsumen • Lokasi yang strategis • harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya tenaga kerja • Kurangnya Promosi
OPPURTUNITY/ PELUANG	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ul style="list-style-type: none"> • Adanya hubungan yang baik dengan pelanggan • Tingkat kepercayaan dari konsumen • Ada banyak pekerja yang membeli makanan cepat saji 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan citra usaha sebagai makanan berkualitas dan higienis • Menjalin hubungan baik dengan konsumen • \Melihat daya saing dan beli konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Menambahkan karyawan • Seleksi kualitas karyawan guna meningkatkan persaingan • Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan
THREAT/ANCAM AN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> • Pesaing baru yang masuk • Warung 	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan variasi makanan yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan kinerja yang dapat membuka

<p>makan sejenis yang sudah ada sejak lama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dari warung makan lain lebih baik 	<p>pada konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi • Mempertahankan harga yang terjangkau 	<p>beberapa cabang</p>
--	---	------------------------

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi SO (*Strength- Opportunities*)

Strategi (*Strength- Opportunities*) ini menggunakan kekuatan yang dimiliki usaha warung makan mama rita dipakai untuk memanfaatkan segala peluang yang ada sehingga usaha warung mama rita dapat memiliki keunggulan bersaing jika dibandingkan dengan usaha yang sejenis makan warung.

- a) Mempertahankan citra usaha sebagai makanan berkualitas dan higienis

Dalam kondisi persaingan yang sekarang ini, setiap usaha harus mampu bertahan hidup, bahkan terus bertahan dan terus berkembang. Salah satu hal yang penting dilakukan setiap usaha

warung makan dengan citra yang baik dengan pelanggan dengan menyediakan makanan yang berkualitas dan higienis supaya dapat diminati konsumen yang mengkonsumsi makanan di warung makanan mama rita.

b) Menjalin hubungan baik dengan konsumen

Pelanggan adalah aset yang cukup berharga, oleh karena hal itu berilah pelayanan terbaik kepada pelanggan, jalinlah hubungan yang baik dengan konsumen dengan menanggapi saran dan keluhan konsumen.

Di warung makan mama rita juga menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen sehingga para konsumen selalu kembali dan membeli di warung makan mama rita tersebut.

c) Melihat daya saing dan beli konsumen

Pesaing baru yang masuk yaitu adanya pesaing baru yang masuk sehingga warung makan Mama Rita perlu memberikan harga yang sedikit murah namun tetap dalam batasan wajar sehingga tidak berdampak pada keraguan konsumen untuk mengunjungi warung makan Mama Rita.

2. Strategi WO (*Weakness- Opportunities*)

Strategi ini diterapkan untuk pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang dimiliki

a) Menambahkan karyawan

Kurangnya tenaga kerja yaitu: Di warung makan rita yang begitu ramai pengunjung ini ternyata tenaga kerjanya hanya 2 orang sehingga ini membuat kinerjanya kurang efektif dalam pelayanan, oleh karena itu sangatlah dibutuhkan penambahan tenaga kerja guna meningkatkan kinerja warung makan mama rita.

b) Seleksi kualitas karyawan guna meningkatkan persaingan

Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya, SDM berupa manusia yang dipekerjakan di sebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi itu. Dengan adanya seleksi kualitas kariyawan guna meningkatkan persaingan

c) Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan

Pihak rumah makan perlu juga membekali karyawannya tentang cara bersikap dan melakukan pelayanan terhadap pelanggan karena ada kalanya mereka harus berhadapan langsung pula dengan pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan adalah melalui perekrutan karyawan yang diharapkan dapat benar-benar mengerti bagaimana cara melayani konsumen dengan baik dan benar agar

konsumen merasa puas selama berkunjung di rumah makan mama rita

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan dimiliki usaha warung makan mama rita untuk mengatasi ancaman yang ada.

a) Menciptakan variasi makanan yang ditawarkan pada konsumen

Untuk menghadapi persaingan, warung makan mama rita terus melakukan inovasi dengan menambahkan menu atau variasi makanan yang ditawarkan kepada konsumen. Baik itu menu makanan dan minuman baru atau paket menu makanan yang harganya terjangkau.

b) Meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi

Strategi merupakan hal yang sangat penting dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari perusahaan. Usahakan promosi dilakukan dengan cara yang kreatif sehingga dapat membuat pelanggan tertarik. Jangan lupa untuk melakukan promosi secara konsisten dan berulang kali. Dapat juga melakukan promosi melalui media sosial. Meningkatkan strategi promosi biasanya dilakukan melalui media sosial, misalnya seperti facebook, whatsapp, twiter, dan line agar bisa memperkenalkan warung makan mama rita.

c) Mempertahankan harga yang terjangkau

Pengusaha harus memikirkan tentang strategi penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menariknya para pembeli untuk membeli barang tersebut (Gitosudarmo, 2014:194). Supaya perusahaan tidak kalah dalam persaingan, harga-harga yang telah ditetapkan perlu dimonitor dan disesuaikan dengan perkembangan-perkembangannya dengan tetap mempertahankan harga yang terjangkau

4. Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

Strategi ini berusaha meminimalkan kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. Dalam kondisi usaha warung makan mama rita dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif

a) Mempertahankan kinerja yang dapat membuka beberapa cabang

Mempertahankan kinerja rumah makan mama rita dengan membuka beberapa cabang rumah makan sehingga kinerja rumah makan mama rita bisa berjalan efektif