

# STRATEGI BISNIS RUMAH MAKAN HM. NANA CIANJUR MELALUI PENDEKATAN SWOT ANALISYS

Ety Nurhayaty  
AMIK BSI Jakarta  
[Ety.eyy@bsi.ac.id](mailto:Ety.eyy@bsi.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pemilihan strategi bisnis melalui pendekatan analisis SWOT dengan Rumah makan HM.NANA sebagai objeknya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar perusahaan mampu mengidentifikasi berbagai kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada, sehingga mampu memilih strategi yang tepat agar bisa bersaing dan bertahan dalam bisnis kuliner yang telah dirintis sejak tahun 1970.

Metode yang di pakai dalam penelitian ini adalah deskriptif, sedangkan data diambil berdasarkan penyebaran kuesioner terhadap sampel yang dipilih berdasarkan teknik *sampling non probability*/non-acak dengan menggunakan teknik *judgment sampling*

Darihasil analisa didapat bahwa HM.Nana perlu menerapkan beberapa strategi, diantaranya adalah Menambah varian menu yang fresh, menyediakan delivery order, Harga tetap bersaing, memperbaiki kualitas pelayanan, melakukan pelatihan SDM/koki untuk memasak masakan yang fresh dengan bahan dasar sayuran, seperti gado-gado, cah kangkung dan lain-lain, belajar manajemen modern serta meningkatkan promosi baik secara online maupun offline

Kata Kunci: Analisis, SWOT, Rumah Makan

## Abstract

*This study discusses the selection of business strategy through SWOT analysis approach with Restaurant HM.NANA as its object. This is done so that the company is able to identify the various strengths, weaknesses, threats and opportunities that exist, so as to choose the right strategy in order to compete and survive in the culinary business that has been pioneered since 1970.*

*The method used in this research is descriptive, while the data is taken based on the distribution of questionnaires to the selected sample based on non probability / non-random sampling technique using judgment sampling technique*

*From the analysis result, it is found that HM.Nana need to apply some strategy, among others is Adding fresh menu variant, providing delivery order, competitive price, improving service quality, doing human resource / chef training for fresh cooking with vegetable basic ingredients such as gado- Gado, cah kangkung and others, learning modern management and promoting promotion both online and offline*

*Key word: analysis, SWOT, Restaurant*

## PENDAHULUAN

Kemajuan yang terjadi di era yang serba modern ini menuntut segala sesuatu dilakukan serba praktis dan efisien membuat

banyak perubahan pola hidup, yang akhirnya berdampak pula pada pola konsumsi. Kondisi ini sudah mulai terjadi khususnya pada masyarakat perkotaan yang sibuk

dengan segala rutinitas di luar rumah, tak terkecuali juga kota Cianjur. Keadaan inilah yang menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk membeli makanan di luar rumah dengan berbagai macam alternatif menu pilihan sebagai solusinya. Maka tak heran, permintaan masyarakat akan jasa penyedia makanan baik yang berkonsep café, rumah makan dan restoran terus berkembang.

Namun dilain pihak, para pelaku bisnis ini seperti rumah makan, restoran, café dan yang sejenisnya juga ditantang untuk menciptakan diferensiasi yang unik sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Maka sangat diperlukan cara maupun strategi agar rumah makan bisa tetap bertahan dan bisa bersaing. Rumah makan juga harus memposisikan dirinya secara benar dalam lingkungan pesaingnya. Layaknya sebuah perusahaan, rumah makan juga memerlukan suatu alat untuk menganalisis lingkungan perusahaan baik secara internal maupun eksternal.

Salahsatu rumah makan yang sedang melakukan pembaharuan ini adalah Rumah Makan HM. Nana. Rumah makan ini adalah rumah makan yang sangat terkenal di kurun waktu 1970-2000 an, dimana menu khasnya adalah gepuk, babat serta sambal oncomnya. Karena begitu besarnya permintaan masyarakat, tahun 1985 rumah makan ini sempat berekspansi membuka cabang dengan konsep yang lebih modern. Namun seiring waktu, setelah dibuka jalur tol Jakarta Bandung, perlahan namun pasti, permintaan terus berkurang dan puncaknya tepat di tahun 2016, cabang rumah makan itupun akhirnya resmi ditutup karena sepi pembeli. Agar kondisi ini tidak berlanjut, maka perusahaan perlu melakukan analisis yang dapat memberikan gambaran komplit tentang kondisi dan situasi dimana perusahaan ini berada.

Salah satu alat atau model yang bisa dipakai adalah analisis SWOT (*strengths,*

*weaknesses, opportunities and threats analysis*). analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian, yakni bagian internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, dan bagian eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman, dimana perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis SWOT diterapkan pada Rumah makan HM.NANA Cianjur. Sedangkan manfaat penelitian ini adalah sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi pihak manajerial Rumah Makan HM. NANA Cianjur agar mampu bertahan dalam menghadapi persaingan serta mampu tumbuh dan berjaya kembali

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka perumusan masalah adalah :

1. Faktor-faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari RM. HM. Nana Cianjur?
2. Faktor-faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan ancaman dari RM. HM. Nana Cianjur?
3. Alternatif strategi apakah yang sesuai dengan RM. HM. Nana Cianjur?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Di Indonesia, istilah rumah makan, restoran memiliki arti yang sama yaitu tempat makan. Menurut wikipedia Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Meski pada umumnya rumah makan menyajikan makanan di tempat, tetapi ada

juga beberapa yang menyediakan layanan *take-out dining* dan *delivery service* sebagai salah satu bentuk pelayanan kepada konsumennya. Rumah makan biasanya memiliki spesialisasi dalam jenis makanan yang dihidangkannya. Sebagai contoh yaitu rumah makan chinese food, rumah makan Padang, rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) dan sebagainya.

Rumah makan juga biasa disebut dengan istilah restoran. Restoran merupakan kata resapan yang berasal dari bahasa Perancis yang diadaptasi oleh bahasa Inggris; "restaurant" yang berasal dari kata "restaurer" yang berarti "memulihkan".

Jadi rumah makan adalah usaha yang menyajikan makanan dan juga minuman serta menyediakan tempat makan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam prakteknya usaha ini bisa dinamai restoran, café, warung dan lain-lain. Tentunya dalam menjalankan bisnis, setiap perusahaan harus memiliki strategi, apalagi bisnis makanan yang kadang memiliki *entry barrier* yang tinggi, sehingga diperlukan analisa mendalam sebelum strategi itu diterapkan.

Salahsatu analisis yang umum digunakan dalam bisnis adalah analisis SWOT

Menurut Rangkuti, Freddy (2014) Analisis SWOT adalah suatu indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisa faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Dalam sebuah jurnal yang ditulis oleh Rina Kurniati (2014) menyatakan bahwa

dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT, tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis (*Business Strategic Planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan, serta semua perubahannya dalam menghadapi pesaing. Artinya seluruh aktifitas bisnis memerlukan Analisis SWOT, begitupun dalam bisnis rumah makan

Menurut David (2008), semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Adapun cara melakukan analisis SWOT, menurut Rangkuti (2014) suatu kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Perpaduan antara faktor internal dan eksternal ini akan bertemu pada kuadran tertentu yang dapat menunjukkan strategi yang sebaiknya dipakai oleh perusahaan. Gambar berikut adalah gambar diagram analisis SWOT



Sumber: Rangkuti (2014)  
Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

**Kuadran I: (Strengths Opportunities)**

Ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kuadran 2: (Strengths, Threats)**

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi baik produk maupun pasar

**Kuadran 3: weakness opportunities)**

Perusahaan menghadapi peluang pasar yg sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

**Kuadran 4: (weakness threats)**

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif (Nazir, 2011) dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki, dalam hal ini adalah faktor kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dihadapi oleh Beeshop saat ini. Data data diambil berdasarkan penyebaran kuesioner terhadap sampel yang dipilih berdasarkan teknik *sampling non probability/non-acak* dengan menggunakan teknik *judgment sampling*. Menurut Umar (2009), *judgment sampling/ purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan dalam memilih responden (*secara judgment sampling*) adalah berdasarkan: Responden merupakan konsumen/karyawan yang sudah pernah makan/menggunakan jasa di Rumah makan HM.NANA Cianjur dan sudah dewasa sehingga mampu memberikan pendapatnya secara mandiri. Hasilnya kemudian diolah dan kemudian disajikan dalam sebuah matriks, yang akhirnya dapat dipilih strategi yang sebaiknya dipakai oleh RM HM.NANA Cianjur pada masa yang akan datang

**Analisis SWOT Strategi Pemasaran Rumah Makan HM.NANA Cianjur**

**1. Faktor Internal (IFAS)**

Matrik IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari Faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matrik *Internal Strategic Analysis Summary* (IFAS) disusun berdasarkan hasil identifikasi dari kondisi lingkungan internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki RM HM.NANA Cianjur

**a. Kekuatan (*Strength*)**

Kekuatan menggambarkan hal yang dimiliki perusahaan dan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan itu sendiri. Berdasarkan analisis yang telah diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki RM HM.NANA Cianjur. Kekuatan tersebut antara lain :

1. Citra/brand yang kuat
2. Tempat strategis berada dipusat kota sekaligus salah satu pusat kuliner di Cianjur
3. Cita rasa yang khas
4. Gedung milik sendiri
5. Menu makanan yang beragam
6. Terjamin kehalalannya

**b. Kelemahan (*weakness*)**

Kelemahan menggambarkan hal yang tidak dimiliki perusahaan tetapi perusahaan lain memilikinya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa kelemahan yang ada pada HM. NANA Cianjur dalam memasarkan produk :

1. Beberapa jenis makanan di hasilkan dari supplier, sehingga kualitas makanan diluar kendali pemilik Rumah Makan
2. Manajemen masih tradisional
3. Tempatnya masih sederhana
4. Daya tampung konsumen sedikit
5. Tidak ada koki khusus makasan yang fresh

**Tabel 1 IFAS**

NO	KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Citra/brand yang kuat	0,10	4	0,40
2	Tempat strategis	0,10	3	0,30
3	Cita rasa yang khas	0,10	3	0,30
4	Gedung milik sendiri	0,10	4	0,40
5	Menu makanan yang beragam	0,05	3	0,15
6	Halal	0,10	4	0,40
	Jumlah	0,55		1,90
NO	KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Beberapa jenis makanan di hasilkan dari supplier	0,10	1	0,10
2	Manajemen masih tradisional	0.10	2	0,20
3	Tempatnya masih sederhana	0.05	3	0,15
4	Daya tampung konsumen sedikit	0.10	3	0,30
5	Tidak ada koki khusus makasan yang fresh	0.10	2	0,20
	Jumlah	0,45		0,95
	Total	1,00		2,85

Sumber : Data Yang diolah, 2017

## 2. Faktor Eksternal (EFAS)

### a. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan merupakan faktor yang berasal dari lingkungan dan menguntungkan bagi perusahaan jika mampu untuk memanfaatkannya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh RM.HM.NANA Cianjur.

1. Meningkatnya jumlah penduduk
2. Diversifikasi menu yang fresh
3. Menambah layanan delivery

### b. Ancaman (*threats*)

Ancaman merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang harus diatasi untuk mengurangi dampak yang dapat merugikan perusahaan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh beberapa ancaman yang dihadapi RumahMakan HM.NANA adalah:

1. Biaya inflasi
2. Kenaikan bbm
3. Banyaknya rumah makan baru dengan variasi menu dan harga terjangkau
4. Pesaing yang gencar melakukan promosi
5. Perubahan selera konsumen

**Tabel 2. EFAS**

NO	PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
1	Meningkatnya jumlah penduduk	0,20	2	0,40
2	Diversifikasi menu yang fresh	0.15	3	0.45
3	Menambah layanan delivery	0,10	4	0,40
	Jumlah	0,45		1,25
NO	ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Biaya inflasi	0,15	1	0,15
2	Kenaikan bbm	0,15	1	0,15
3	Banyaknya rumah makan baru dengan variasi menu dan harga terjangkau	0,10	2	0,20
4	Pesaing yang gencar melakukan promosi	0,05	2	0,10
5	Perubahan selera konsumen	0,10	2	0,20
	Jumlah	0,55		0,80
	Total	1,00		2,05

Sumber: Data yang telah diolah, 2017

### Diagram Matriks SWOT

Dari analisis SWOT diatas maka dapat dibuat suatu ringkasan atau rekapitulasi dari perhitungan untuk melihat seberapa besar

kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terjadi pada Rumah makan HM.NANA Cianjur adalah:

**Tabel 3. Diagram Matriks SWOT**

KEKUATAN	IFAS	IFAS	EFAS	EFAS
IFAS	Strength	Weakness	Opportunity	Threats
Strategi Pemasaran	1,90	0,95	1,25	0,80
Kuadran	1,90-0,95= 0,85		1,25-0,80= 0,45	

Sumber: Data yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, di dapat hasil bahwa, kekuatan yang dimiliki adalah 1,90 sedangkan kelemahan adalah 0,95, jadi kuadran internal faktor yaitu  $1,90 - 0,95 = 0,85$  artinya kemampuan yang tinggi dari Rumah Makan HM.NANA Cianjur dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang terdapat pada internal perusahaan masih baik. Adapun peluang yang dimiliki dari strategi tersebut sebesar 1,25 dan ancaman 0,80 . Jadi kuadran eksternal faktor yaitu  $1,25 - 0,80 = 0,45$ . Ini berarti kemampuan Rumah Makan HM.NANA Cianjur dalam memanfaatkan peluang-peluang dan meminimalkan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam penjualan produk relatif masih baik. Bila kedua nilai tertimbang tersebut dipadukan dalam matrik IE, maka keduanya akan bertemu pada sel I yaitu mendukung strategi agresif

Diagram SWOT akan menunjukkan pada posisi manakah strategi pemasaran pada Rumah Makan HM.NANA Cianjur saat ini. Posisi strategi inilah yang akan menentukan letak kuadran strategi pemasaran. Kuadran tersebut akan menjadi fundamental analisis strategi kedepan , kuadran dapat diamati secara jelas melalui diagram analisis SWOT berikut ini:

III. Mendukung strategi tunaround	I.Mendukung Strategi agresif 
IV. Pendukung Strategi defensis	II. Mendukung strategi diversifikasi

Sumber: Rangkuti,2014

Gambar 2. Diagram SWOT RM.HM.NANA

Berdasarkan diagram diatas maka titik berada pada kuadran I, yaitu mendukung strategi agresif. RM HM.NANA Cianjur memiliki peluang dan kekuatan yang besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif.

### 3 Analisis dengan menggunakan Matrik SWOT.

Dari beberapa penjelasan diatas, seluruh peta kekuatan, kelemahan, peluang

dan ancaman beserta alternatif strategi yang akan dilakukan, dapat dilihat pada matriks dibawah ini:

**Tabel 4. Matriks SWOT**

	<p><b>Kekuatan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Citra/brand yang kuat</li> <li>b) Tempat strategis berada dipusat kota sekaligus salah satu pusat kuliner di Cianjur</li> <li>c) Cita rasa yang khas</li> <li>d) Gedung milik sendiri</li> <li>e) Menu makanan yang beragam</li> <li>f) Halal</li> </ul>	<p><b>Kelemahan:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Beberapa jenis makanan di hasilkan dari supplier</li> <li>b) Manajemen masih tradisional</li> <li>c) Tempatnya masih sederhana</li> <li>d) Daya tampung konsumen sedikit</li> <li>e) Tidak ada koki khusus masakan yang fresh</li> </ul>
<p><b>Peluang:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Meningkatnya jumlah penduduk</li> <li>b) Diversifikasi menu yang fresh</li> <li>c) Menambah layanan delivery</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menambah varian menu yang fresh</li> <li>b. Memperluas jangkauan pelayanan, baik dengan menambah outlet atau menyediakan delivery order</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Training SDM/koki untuk memasak masakan yang fresh (basic sayuran; gado2, cah kangkung dll)</li> <li>b. Belajar manajemen modern</li> </ul>
<p><b>Ancaman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Biaya inflasi</li> <li>b) Kenaikan BBM</li> <li>c) Banyaknya rumah makan baru dengan variasi menu dan harga terjangkau</li> <li>d) Perubahan selera konsumen</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga tetap bersaing</li> <li>b. Memperbaiki kualitas pelayanan Baik yang sifatnya tangible (tempat) dan intangible.</li> </ul>	<p><b>Strategi WT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatkan promosi baik secara online maupun offline</li> </ul>

Sumber: Data yang telah diolah, 2017

Dari hasil analisis tersebut, kegunaan peneliti ini dapat langsung dirasakan, yaitu didapatnya gambaran yang jelas, mengenai langkah dan strategi yang hendaknya dijalankan oleh Rumah Makan HM.NANA Cianjur, yaitu dengan cara menjalankan hal-hal yang tercantum dalam matriks strategi.

### SIMPULAN DAN SARAN

Agar bertahan dan berkembang, sebuah bisnis pasti memerlukan strategi

untuk memenangkan persaingan. Salahsatu cara untuk menetapkan strategi apa yang akan digunakan adalah dengan analisis SWOT, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dengan menganalisis SWOT, perusahaan bisa melakukan tindakan perbaikan terhadap kekurangan (internal) ataupun kelemahan (eksternal) yang ada serta bisa mempertahankan dan menjalankan tindakan yang lebih agresif terhadap

peluang-peluang yang ada melalui kekuatan yang dimiliki.

Khusus untuk Rumah Makan HM.NANA Cianjur, berdasarkan analisa SWOT, rumah makan ini harus melakukan:

1. Menambah varian menu yang fresh
2. Memperluas jangkauan pelayanan, baik dengan menambah outlet atau menyediakan *delivery order*
3. Harga tetap bersaing
4. Memperbaiki kualitas pelayanan, baik yang sifatnya tangible (tempat) dan intangible.
5. Training SDM/koki untuk memasak masakan yang fresh dengan bahan dasar sayuran, seperti gado-gado, cah kangkung dan lain-lain
6. Belajar manajemen modern, bagaimana cara mengelola administrasi keuangan dan bahan baku/persediaan produk.
7. Meningkatkan promosi baik secara online maupun offline

Sebagai penutup, penulis menyarankan agar analisis ini dilakukan secara berkala untuk mengetahui situasi dan kondisi terbaru agar terhindar dari strategi yang kuno, karena strategi ini tidak bisa diterapkan dalam jangka waktu yang lama, apalagi jika terjadi perubahan dalam faktor-faktor yang dianalisis, seperti peta kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya berbeda.

Selain itu penelitian ini juga masih harus dikembangkan, mengingat banyaknya alat analisis yang bisa dipakai dalam merumuskan strategi, seperti analisis ASOCA.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik RM. HM. NANA yaitu Bapak Haji Nana dan Bapak Iyus SE yang telah memberikan data dan telah bekerjasama sehingga tulisan ini dapat selesai dengan baik

## DAFTAR PUSTAKA

David, Fred R.,(2006). Manajemen Strategis,Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Phillips. (2002). Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. PT. Prenhallindo Jakarta.

Kurniati, Rina (2014). Jurnal Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Hotel Ibis,Slipi Jakarta.

Nazir (2011). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta

Rangkuti,Freddy. (2014). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Umar, Husein (2009). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo

[https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah\\_makan--diakses](https://id.wikipedia.org/wiki/Rumah_makan--diakses) 14Juni 2017

