

ABSTRAKSI

Octafia Rotalia Marjen, Nomor Mahasiswa 152130019, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Analisis Strategi Bisnis Restoran *Cowmad* Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT” (Studi Pada Restoran *Cowmad* Yogyakarta).2018. Pembimbing Ibu Sauptika Kencana, SS, MSI dan Bapak Suratna, S.SOS, M.AB

. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang dapat dikembangkan pada Restoran *Cowmad*. Tipe penelitian ini adalah deskriptif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Restoran *Cowmad*. Sumber Data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara dan memberikan daftar pertanyaan atau kuisioner simple, peroleh data dalam penelitian ini ditekankan pada penggunaan kuisioner dari informan..

Berdasarkan analisis data dapat diambil kesimpulan yaitu bahwa semua informan memberikan penilaian yang tinggi terhadap kekuatan dari Restoran seperti nama dan citra restoran, kualitas terjamin, harga yang sesuai punya supplier daging tetap, dan memiliki pelanggan tetap. Informan juga memberikan nilai yang tinggi terhadap kelemahan misalnya seperti kurangnya promosi restoran yang baik, membutuhkan modal yang besar untuk pengembangan usaha, pelanggan mengikuti pengunjung mall, harga backup supplier lebih mahal, renspace tidak stabil. Posisi Restoran *Cowmad* pada Berdasarkan hasil skor (nilai tertimbang) pada evaluasi faktor internal dan faktor eksternal, maka koordinat posisi perusahaan restoran Cowmad adalah terletak pada titik 2,80 (faktor internal) dan pada titik 2,79 (faktor eksternal).Batasan-batasan dalam diagram SWOT sendiri adalah terdiri dari dua sumbu yaitu horizontal (kekuatan-kelemahan) dan vertikal (peluang-ancaman). Sumbu horizontal dari skala 1,0 sampai 2,5 merupakan kelemahan dan 2,5 sampai 4,0 merupakan kekuatan. Begitu juga sumbu vertikal skala 1,0 sampai 2,5 merupakan ancaman dan 2,5 sampai 4,0 merupakan peluang. Dengan kata lain, skor skala $\geq 2,5$ sampai 4,0 merupakan kekuatan dan peluang, jika skor $< 2,5$ maka faktor tersebut merupakan kelemahan dan ancaman. terlihat bahwa perusahaan berada pada sel 1 yang merupakan sel agresif, artinya perusahaan restoran Cowmad memiliki kekuatan dari lingkungan internal dan terdapat peluang dari lingkungan eksternalnya.

Dari hasil analisis dapat dirumuskan strategi pemasaran yang dapat dijalankan oleh Restoran *Cowmad* adalah Formulasi strategi keunggulan bersaing yang tepat diterapkan pada restoran *Cowmad* adalah konsentrasi melalui integritas vertikal, mengingat pesaing-pesaing baru yang masuk merupakan ancaman bagi restoran. Formulasi strategi pertumbuhan yaitu dengan pengembangan pasar (*market development*) baik diterapkan, formulasi ini menitikberatkan pada memperkenalkan produk yang sudah ada ke daerah pemasaran baru (pangsa pasar tambahan), dan meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki atau mengembangkan mutu yang sudah ada.

Saran yang dapat disampaikan kepada Restoran *Cowmad* adalah Restoran *Cowmad* hendaknya menambah modal dengan menjajaki kemungkinan untuk mendapatkan fasilitas kredit dari perbankan untuk mengembangkan usahanya. Restoran *Cowmad* hendaknya mengganti sumber daya manusia yang lebih menguasai dalam bidang pembukuan guna meningkatkan kualitas karyawan sesuai dengan keahlian yang dimilikinya dan mengembangkan kemampuan kerja karyawan melalui pendidikan dan latihan sesuai dengan bidangnya. Restoran *Cowmad* hendaknya memantau cadangan supplier, kualitas produk, selera konsumen dengan restoran-restoran pesaing guna mengantisipasi segala kemungkinan yang terjadi adanya ancaman dari perubahan sejenis. Restoran *Cowmad* hendaknya melakukan efektifitas promosi baik melalui iklan maupun media sosial. Dengan demikian maka konsumen akan lebih mengenal produk makanan restoran *Cowmad* Yogyakarta.