

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi Patria, S. N. (2011). Restoran. *Artikel Bulan Oktober (2011)*, 2(10), 1.
- Alfredo, A., & Marcellino, P. (2023). *Rancangan buku 10 restoran Chinese food legendaris di Jakarta*. Universitas Pelita Harapan.
- Andriyanty, R., Aras, M., Afuani, S. N., & Nurfallah, A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Padang Di Sekitar Lingkar Kampus IBI Kosgoro 1957. *Mediastima*, 26(1), 18–39.
- Anjani, A. D., Ningsih, C., & Fajri, I. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, BBQ & Steak Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 5(1), 8–21.
- Damayanti, I. A. K. W., Solihin, S., & Suardani, M. (2021). *Pengantar Hotel dan Restoran*.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategis Konsep Edisi Kedua Belas Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat, 600.
- Ekawatiningsih, P., Komariah, K., & Purwanti, S. (2008). Restoran. *Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan*.
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 245–253.
- Harmoko, M. P., Kilwalaga, I., Pd, S. P. I. M., Asnah, S. P., Rahmi, S., Adoe, V. S., SP, M. M., Dyanasari, I., & Arina, F. (2022). *Buku ajar metodologi penelitian*. Feniks Muda Sejahtera.
- Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Lubis, T., Absah, Y., & Lubis, A. (2019). Analysis of Restaurant Business Strategy in Developing Business using SWOT Analysis. *Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Management, Accounting and Business, ICEMAB 2018, 8-9 October 2018, Medan, North Sumatra, Indonesia*.
- Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2019). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada rumah makan bakso baper Jogja. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Noor, E. H. R. Z. Z., ST, S. H., & MH, M. K. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Deepublish.
- Putri, E. D. H. (2018). *Pengantar akomodasi dan restoran*. Deepublish.

- Putri, K. (2018). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Restoran Bakmi Ja Di Kota Padang)*. Universitas Andalas.
- Rangkuti, F. (2015a). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. *Language*, 13(246p)
- Rangkuti, F. (2015b). *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.
- Sinaga, F., Par, S. S. T., & Par, M. S. (2018). *Restoran dan kegiatannya*. Penerbit Andi.
- Soewanda, T. (2015). Strategi Pengembangan usaha makanan dan minuman pada rumah makan nasi bebek pak janggut di Surabaya. *Agora*, 3(1), 559–568.
- Sridewi, N. (2020). *Analisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada rumah makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*. UIN Mataram.
- Utami, A. W. (n.d.). *Strategi pengembangan usaha Restoran & Kafe Coffee Time di Bogor Jawa Barat*.
- Wati, L. A., Lestariadi, R. A., Supriyadi, S., & Safii, M. P. H. (2023). Analysis of Strategic Variables for the Development and Sustainability of Fos-Food Restaurant Business in the Pandemic Era; MICMAC Approach. *Journal of Aquaculture and Fish Health*, 12(1), 70–85.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Wawancara

Instrumen Wawancara

Bagian 1

Identitas umum responden: Usia, Jenis Kelamin, Posisi (Pengelola usaha/ pelanggan)

Bagian 2

Mencari informasi umum terkait perusahaan

- 1 Sejarah Singkat
- 2 Produk apa saja yang ditawarkan
- 3 Siapa target pasar usaha ini
Bagaimana usaha ini dapat dikelola sehingga eksis sampai saat ini?
- 4 ini?

Bagian 3

Fokus mencari informasi terkait Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan

- 1 Jelaskan apa saja yang menjadi kekuatan bagi usaha ini
- 2 Jelaskan apa saja yang menjadi kelemahan bagi usaha ini
- 3 Jelaskan apa saja yang menjadi peluang bagi usaha ini
- 4 Jelaskan apa saja yang menjadi tantangan bagi usaha ini

**** Pada bagian 3 topik pembahasan bisa saja dikembangkan tergantung responsitas dari responden***

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Koesioner Penelitian					
Identitas Responden					
	Usia Responden				
	Jenis Kelamin				
	Kedudukan				
Pernyataan Responden					
No	Pernyataan	Skor			
		1 (STS)	2 (TS)	3 (S)	4 (SS)
1	Tahu sumedang merupakan makanan khas indonesia yang mudah dikenali				
2	Tahu Sumedang merupakan makanan yang mengandung banyak nutrisi				
3	Bahan baku pemuatan tahu sumedang di Rumah Makan Tahu Sumedang menggunakan bahan baku alami tanpa pengawet				
4	Harga tahu di Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep tergolong terjangkau				
5	Rasa tahu sumedang di Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep tidak asam				
6	Rumah Makan Tahu Sumedng Pangkep mempunyai karyawan dengan skill dan pengalaman membuat tahu yang baik				
7	Lokasi Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep sangat strategis				
8	Pelayanan yang diberikan Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep sangat baik				
9	Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep mempunyai cabang di berbagai kota				
10	Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkeptidak hanya menjual tahu saja, tetapi menjual aneka makanan khas sunda lainnya				
11	Tekstur tahu sumedang cenderung lembut dan mudah hancur				
12	Tahu sumedang merupakan produk makanan yang tidak tahan lama				
13	Tahu Sumedang di Rumah Makan tahu Sumedang Pangkep belum menjadi produk utama unggulan				
14	Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep kurang mempromosika usahanya di media masa				
15	Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep kurang memahami selera konsumennya				
16	Kurangnya inovasi olahan tahu sumedang di Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep				
17	Rasanya tahu sumedang di Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep gurih dan renyah membuat konsumen ingin membelinya				
18	Banyak masyarakat dari daerah dan luar daerah tertarik membeli tahu sumedang di Rumah Makan tahu Sumedang Pangkep				
19	Tahu sumedang masih jarang ditemui di daerah sulawesi selatan				
20	Rumah makan tahu sumedang pangkep menjadi restoran terpercaya konsumen untuk membeli olahan tahu sumedang				
21	Rmah Makan Tahu Sumedang Pangkep sangat terkenal di Sulawesi Selatan				
22	Rumah Makan Tahu Sumedang Pangkep melakukan kerjasama dengan pihak lain, untuk meningkatkan usaha				
23	Kualitas tahu menjadi aspek penting untuk dapat bersaing dengan kompetitor tahu lainnya				
24	Mentapkan harga yang kompetitif menjadi faktor penting untuk bersaing dengan kompetitor tahu lainnya				
25	Harga bahan baku yang meningkat sewaktu-waktu menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi pengusaha tahu				
26	Saat ini, pengusaha tahu mulai bermuncula dimana-mana				

Lampiran 3
Output Perhitungan IFE

NO	PERTANYAAN	Jumlah Skor				Skor Total	Bobot	Rating	Nilai
		1	2	3	4				
KEKUATAN (STREIGHT)									
1	Makanan khas yang mudah dikenali	0	1	4	5	34	0.078	3	0.23
2	Tahu dumedang mengandung banyak nutrisi	0	0	4	6	36	0.083	4	0.33
3	Bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku alami yang tidak mengandung pengawet	0	0	3	7	37	0.085	4	0.34
4	Haga tahu yang terjangkau	1	1	3	5	32	0.073	3	0.22
5	Rasa tahu yang krispi dan tidak asam	0	0	6	4	34	0.078	3	0.23
6	Karyawan mempunyai <i>skill</i> dan pengalaman membuat tahu sumedang	1	1	6	2	29	0.067	3	0.20
7	Lokasi yang strategis	2	1	4	3	28	0.064	3	0.19
8	Melayani pelanggan dengan baik dan sopan	0	1	5	4	33	0.076	3	0.23
9	Mempunyai cabang di kota lain	0	0	7	3	33	0.076	3	0.23
10	Menjual aneka makanan khas jawa barat selain tahu sumedang	0	0	5	5	35	0.080	4	0.32
									2.53
KELEMAHAN (WEAKNESS)									
1	Tekstur tahu yang lembut sehingga mudah hancur	4	3	3	0	19	0.044	2	0.09
2	Produk tidak tahan lama	3	4	3	0	20	0.046	2	0.09
3	Tahu sumedang cenderung belum menjadi produk unggulan rumah makan	5	2	3	0	18	0.041	2	0.08
4	Kurang promosi untuk menarik pelanggan	7	3	0	0	13	0.030	1	0.03
5	Kurang memahami selera konsumen	4	2	3	1	21	0.048	2	0.10
6	Kurangnya inovasi olahan tahu	6	4	0	0	14	0.032	1	0.03
Total						436	1		0.42

Lampiran 5
Output Perhitungan EFE

NO	PERTANYAAN	Jumlah Skor				Skor Total	Bobot	Rating	Nilai
		1	2	3	4				
PELUANG (OPPORTUNITIES)									
1	Rasanya yang gurih dan renyah membuat konsumen ingin membelinya	0	0	8	2	32	0.111	3	0.33
2	Daya beli masyarakat yang sangat baik.	0	2	4	4	32	0.111	3	0.33
3	Produk tahu sumedang masih jarang dijumpai di daerah Sulawesi Selatan.	1	1	4	6	39	0.136	3	0.41
4	Adanya kepercayaan konsumen terhadap Rumah Makan Tahu Sumedang Renyah Pangkep.	0	1	5	4	33	0.115	3	0.34
5	Masyarakat Sulawesi Selatan, khususnya pangkep sudah sangat mengenal Rumah Makan Tahu Sumedang Renyah Pangkep.	2	3	5	5	43	0.150	4	0.60
6	Melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti jasa kurir online.	0	0	3	7	37	0.129	4	0.52
									2.54
ANCAMAN (TREATS)									
1	Persaingan kualitas tahu dengan pabrik lain	4	3	2	1	20	0.070	2	0.14
2	Persaingan harga tahu dengan pedagang lain	5	2	3	0	18	0.063	3	0.19
3	Harga bahan baku yang menaik sewaktu-waktu	7	1	1	1	16	0.056	2	0.11
4	Pesaing pelaku usaha tahu semakin banyak	3	7	0	0	17	0.059	2	0.12
Total						287	1.00		0.56