

**ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI KAFE RAMEN SOJOY
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk mencapai gelar sarjana (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**MURSAL SIREGAR
NIM: 1740200261**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI KAFE RAMEN SOJOY
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk mencapai gelar sarjana (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**MURSAL SIREGAR
NIM: 1740200261**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI KAFE RAMEN SOJOY
PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

MURSAL SIREGAR

NIM. 17 402 00261

PEMBIMBING I

Acc disidimpuan

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

PEMBIMBING II

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080.Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MURSAL SIREGAR**

Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Januari 2024

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Mursal Siregar yang berjudul "**Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan**". Maka berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Hamni Fadliyah Nasution, M.Pd
NIP. 198303172018012001

PEMBIMBING II

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MURSAL SIREGAR
NIM : 17 402 00261
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 15 Januari 2024
Pembuat Pernyataan,



MURSAL SIREGAR
NIM. 17 402 00261

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MURSAL SIREGAR

NIM : 17 402 00261

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan hak bebas *Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul **Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidempuan** dengan hak bebas *Royalti Non Eksklusif* ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media / memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada Tanggal : 15 Januari 2024

Yang menyatakan,



MURSAL SIREGAR
NIM. 17 402 00261



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : MURSAL SIREGAR
NIM : 17 402 00261
FAKULTAS/JURUSAN : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHAKAN EKISTENSI
KAFE RAMEN SOJOY PADANGSIDIMPUAN**

Ketua

Delima Sari Lubis, MA
NIDN. 2012058401

Sekretaris

Indah Permatasari Siregar, M,Si
NIDN.2024059302

Anggota

Delima Sari Lubis, MA
NIDN. 2028076201

Indah Permatasari Siregar, M,Si
NIDN.2024059302

Damri Batubara, MA
NIDN. 2019108602

Rini/Hayati Lubis, M.P
NIDN. 201348702

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : 24 Januari 2024
Pukul : 08.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 70,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,02
Predikat : Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN
AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan H.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan

Nama : Mursai Siregar

NIM : 17 402 00261

Indeks Prestasi Kumulatif : 3.02

Predikat : Memuaskan

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 13 Mei 2024
Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP: 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Mursal Siregar

NIM : 1740200261

Judul Skripsi : Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan

Peluang setiap sebuah usaha yang tidak mudah didapat karena banyaknya persaingan sehingga sangat perlu untuk melakukan pembenahan dan penelitian secermat mungkin agar peluang usaha yang dijalankan dapat dicapai. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut maka diperlukan adanya strategi bagi pemilik usaha kafe dalam rangka mendapatkan konsumen baru serta mempertahankan konsumen yang sudah ada sehingga usaha dapat berjalan terus menerus pada tujuan yang ingin dicapai. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti dan *snowball sampling* adalah karena penulis membutuhkan petunjuk/arahan dari informan kunci untuk menunjukkan informan-informan berikutnya yang sesuai kriteria wawancara yang ada di Kafe Ramen dan Coffe Sojoy Padangsidimpuan. Hasil penelitian menunjukkan Kafe Ramen Sojoy memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang tersedia untuk memaksimalkan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi tersebut terfokus pada strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun kekuatan dengan memanfaatkan peluang dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan loyalitas pelanggan setia Kafe Ramen Sojoy karena letak atau lokasi dari kafe yang strategis. Pemilihan lokasi bisnis yang dipilih oleh Kafe Ramen Sojoy yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkannya. Kafe Ramen Sojoy memilih lokasi dekat dengan rumah sakit, kampus dan berada di jalan lintas sehingga menjamin transportasi dan akses jalan yang mudah, membuat konsumen Kafe Ramen Sojoy tidak kesulitan untuk menjangkau tempat kuliner tersebut. Selain itu, konsumen juga dimanjakan dengan fasilitas lengkap yang ada di Kafe Ramen Sojoy seperti jaringan internet yang dapat digunakan secara gratis, toilet, spot foto yang indah dan mushalla.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Eksistensi, Strategi

ABSTRACT

Name : Mursal Siregar
Reg. Number : 1740200261
Title : Strategy Analysis for Maintaining the Existence of the Sojoy Padangsidimpuan Ramen Cafe

Opportunities for every business are not easy to obtain because there is a lot of competition, so it is very necessary to carry out improvements and research as carefully as possible so that the business opportunities that are run can be achieved. In the face of increasingly fierce competition, it is necessary to have a strategy for cafe business owners in order to get new consumers and retain existing consumers so that the business can run continuously on the goals it wants to achieve. The type of research used is descriptive qualitative research with informant selection techniques. using purposive sampling because not all samples have criteria that match the phenomenon being studied and snowball sampling is because the author needs guidance/direction from key informants to indicate the next informants who match the interview criteria at the Ramen Cafe and Sojoy Coffee Padangsidimpuan. The research results show that Sojoy Ramen Cafe has opportunities and strengths so that it can take advantage of available opportunities to maximize its strengths. The strategy that must be implemented in this condition is to support aggressive policies (Growth Oriented Strategy). This strategy focuses on the SO (Strength-Opportunity) strategy, namely using strengths to take advantage of existing opportunities. The strength of taking advantage of opportunities can be done by taking advantage of the loyalty of Sojoy Ramen Cafe's loyal customers because of the cafe's strategic location. The choice of business location chosen by Sojoy Ramen Cafe which is close to the target market and the availability of adequate infrastructure is a strategy that can also make it easier for consumers to get the products they want. Sojoy Ramen Cafe chose a location close to hospitals, campuses and is on a highway so that it guarantees easy transportation and road access, making it easy for consumers of Sojoy Ramen Cafe to reach this culinary place. Apart from that, consumers are also pampered with the complete facilities at the Sojoy Ramen Cafe, such as an internet network that can be used for free, toilets, beautiful photo spots and a prayer room. Keywords: SWOT Analysis, Existence, Strategy

Keywords: SWOT Analysis, Existence, Strategy

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur peneliti sampaikan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan

pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan, Ibu Dra. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah. Serta seluruh civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku Pembimbing I dan Bapak Damri Batubara, M.A selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat

bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

6. Teristimewa saya ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda saya Ahmad Ridwan Siregar dan Ibunda saya Zubaidah Siagian yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
7. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan buat Istri tersayang Harma Dini Riski Rangkuti dan anakku yang tersayang Aisyah Ailani Arka Siregar yang telah memberikan semangat/motivasi tersendiri dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Serta Kepada saudara saya Ummi Aisyah Siregar, M.Pd., Rafiah Siregar, S.Pd., Fatimah Siregar, S.Pd., Erlina Siregar, S.Pd., Zuniamin Fradi, Zuhari dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan bantuan moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, Januari 2024
Peneliti,

MURSAL SIREGAR
NIM 1740200261

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAWASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Batasan Istilah	5
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	9
1. Strategi Pemasaran	9
a. Pengertian Strategi	9
b. Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
c. Strategi Pemasaran dalam Islam	13
2. Mempertahankan Eksistensi Usaha.....	16
3. Analisis SWOT	17
4. Matriks SWOT	21
5. Analisis SWOT dalam Perspektif Islam	25
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	33

B. Jenis Penelitian.....	33
C. Penentuan Informan Penelitian	34
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Kafe Ramen Sojoy.....	42
1. Sejarah Berdirinya Kafe Ramen Sojoy	42
2. Visi dan Misi Kafe Ramen Sojoy	44
3. Lokasi dan Struktur Kafe Ramen Sojoy	45
B. Deskripsi Data Penelitian.....	50
C. Pengolahan dan Analisis Data.....	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian	58
1. Strategi untuk SO (Kekuatan dan Peluang)	58
2. Strategi untuk WO (Kelemahan dan Peluang)	61
3. Strategi untuk ST (Kekuatan dan Ancaman)	62
4. Strategi untuk WT (Kelemahan dan Ancaman)	63
E. Keterbatasan Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Matriks SWOT	39
Tabel 4.1 Daftar Menu di Kafe Ramen Sojoy	48
Tabel 4.2 Analisis SWOT pada Kafe Ramen Sojoy	52
Tabel 4.4 Matriks IFAS	53
Tabel 4.4 Matriks EFAS	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kafe Ramen Sojoy	46
Gambar 4.2 Diagram Matriks Posisi SWOT.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu tempat yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir ini adalah kafe. Para pembuat kafe berlomba-lomba menyediakan serta memenuhi kebutuhan masyarakat mengingat berkembangnya gaya hidup masyarakat dan bervariasinya kebutuhan konsumen, agar para konsumen dapat dengan mudah menemukan tempat bersantai berbentuk kafe. Selain itu, pertumbuhan ekonomi saat ini terlihat dalam minat para konsumen pada kafe yang menyebabkan berkembangnya usaha berbentuk kafe ini pada suatu daerah, semakin maraknya persaingan yang terjadi pada usaha kafe ini membuat para pemilik kafe termotivasi membuat strategi-strategi untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian pada kafe miliknya.

Penjualan sebuah kafe sangat dipengaruhi oleh kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa puas pada konsumen yang akan berdampak pada loyalitas konsumen, sehingga dapat mendorong konsumen untuk berkomitmen. Upaya peningkatan kualitas harus dilakukan secara komprehensif dan berkesinambungan karena tingkat kepuasan setiap konsumen akan terus meningkat dan tentunya bervariasi, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Adi menyatakan bahwa, konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu usaha berdasarkan pengalaman waktu yang lalu dari pengaruh kekuatan (*word of*

mouth), dan dari informasi iklan yang diperoleh.¹ Dengan adanya kualitas makanan dan pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Salah satu wisata kuliner yang sedang diminati dan banyak dibicarakan orang adalah mie ramen. Mie yang populer di Jepang ini dapat dengan mudah diterima dan diminati oleh masyarakat apalagi dikalangan pelajar dan mahasiswa yang gemar mencari suasana baru dan mencoba hal-hal yang baru, terlebih berbahan baku mie yang sudah biasa dikonsumsi oleh masyarakat kita. Sebagian orang mengkonsumsi karena adanya rasa penasaran juga rasa ingin tahu seperti apa dan bagaimana mie ramen tersebut, serta ada juga karena memang mie ramen merupakan makanan favorit.

Ramen adalah salah satu makanan yang berasal dari Jepang dan mulai digemari oleh pecinta kuliner di Indonesia. Ramen adalah mie kuah Jepang yang sebenarnya berasal dari Cina dan telah menjadi hidangan yang sangat populer di Jepang. Ciri khas dari ramen adalah bentuk mie yang tipis dan berwarna kuning merupakan hasil buatan tangan atau buatan mesin. Sekilas memang mirip dengan mie instan yang ada di Indonesia. Namun mie ramen memiliki diameter yang lebih kecil. Mie ramen tersebut dimasukkan ke dalam kuah yang dibuat dari berbagai jenis kaldu. Meskipun mie ramen bukan berasal dari Indonesia, tapi mie ramen tersebut mampu mencuri perhatian pecinta kuliner di Indonesia khususnya dikalangan anak muda yang senang mencoba sesuatu hal yang baru.

Terkait dengan mie ramen, adapun salah satu kafe yang mempunyai menu andalan mie ramen adalah Kafe Ramen Sojoy yang beralamat di jalan

¹ Adisaputro “anajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)” (Artikel Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, tahun 2010) Hal 187.

Sisingamangaraja, Sitamiang, no 144. Kafe tersebut berdiri sejak tahun 2018. Beberapa menu andalan di Kafe Ramen Sojoy adalah Bakso Ramen, Seafood Ramen, Curry Ramen, Jajangmeyaon Pasta, Chikken Katsu Curry, Ebi Katsu Curry, Chikken Katsu Saos Steak dan masih banyak lagi. Kafe ini menyediakan makanan yang berbeda dengan kafe lain yang berada di kota Padangsidimpuan, yaitu menyediakan beberapa makanan khas Jepang yang tentunya Halal. Rasa yang diperoleh dari sajian setiap menu andalan kafe ini sangat diperhatikan oleh juru masak mulai dari unsur penataan yang artistik serta kombinasi antara bahan dan teknik memasak yang diatur sesuai dengan tingkat kematangan yang telah ditentukan untuk setiap menu hidangannya.

Eksistensi merupakan keberadaan. Eksistensi usaha dapat dipahami sebagai keberadaan suatu usaha yang didasarkan atas kegiatan-kegiatan perekonomian yang berkembang maju melalui beberapa fungsi dan tujuannya yang dilakukan perorangan atau badan usaha baik yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum yang dilakukan secara terus menerus dengan menciptakan barang dan jasa untuk dipasarkan sehingga memperoleh keuntungan. Dalam hal ini, usaha yang dituju adalah usaha kafe. Tingginya persaingan pasar dan tuntutan konsumen merupakan alasan para pengusaha mempertahankan eksistensi bisnis yang sudah dibangun dengan susah payah. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pengusaha, sehingga diperlukan strategi jitu untuk menjaga kesuksesan usaha kafe.

Cara yang digunakan pemilik kafe dalam mempertahankan eksistensinya dengan menyediakan *Live Music* untuk menarik minat pengunjung, menyediakan

dekorasi tempat berfoto pengunjung atau yang lebih dikenal dengan *Photoobooth*. Pada awal tahun berdirinya kafe ini memperoleh pendapatan mencapai Rp.800-100 Juta pertahun. Namun pendapatan menurun semenjak adanya wabah Virus Covid pada tanggal 2 Maret tahun 2020. Meskipun demikian, pendapatan Kafe Ramen Sojoy mulai membaik seiring berakhirnya wabah tersebut, namun tidak signifikan, sehingga dibutuhkan adanya strategi dalam mempertahankan eksistensi usaha kafe ramen sojoy agar tetap diminati oleh para konsumen.

Permasalahan lain yang muncul yaitu tidak tersedianya bahan-bahannya di kota Padangsidimpuan, karena dominannya bahan-bahannya yang digunakan adalah produksi dari Jepang sehingga harus menunggu bahan tersedia dulu sehingga dapat diorder kembali menggunakan jasa *online shop*, hal ini mengakibatkan sesekali menu andalan yang dipesan oleh pelanggan tidak tersedia. Pada kenyataannya peluang setiap sebuah usaha tentu saja tidak mudah didapat karena banyaknya persaingan sehingga sangat perlu untuk melakukan pembenahan dan penelitian secermat mungkin agar peluang usaha yang dijalankan dapat dicapai. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut maka diperlukan adanya strategi bagi pemilik usaha dalam rangka mendapatkan konsumen baru serta mempertahankan konsumen yang sudah ada sehingga usaha dapat berjalan terus menerus pada tujuan yang ingin dicapai.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik kafe ramen sojoy bernama Bapak Ismail Marzuki. Beliau menjelaskan kekurangan dari kafe tersebut terkait permintaan konsumen yang terkadang bahan-bahan makanan yang terdapat dalam daftar makanan tersebut tidak ada.

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh kemampuan usaha tersebut dalam menetapkan strategi yang tepat. Analisis strategi dalam mempertahankan eksistensi Kafe Ramen Sojoy menggunakan metode analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT). Analisis SWOT merupakan alat untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang bekerja secara sistematis untuk merumuskan strategi yang ada bagi perusahaan. Berbagai situasi dan kondisi yang akan dihadapi oleh kafe baik internal maupun eksternal, sehingga hal ini harus menjadi solusi bagi kafe untuk merancang dan menentukan perencanaan strategis untuk mengembangkan sistem pemasaran yang relatif efektif dan tepat.

Analisis strategi mempertahankan eksistensi Kafe Ramen Sojoy diajukan untuk mempertahankan konsumen dan kepuasan konsumen. Penerimaan yang baik dari konsumen terhadap makanan khas ini diharapkan dapat membuat kafe ini kembali meningkat pendapatannya. Peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan.”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, yaitu mengingat bahwa luas dan banyaknya faktor yang memengaruhi permasalahan yang diteliti, maka dalam penelitian ini dibatasi dalam hal memperoleh strategi yang digunakan dalam mempertahankan eksistensi Kafe Ramen Sojoy dengan menggunakan analisis SWOT.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian, maka peneliti perlu menjelaskan terlebih dahulu yang dimaksud dengan “Analisis

Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidimpuan.”

Adapun penjelasan untuk masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.²
2. Mempertahankan adalah mengusahakan supaya tetap tidak berubah dari keadaan semula.³ Dalam hal ini, mempertahankan eksistensi usaha Kafe Ramen Sojoy agar kembali meningkat pendapatannya.
3. Eksistensi adalah keberadaan.⁴
4. Kafe adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran.⁵
5. Analisis SWOT diartikan sebagai: “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).”⁶

² Komaruddin “*Ensilopedia Manajemen*” Edisi ke 5, (Jakarta: Bumi Aksara) tahun 2001, Hal 53.

³Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <http://kbbi.web.id/mempertahankan>. Diakses tanggal 22 November 2022

⁴ Sjafirah, Nuryah & Prasanti, Ditha. “*Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara*.” (Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Tahun 2016) Hal 3.

⁵ A.W Marsum. “*Restoran dan Segala Permasalahannya*”. Edisi Empat. (Yogyakarta: Andi, tahun 2005) Hal 34

⁶Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2013, hal.19

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kekuatan yang dimiliki oleh Kafe Ramen Sojoy di kota Padangsidempuan?
2. Bagaimanakah kelemahan yang dimiliki oleh Kafe Ramen Sojoy di kota Padangsidempuan?
3. Bagaimanakah ancaman yang dimiliki oleh Kafe Ramen Sojoy di kota Padangsidempuan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki oleh Kafe Ramen Sojoy di kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui kelemahan yang dimiliki oleh Kafe Ramen Sojoy di kota Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui ancaman yang dimiliki oleh Kafe Ramen Sojoy di kota Padangsidempuan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana pengembangan teori pengetahuan yang selama ini dipelajari dibangku kuliah untuk diterapkan dan dikembangkan

dalam dunia nyata, serta menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai masalah yang diteliti.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan untuk memperkaya bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu khususnya Ekonomi Syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam penciptaan ide-ide penelitian baru.

4. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah wawasan mahasiswa mengenai pengetahuan tentang strategi dalam meningkatkan kualitas makanan dan pelayanan pada usaha kafe.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi secara bahasa dapat dipahami sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sarana khusus.¹ Sedangkan menurut istilah, dijelaskan oleh beberapa tokoh sebagai berikut.

Menurut Philip Kotler strategi adalah wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan.² Sedangkan menurut Basu Swasta strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi atau memenuhi misinya.³ David berpendapat strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktifitas-aktifitas untuk menanggapi lingkungan dan membantu mencapai sasaran atau tujuan organisasi. Adapun strategi dalam suatu organisasi merupakan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan, mengatasi segala kesulitan dan memanfaatkan sumber-sumber dan kemampuan yang dimilikinya.⁴

Perencanaan atau strategi yang efektif sangat diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, perlu dipikirkan hal-hal

¹ WJS.Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2013). Hal.965

² Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1994). Hal. 7

³ Basu swasta, *manajemen pemasaran modern*, (Yogyakarta: liberty, 1999). Hal. 5

⁴ Richard.L.Dafit, *Managemen*, (Jakarta:Erlangga,2002), Hal.34.

apa saja yang dapat dilakukan dengan baik agar dapat mencapai target yang diinginkan. Strategi menjadi aspek penting dalam penjualan atau bisnis. Analisis situasi strategis meliputi meraih pasar melalui perencanaan strategis yang berorientasi pasar, mengumpulkan informasi serta mengukur permintaan, mencari peluang dan menganalisis pasar, kemudian menghadapi pesaing dan memilih pasar sasaran.

Perencanaan strategi pemasaran meliputi penentuan posisi dan definisi pasar, strategi hubungan pemasaran dan perencanaan produk baru. Pengembangan program pemasaran meliputi penentuan strategi produk, strategi dalam penetapan harga, strategi dalam distribusi dan strategi dalam promosi.

Ekonomi Islam juga memperbolehkan penggunaan berbagai strategi untuk memasarkan atau menjual suatu produk, dengan syarat strategi yang digunakan tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, serta tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan menzalimi pihak lain. Maka, tipu daya dalam strategi pemasaran itu ilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan an kezaliman. Sementara ketiga hal ini dilarang oleh Allah SWT, karena itu dalam strategi pemasaran haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya. dan pengelolaan strategi mencakup merancang organisasi pemasaraan yang efektif, implementasi dan pengendalian strategi.⁵

⁵Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life And General*,(Jakarta: Gema Insane, 2004). Hal. 440

Pengalaman Rasulullah sendiri dalam perjalanan dakwahnya mengimplementasikan strategi bisnis dengan prinsip yang universal serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Hal ini menjadi keharusan bagi para pebisnis muslim untuk menerapkan prinsip yang dicontohkan Rasulullah SAW, jika ingin memperoleh keuntungan dan keberkahan secara bersamaan. Namun tetap memerlukan kedisiplinan yang serius dan rasa percaya diri untuk terus menerapkannya karena pasti akan banyak godaan dan tantangan.⁶

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditujukan untuk mencapai tujuan. Strategi menjadi salah satu cara yang cukup penting dan sering dilakukan oleh seorang pimpinan. Dengan memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki seorang pemimpin guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan yang dalam hal ini dilakukan dengan cara islamiah.

b. Pengertian Strategi Pemasaran

Tull dan Kahle mendefenisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar,

⁶Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Produk*, (Jakarta: Gema Insane Press, 2003), Hal. 57

identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.⁷

Menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran menjelaskan bahwa Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dahulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk dipasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.⁸

Simpulan yang dapat diambil dari defenisi di atas bahwa strategi pemasaran adalah suatu pola fundamental, di mana terdapat perencanaan pemasaran, pengarahan sumber daya, serta interaksi dengan pasar, pesaing, konsumen dan sebagainya. Dalam pemasaran, strategi yang ditempuh ada tiga tahap, diantaranya:

1) Memilih konsumen yang dituju

Usaha-usaha pemasaran akan lebih berhasil jika dapat memilih konsumen yang akan menjadi sasaran dari produk yang dipasarkan. Konsumen tersebut harus mendapat kepuasan dan kepercayaan yang lebih baik sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian ulang.

⁷ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta:Andi,2008), Hal.6

⁸ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta:Erlangga,1996),Hal.11

2) Mengidentifikasi keinginan konsumen

Dalam mengidentifikasi keinginan-keinginan konsumen diperlukan suatu pengetahuan tentang perilaku konsumen dan perlu diadakan suatu riset tentang pasar yaitu tentang apa yang mendasari konsumen dalam membeli suatu produk tertentu. Setelah mengetahui keinginan konsumen tersebut maka perusahaan perlu menyusun rencana tentang kebijakan pemasaran.

3) Menentukan *Marketing Mix* (bauran pemasaran)

Merupakan kombinasi inti sistem perusahaan, yakni produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi. Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dan lingkungannya dalam rangka mencapai pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.

c. **Strategi Pemasaran dalam Islam**

Seorang pemimpin dan tenaga pemasar harus menekankan pentingnya peranan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan. Selain merincikan strategi dalam setiap rencananya, mereka mengadakan penalaran yang lebih dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan,

suatu perusahaan harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi perusahaan di pasar. Tujuan perusahaan untuk hidup dan berkembang hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Melalui usaha mencari dan membina lapangan serta usaha menguasai pasar perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

Tujuan tersebut dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.⁹

Pentingnya pasar dalam islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.¹⁰ Dengan demikian pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Konsep islam memahami bahwa pasar dapat

⁹ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) Hal. 167-168

¹⁰ Mujahidin Akhmad, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara Dan Pasar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Hal.142

berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif.¹¹

Pasar syariah adalah pasar yang emosional (*emotional market*) dimana prang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan financial semata, tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah ia mengandung nilai-nilai ibadah, sebagaimana firman Allah dalam surat Al-An'am ayat 162:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Katakanlah Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”¹²

Dalam pemasaran Islam, bisnis yang disertai keiklasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah, maka bentuk transaksinya insyaAllah menjadi nilai ibadah di hadapan Allah SWT.¹³ Implementasi atau penerapan dari pemasaran syariah yang dilakukan nabi Muhammad mampu berhasil dalam melakukan bisnisnya yaitu:

- 1) *Shiddiq* (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam memberikan informasi terhadap produknya.

¹¹Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014) Hal.160

¹² Kemenag, Alquran Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia (Bandung: Sigma Eksa Media, 2009). Q.S 2 :162.

¹³ Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006) Hal. Xxviii

- 2) *Amanah* (dapat dipercaya) saat menajdi pedagang nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik berupa hasil penjualan maupun sisa barang.
- 3) *Fathanah* (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggungjawab bisnisnya dengan sangat baik.
- 4) *Tabligh* (komunikatif) jika seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.¹⁴

2. Mempertahankan Eksistensi Usaha

Mempertahankan eksistensi usaha dapat dipahami sebagai cara pemilik usaha untuk menggunakan ide dalam meningkatkan usahanya agar tetap memiliki daya tarik tersendiri untuk para konsumen.

Eksistensi bukan hanya berarti “ada” atau “berada” seperti “ada” atau “beradanya” barang lain, akan tetapi eksistensi sebagai pengertian khusus hanya untuk manusia, yakni berada secara khusus manusia. Manusia yang dalam keberadaannya itu sadar akan dirinya sedang berada, berada di dunia dan menghadapi dunia, sebagai subjek yang menghadapi objek, bersatu dengan realitas sekitarnya.¹⁵ Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi adalah keberadaan, kehadiran, yang mengandung unsur bertaha. Sedangkan dalam kamus filsafat Lorens, eksistensi berasal dari bahasa latin

¹⁴ Jonwari dkk. “Implementasi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Butik Shophie Fashion Sukorejo Situbondo.” Jurnal Al-Idarah (Volume 1, No, 1 Februari 2020) Hal.133

¹⁵ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2015), Cet, Ke-4, Hal. 103.

Existensi disusun dari ex yang artinya keuar dan sistere yang artinya tampil atau muncul.¹⁶ Terdapat beberapa pengertian tentang eksistensi yang dijelaskan menjadi empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.

Philip dan Duncan mengemukakan dalam manajemen cara mempertahankan sebuah perusahaan dapat dilakukan melalui pemasaran. Pemasaran merupakan sesuatu yang terdiri dari segala langkah yang digunakan untuk menempatkan barang yang dijual ketangan pembeli atau konsumen. Dari pengertian yang dikatakan oleh Philip dan Duncan ini bahwa mempertahankan sebuah eksistensi dapat dilakukan dengan segala langkah. Sama halnya seperti mempertahankan eksistensi sebuah media cetak di era globalisasi.¹⁷

3. Analisis SWOT

SWOT adalah kepanjangan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, *Threats*. Analisis SWOT adalah suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek. Hal ini penting dilakukan pada perusahaan untuk menentukan penyusunan strategi, penjualan produk, maupun ide bisnis baru. Hal ini dijelaskan oleh Freddy Rangkuti, bahwa analisis SWOT diartikan sebagai:

¹⁶ Sary Eva Yanti, “*Eksistensi Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang pada Era Media Online*”, *Skripsi Jurusan Jurnalistik*, (Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang, 2015), Hal. 40. t.d

¹⁷ Sary Eva, *Op. Cit.*, Hal. 43.

“analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”.¹⁸ Dapat disimpulkan bahwa bahwa analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength*, *opportunities*, *weaknesses*, *threats*. Adapun penjelasan lebih jelas diuraikan sebagai berikut.

a. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan (*strength*) merupakan suatu keunggulan dalam sumber daya, ketrampilan dan kemampuan lainnya yang relative terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau lembaga.¹⁹ Misalnya dalam hal teknologi yang dimiliki, letak kantor cabang yang berada di setiap kabupaten, mitra kerjasama nasional. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lain. Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan

¹⁸Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2013, Hal.19

¹⁹ Muyassarrah, Analisis Swot pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara, Serambi : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam, Vol. 1 No. 3 2019, eISSN 2685-9904, h. 71, E-mail : muyassarrah@walisongo.ac.id diakses pada tanggal 09 Desember jam 20.00.

bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

b. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi.²⁰ Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

²⁰ Sondang P.Siagian, *Manajemen Strategi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2015, h. 173.

c. Peluang (*opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:

- 1) Kecenderungan penting yang terjadi di kalangan pengguna produk.
- 2) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- 3) Perubahan dalam kondisi persaingan.
- 4) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan
- 5) berusaha.
- 6) Hubungan dengan para pembeli yang akrab.
- 7) Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

d. Ancaman (*threat*)

Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya

kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan factor-faktor lingkungan yang dihadapi perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam merupakan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sebagai peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

4. Matriks SWOT

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT. Perencanaan usaha yang baik dengan metode SWOT dirangkum dalam matrik SWOT yang dikembangkan oleh Kesrns sebagai berikut :

Tabel 2.1
Matrik SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal		STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan Peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal		STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

IFAS (*internal strategic factory analysis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam rangka *strength and weakness*. Sedangkan EFAS (*eksternal strategic factory analysis summary*) dengan kata lain faktor-faktor strategis eksternal suatu perusahaan disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam kerangka *opportunities and threats*.²¹ Dapat disimpulkan bahwasannya yang termasuk IFAS adalah *strength* (S) dan *weakness* (W), sedangkan EFAS adalah *opportunities* (O) dan *threats* (T).

a. Strategi SO

Strategi SO (*SO strategies*) memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya berkeinginan perusahaan mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan

²¹Frendy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2016, Hal. 19.

dari berbagai trend dan kejadian eksternal. Secara umum, organisasi akan menjalankan strategi WO, ST atau WT untuk mencapai situasi dimana mereka dapat melaksanakan strategi SO. Strategi SO ini menggabungkan antara kekuatan dan peluang yang ada di perusahaan tersebut yang nantinya akan memunculkan suatu strategi yang dapat mempertahankan perusahaan tersebut.

b. Strategi WO

Strategi WO (WO Strategies) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang peluang-peluang besar muncul, tetapi perusahaan memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang tersebut. Strategi WO ini menggabungkan antara kelemahan dan peluang yang nantinya akan memunculkan suatu ide yang mana perusahaan menonjolkan peluang yang ada untuk mengurangi kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

c. Strategi ST

Strategi ST (ST Strategies) menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak hambatan eksternal. Hal Hal ini bukan berarti bahwa perusahaan yang kuat harus selalu menghadapi hambatan secara langsung di dalam lingkungan eksternal. Strategi ini menggabungkan antara kekuatan dan hambatan yang nantinya pegawai perusahaan memunculkan suatu ide di mana pegawai perusahaan dapat menggunakannya untuk menghadapi suatu hambatan.

d. Strategi WT

Strategi WT (WT Strategies) merupakan teknik *defensive* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari hambatan eksternal. Sebuah perusahaan yang menghadapi berbagai macam hambatan eksternal dan kelemahan internal benar-benar dalam posisi membahayakan. Dalam kenyataannya, perubahan semacam itu mungkin harus berjuang untuk bertahan hidup, melakukan penciutan, menyatakan diri bangkrut, memilih likuidasi. Kelemahan atau hambatan yang dinyatakan pada faktor internal dan faktor eksternal yang memiliki tingkat kesiapan yang kurang memadai, disebut persoalan.

Oleh karena itu, agar sasaran dapat tercapai (target market), perlu dilakukan tindakan-tindakan untuk mengubah fungsi yang tidak siap menjadi siap. Tindakan yang dimaksud disebut langkah-langkah pemecah persoalan, yang pada hakikatnya merupakan tindakan mengatasi kelemahan atau hambatan menjadi kekuatan atau peluang.

Matriks SWOT ini terdiri dari sel-sel daftar kekuatan, kelemahan, peluang, dan hambatan dalam “Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidempuan,” dengan metode matriks SWOT dapat memberikan formulasi strategi pada perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilakukan strategi SO (menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang), strategi WO (memperbaiki kelemahan dan mengambil manfaat dari peluang), strategi ST (menggunakan kekuatan dan menghindari hambatan), strategi WT (mengatasi kelemahan dan menghindari hambatan).

5. Analisis SWOT dalam Perspektif Islam

Analisis SWOT dalam kehidupan, terdapat dalam QS. Al- Hasyr ayat 18 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَّاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ

اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al- Hasyr Ayat 18).²²

Bila kita perhatikan, ini adalah pertanyaan dari Allah yang mengharuskan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen.

Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat Islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini. Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berfikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistik yang sangat mengganggu kesenangan dunia.

²² Ibid, Alquran dan Terjemahannya, Q.S 59:18

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan perbandingan untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu diantaranya:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Insan Rahmita Sobirin (Skripsi, 2022)	Strategi Mempertahankan Eksistensi Rumah Makan Sederhana Bu Tanto Di Kota Semarang	Rumah makan sederhana Bu Tanto perlu menerapkan strategi 7P yaitu product (produk), <i>price</i> (harga), <i>place</i> (tempat atau saluran distribusi), <i>promotion</i> (promosi), <i>physical evidence</i> (fasilitas fisik), <i>people</i> (orang), dan <i>process</i> (proses). Dari segi produk, menu-menu yang ditawarkan kurang modern, tidak memiliki ciri khas dan rasa masakan kurang konsisten. Dari segi harga sudah cukup terjangkau dan perlu dipertahankan. Dari segi tempat kurang strategis, Dari segi promosi sangat kurang karena rumah makan sederhana Bu Tanto tidak pernah melakukan kegiatan promosi.
2	Muhamad Rifki Arifian (Skripsi, 2022)	Analisis Strategi Bersaing Bisnis Guna Mempertahankan Eksistensi Usaha Dalam Menghadapi Maraknya Coffee Shop Yang Ada Di Kota Malang	Hasil penelitian menunjukkan Strategi progresif yang mana organisasi masih dalam keadaan bagus dan prima sehingga masih memungkinkan untuk melakukan pengembangan dan meraih kemajuan di masa yang akan datang. Aromatic Coffee and Roastery adalah strategi S-O, yaitu penggunaan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal perusahaan.
3.	M Yusuf dkk (Jurnal, 2022)	Analisis Strategi Bisnis Marley's Cafe Coffee and Resto Bandar Lampung	Situasi yang sangat menguntungkan. Pada kuadran ini, Usaha kuliner Marley's Cafe Coffee And Resto memiliki

			peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (Growth Oriented Strength).
4.	Risal HS (Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021)	Strategi Pengembangan UMKM Melalui Analisis SWOT di Tinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Pengembangan Usaha Warung Makan Mbak Daeng Pengayoman Makassar)	Growth oriented strategy. Hal ini di karenakan, pada diagram cartesius analisis SWOT di tunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama di mana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. mbak daeng pengayoman memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman.
5	Roidah Lina (Jurnal <i>Economic, Accounting, Management and Business</i> , 2018)	Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing	Temuan ini menjelaskan bahwa suatu produk dengan kualitas yang baik dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli, kemudian konsumen mendapatkan apa yang diharapkannya, dengan demikian maka konsumen puas terhadap produk tersebut. Secara teoritis temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk punya pengaruh terhadap perilaku pembelian berulang.
6	Risda Pratiwi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)	Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut Cv. Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)	Strategi dalam mengembangkan usaha rengginang pulut CV. Uul Jaya Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah, meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang pas. Kemudian berdasarkan analisis SWOT yaitu dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor

			<p>internal yang mempengaruhi strategi usaha rengginang pulut CV. Uul Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat adalah kekuatan (harga yang murah, bahan baku yang berkualitas, sarana dan prasarana yang memadai) dan kelemahan (strategi promosi yang sederhana, tidak pernah mengikuti pameran, dan strategi pemasaran yang tidak jelas). Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi usaha rengginang pulut adalah peluang (meningkatkan ekonomi keluarga, permintaan pasar dan meningkatnya jumlah pemborong) dan ancaman (menurunnya daya beli masyarakat, faktor cuaca dan mahalanya harga bahan baku)</p>
7	<p>Ramon Hidayat, (Tesis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, 2021)</p>	<p>Analisis Strategi Pemasaran <i>Coffee Shop</i> Kelokopi dengan SWOT Analysis dan Boston Consulting Group (BCG)</p>	<p>Analisis Matriks SWOT mempunyai hasil yaitu pada kondisi internal terdapat hasil yaitu faktor kekuatan (Strengths) mempunyai nilai skor sebesar 2,55 sedangkan faktor kelemahan (Weaknesses) mempunyai nilai skor sebesar 0,816667. Artinya Kedai Kopi Kelokopi Batusangkar mempunyai faktor kekuatan yang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahannya. Pada kondisi eksternal terdapat hasil yaitu faktor Peluang mempunyai skor sebesar 2,111111 sedangkan faktor Ancaman memiliki skor sebesar 0,527778. Artinya Warung Kopi Kelokopi Batusangkar mempunyai peluang yang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancamannya. Strategi intensif meliputi penetrasi pasar dengan memperluas pangsa pasar melalui upaya pemasaran/promosi, pengembangan pasar dengan memperluas pangsa pasar</p>

			geografis ke wilayah baru dan pengembangan produk dengan memodifikasi produk, hal ini umumnya dilakukan pada saat produk berada pada posisi jenuh. Selain itu pada sel V diperoleh strategi integratif yakni integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal.
8	Suardi, Wa Ode Sitti Hafsah & Ashmarita, (Jurnal Sosial dan Budaya, 2019)	Strategi Pengusaha Warung Kopi dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kota Kendari	Strategi yang digunakan para pengusaha warung kopi dalam menjaga eksistensi usahanya seperti: memberikan fasilitas tempat serta pelayanan yang baik yang meliputi desain interior ruangan, kursi-kursi yang nyaman serta fasilitas tv layar datar/ LCD yang besar. Selain itu penentuan lokasi untuk melakukan usaha warung kopi sangat penting. Selain itu, harga menu yang terjangkau juga menjadi salah satu faktor ramainya pengunjung untuk berkunjung ke sebuah warung kopi, banyaknya warung kopi dengan fasilitas yang cenderung sama membuat pengusaha harus lebih jeli dalam menentukan harga menu yang disajikan agar usahanya tetap mampu bersaing.

Berdasarkan tabel di atas, persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan Insan Rahmita yakni sama dalam penggunaan analisis SWOT dalam mendapatkan strategi. Perbedaannya terdapat dalam penentuan tempat penelitian yang ditelusuri.
2. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Rifki Arifian yaitu sama-sama menggunakan analisis SWOT dalam memperoleh strategi. Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian yang ditelusuri.

3. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan M Yusuf dkk yaitu sama dalam penggunaan analisis SWOT dalam memperoleh strategi. Perbedaannya terdapat dalam penentuan tempat penelitian yang ditelusuri.
4. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan Risal HS yaitu sama-sama menggunakan analisis SWOT dalam memperoleh strategi. Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian yang ditelusuri.
5. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan Roidah Lina yaitu sama-sama menggunakan suatu strategi dalam meningkatkan kualitas produk penjualannya. Perbedaannya terdapat pada jenis penelitian yang digunakan, penelitian Roidah menggunakan penelitian korelasi untuk mengetahui kualitas produk apakah berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui bagaimana strategi dalam perbaikan kualitas makanan dan pelayanan Kafe.
6. Persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan Risda Pratiwi yaitu sama-sama menggunakan analisis SWOT dalam memperoleh strategi. Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian yang ditelusuri.
7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Ramon Hidayat yaitu sama-sama menggunakan teknik analisis SWOT dalam menganalisis strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan daya saing dalam penjualan. Perbedaannya penelitian ini berfokus kepada kualitas makanan dan pelayanan Kafe, sedangkan penelitian Ramon Hiayat bertujuan mendapatkan hasil

rekomendasi strategi yang tepat dengan menggunakan dua metode yaitu metode SWOT dan BCG.

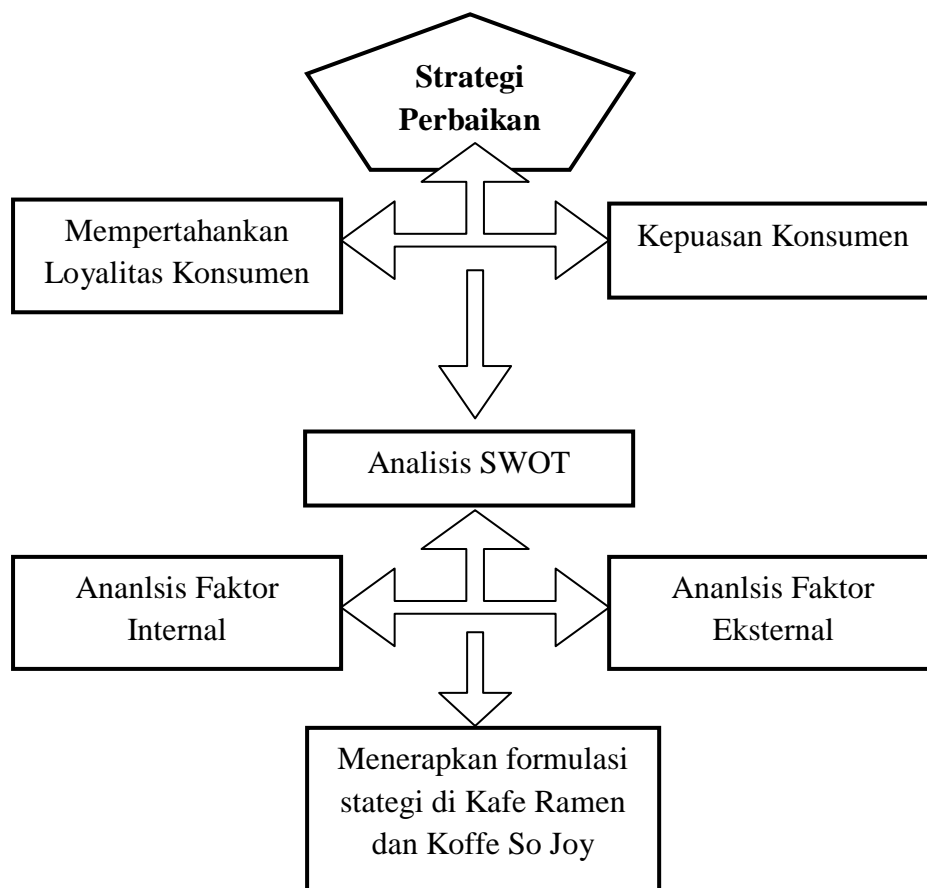
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Suardi, Wa Ode Sitti Hafisah & Ashmarita yaitu sama-sama memperoleh strategi dalam mempertahankan eksistensi usaha Warung Kopi. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian yang digunakan, peneliti tersebut mengumpulkan data secara langsung dilokasi dengan cara pengamatan (*observation*) dan wawancara (*interview*). Sedangkan peneliti menggunakan analisis SWOT.

C. Kerangka Pikir

Proses awal dalam perencanaan strategi dilalui dengan cara menganalisis situasi. Dalam analisis situasi, para manajer dituntut untuk dapat menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. Analisis situasi ini dilakukan guna untuk menemukan strategi perbaikan yang tepat dalam mempertahankan konsumen dan kepuasan konsumen. Mempertahankan konsumen adalah berbagai tindakan yang dilakukan suatu usaha (dalam hal ini Kafe Ramen Sojoy) untuk mempertahankan customer supaya tetap menggunakan produk atau layanan mereka. Tentunya hal tersebut sangat diperlukan untuk suatu usaha Kafe Ramen Sojoy, dengan mempertahankan konsumen maka akan muncul loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang kafe,

menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan konsumen adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan suatu usaha. Begitupun sebaliknya dengan kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap suatu produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa tersebut. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetensi usaha dalam merebut pasaran atau langganan. Adapun jalannya kerangka pikir sesuai penjelasan di atas dapat dilihat pada bagan sebagai berikut.

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kafe Ramen dan *Coffe Sojoy* yang berlokasi di jalan Sisingamangaraja, Sitamiang, no 144, kota Padangsidimpuan. Waktu penelitian ini dilakukan mulai Agustus 2022 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono dalam Gunawan “Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena social dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian, penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrument kunci”.¹ Selanjutnya, Denzim & Lincoln dalam Gunawan menjelaskan “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial, dan bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari suatu realitas. Peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekitar, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar alamiah”.²

¹ Gunawan, I. “*Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik (Cetakan Kedua)*.” (Jakarta : Bumi Aksara, 2014) Hal 83

²Ibid, Hal 85

C. Penentuan Informan Penelitian

1. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Suyanto mengemukakan, informan penelitian meliputi beberapa macam, yaitu: (1) Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, (2) Informan Utama, merupakan mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti, (3) Informan Tambahan, merupakan mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti.³

Sampel dalam penelitian kualitatif tidak disebut responden melainkan narasumber, partisipan, atau informan. Moleong mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁴ Sejalan dengan pengertian tersebut, Arikunto mendeskripsikan subjek penelitian memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Subjek penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting

³ Suyanto, Bagong. “*Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan.*” (Jakarta: Prenada, 2005) hal 172

⁴Moleong, L “*Metode Penelitian Kualitatif.*” (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010) Hal 132

kedudukannya dalam penelitian.⁵ Berdasarkan penjelasan tersebut, sampel atau informan yang dipilih dalam penelitian ini yaitu:

- a. Informan Kunci: Pemilik Kafe Ramen dan *Coffe Sojoy* Padangsidimpuan
- b. Informan Utama: Manager dan Pegawai Kafe Ramen dan *Coffe Sojoy* Padangsidimpuan
- c. Informan Tambahan: Konsumen Kafe Ramen dan *Coffe Sojoy* Padangsidimpuan

2. Teknik Penentuan Informan Penelitian

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini didasarkan pada asas subjek yang menguasai permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi lengkap dan akurat.

Peneliti memilih informan penelitian (subjek) dengan teknik *purposive* dan *snowball*. Alasan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. *Purposive sampling* ini digunakan untuk memilih informan kunci yaitu pemilik Kafe Ramen dan *Coffe Sojoy* Padangsidimpuan yang mengetahui jalannya kegiatan bisnis. Sementara alasan menggunakan *snowball sampling* adalah karena penulis membutuhkan petunjuk/arahan dari informan kunci untuk menunjukkan informan-informan berikutnya yang sesuai kriteria wawancara yang ada di Kafe Ramen dan *Coffe Sojoy* Padangsidimpuan, orang yang ditetapkan sebagai informan pada penelitian ini adalah orang yang telah mewakili dan disesuaikan dengan peranannya dalam memahami jalannya

⁵ Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik" (Jakarta: Rineka Cipta, 2016) Hal 26.

kegiatan selama penjualan Cafe berlangsung. *Convenience sampling* yaitu dilakukan kepada orang yang kebetulan sedang berada di Kafe Ramen dan Coffe Sojoy Padangsidempuan.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Purhantara menjelaskan data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.⁶ Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang dapat diambil dari sumber lain atau instansi lain yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang dilakukan adalah:

- a. Studi Kepustakaan, yaitu pengumpulan data melalui buku-buku, literature terkait yang relevan dengan masalah yang diteliti.
- b. Dokumentasi adalah pengumpulan data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cinderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data sejenis ini mempunyai sifat utama tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam.
- c. Data Online adalah data yang diperoleh dengan akses internet untuk mencari sumber data yang berhubungan dengan penelitian yang dilaksanakan

⁶ Purhantara, W. "*Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*". (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) Hal 79

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek.⁷ Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Jenis observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi non-partisipan. Dalam melakukan observasi, peneliti memilih hal-hal yang diamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.⁸ Peneliti menggunakan metode wawancara tersruktur. wawancara tersruktur adalah pertanyaan-pertanyaan mengarahkan jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan.

⁷Sugiyono "Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)." (Bandung: Alfabeta, tahun 2015) hal 199.

⁸ Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm.105.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.⁹

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah mengumpulkan, menginterpretasikan data-data yang telah didapatkan dari lokasi penelitian dan diolah untuk mendapatkan informasi dan fakta. Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan dengan pendekatan Kualitatif. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan deskripsi tentang bisnis pada Kafe Ramen dan Coffe Sojoy Padangsidempuan.

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah teknik menganalisis dengan menyajikan fakta agar mendapatkan informasi mengenai gambaran suatu situasi ataupun kondisi di Kafe Ramen dan Coffe Sojoy Padangsidempuan.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*, dan ancaman (*Threats*) strategi dan faktor internal strategi.

⁹ Sugiyono, *ibid.*, 329.

Tabel 3.1
Matriks SWOT

IFE EFE	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Penjelasan dari Matriks SWOT di atas sebagai berikut:

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*Strength-Threat*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (*Weakness-Threat*) Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Metode Analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisa biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk

menambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Dari pembahasan di atas, analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

G. Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan:

1. *Member check* merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti dengan penyedia data, dengan informan yaitu Manajer Ramen Cafe dan Coffee Sojoy dan Konsumen Cafe Ramen dan Coffee Sojoy
2. Teknik triangulasi. yaitu menguji kredibilitas sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, metode dan waktu. triangulasi terbagi menjadi tiga, diantaranya yaitu.
 - a. Triangulasi sumber, pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
 - b. Triangulasi teknis, pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data terhadap sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi waktu, waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data.

Pengumpulan data harus disesuaikan dengan kondisi sumber.¹⁰

Penulis menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian ini, artinya peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lainnya. Adapun informasi yang dibandingkan adalah informasi dari Manager Kafe Ramen dan Coffe Sojoy dengan Konsumen Kafe Ramen dan Coffe Sojoy.

¹⁰ Sugiyono “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D” (Bandung: Alfabeta, 2008) Hal 274.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kafe Ramen Sojoy

1. Sejarah Berdirinya Kafe Ramen Sojoy

Sejarah berdirinya kafe ramen so joy bermula pada saat pemilik kafe yang sangat menyukai kuliner dan makanan berbahan mie. Menurut owner kafe, makanan berbahan dasar mie yang sehat dari sekian banyak mie yang telah ia cicipi ialah mie ramen. Kebetulan pula pada saat itu di kota Padangsidempuan belum ada yang menjual mie ramen, sehingga tercetuslah ide untuk membuka bisnis usaha dalam bentuk kafe yang menjual kuliner ramen yang dinamakan dengan Kafe Ramen So Joy karena melihat peluang penjualan yang sangat bagus. Setelah owner menemukan resep mie ramen dengan berbagai varian maka Kafe Ramen Sojoy berhasil dibuka di kota Padangsidempuan pada tanggal 14 Juli tahun 2016 bertepatan dengan seminggu setelah Hari Raya Idul Fitri pada saat itu.

Ciri khas mie ramen yang disajikan sangat segar berbeda dengan mie kemasan yang dijual dengan bumbu penyedap yang disediakan, sedangkan mie ramen menggunakan kaldu ayam asli, sehingga memiliki cita rasa yang khas. Mie ramen yang disediakan juga memiliki banyak varian yang bisa dinikmati oleh anak-anak dan dewasa, untuk varian mie yang bias dipesan oleh anak-anak yang tidak menyukai pedas bisa memesan Origi So Joy Ramen sedangkan untuk yang suka dengan rasa pedas bisa memesan Oniki Ramen.

Penggunaan kata So Joy diambil dari bahasa Inggris yang berarti *so enjoy* dan *so happy*, berdasarkan kata itu, pemilik kafe menginginkan saat pengunjung memakan mie ramen merasakan perasaannya enjoy dan happy. Suasana Kafe dikemas dengan tema anime Jepang karena owner yang sangat menggemari anime Jepang, serta juga melihat ide untuk kafe bernuansa Jepang belum ada di Kota Padangsidempuan.

Kafe Ramen Sojoy adalah kafe yang menyediakan makanan yang berasal dari Negara Jepang yaitu Mie Ramen. Akan tetapi, sajian yang dihidangkan diformulasikan dengan resep yang tidak jauh berbeda dengan mementingkan cita rasa yang nikmat serta halal dikonsumsi oleh konsumen yang beragama Islam. Kafe Ramen Sojoy sangat mengutamakan kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari konsistensi rasa makanan yang disajikan, kebersihan, dan memanjakan para konsumen dengan penampilan *Live Music* yang ditampilkan setiap malam minggu.

Kafe Ramen Sojoy juga menyediakan spot foto yang menarik, dan memberikan kesan kepada pengunjung seolah berada langsung di Negara Jepang dengan hiasan-hiasan bunga sakura yang indah, menampilkan komik khas Jepang dalam bentuk wallpaper dinding, menyediakan hanbok untuk memanjakan pengunjung sehingga dapat menggunakan pakaian khas Jepang dan mengabadikannya sebagai kenang-kenangan. Para pengunjung dapat memilih tempat lesehan atau duduk dibangku. Kafe Ramen Sojoy merupakan satu-satunya usaha kafe yang menyediakan makanan khas Jepang di kota Padangsidempuan. Sejauh ini, belum ada kafe lain yang mampu menyaingi

Kafe Ramen Sojoy untuk menu makanan khas jepang di kota Padangsidempuan. Sajian menu makanan yang ditampilkan akan memanjakan mata para pengunjung dengan tampilan gambar makanan yang disediakan di menu, membuat seolah-olah pengunjung ingin memesan berbagai makanan dan minuman yang disediakan di Kafe Ramen Sojoy, hal ini juga menjadi daya pikat dari kafe untuk para pengunjung yang ingin santai menikmati hidangan yang ada di Kafe Ramen Sojoy.

2. Visi dan Misi Kafe Ramen Sojoy

a. Visi

Menjadikan Kafe Ramen Sojoy sebagai Tempat dan Rasa untuk dikenang bagi para Pelanggan penikmat Mie Ramen dan makanan khas Jepang lainnya dengan konsep yang Halal, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas serta tempat dan atmosfer yang nyaman, sehingga menjadikan Kafe Ramen Sojoy menjadi pilihan utama untuk dikunjungi.

b. Misi

- 1) Kami berkomitmen untuk membentuk tim yang solid yang dapat melayani secara profesional serta mempunyai etika bisnis yang baik.
- 2) Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang segar, sehat, lezat, bervariasi dan higienis dengan harga yang bersaing.
- 3) Menciptakan atmosfer yang natural dan relax dengan fasilitas-fasilitas yang menunjang demi meningkatkan kenyamanan pelanggan.

4) Kami berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci untuk keberhasilan Kafe Ramen Sojoy dalam memperoleh keuntungan, mempertahankan keberadaan dan mencapai pertumbuhan.

3. Lokasi dan Struktur Organisasi Kafe Ramen Sojoy

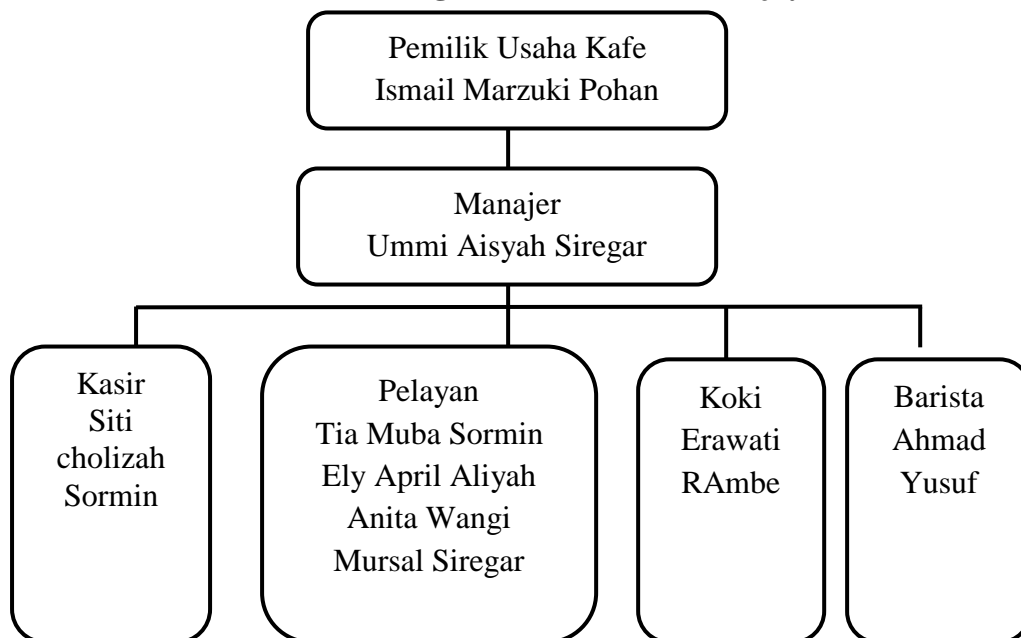
a. Lokasi Kafe Ramen Sojoy

Lokasi Kafe Ramen Sojoy berada di Jl. Sisingamangaraja No. 144, Sitamiang, Kecamatan Padangsidempuan Selatan, Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara 22711. Lokasi ini sangat strategis untuk dikunjungi oleh berbagai kalangan karena berada di jalan lintas, berdekatan dengan Rumah Sakit Metamedika, Rumah Sakit Inanta, dan Kampus ternama yaitu Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan dan Institut Tapanuli Selatan.

b. Struktur Kafe Ramen Sojoy

Struktur organisasi disusun agar pekerjaan dapat diatur dan disampaikan kepada karyawan perusahaan, sehingga dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Deskripsi jabatan, tugas, dan wewenang masing-masing bagian dapat dijabarkan sebagai berikut

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kafe Ramen Sojoy



1) Pemilik Usaha

Pemilik usaha memiliki hak penuh terhadap keberlangsungan usaha untuk mencapai target usaha. Adapun tugas pemilik usaha diantaranya:

- a) Mengkomunikasikan dengan jelas setiap aspirasi, harapan dan tujuan
- b) Mengecek dan memantau setiap laporan yang masuk secara rutin
- c) Memantau perkembangan pasar
- d) Memastikan bahwa setiap karyawan mendapatkan haknya
- e) Mengelola dan memantau keuangan
- f) Memantau reputasi bisnis *Coffeshop* di mata masyarakat

2) Manajer Pelaksana

Manajer pelaksana bertugas untuk mengatur kegiatan usaha dan juga memberikan pikiran atau saran kepada pemilik. Selain itu, manajer

mengurus administrasi, event, promosi dan mengawasi jalannya usaha setiap harinya.

3) Kasir

Kasir bertugas melakukan transaksi penjualan, menjaga kebersihan area kasir, kemudian bertanggung jawab dalam perolehan pendapatan dengan produk yang terjual.

4) Pelayan

Tugas dan tanggung jawab Pelayan di Kafe Ramen Sojoy yaitu :

- a) Bertugas memenuhi pelayanan yang diminta oleh konsumen.
- b) Menjaga kebersihan serta kerapian Kafe untuk memperileh kepuasan konsumen.
- c) Memberikan buku atau tabel menu kepada konsumen.
- d) Mengangkat pring-piring kotor dan gelas-gelas kotor
- e) Dapat mengatasi segala keluhan konsumen.
- f) Pelayan dapat memperhatikan setiap penampilannya.

5) Koki

Koki bertugas untuk menyiapkan makanan dan mencuci gelas dan piring kotor yang telah di order oleh konsumen.

6) Barista

Barista bertugas membuat dan menyajikan minuman berbasis espresso yakni jenis minuman kopi yang diekstraksi memakai mesin khusus (mesin espresso).

7) Daftar Menu di Kafe Ramen Sojoy

Daftar menu makanan dengan deskripsi setiap makanan khas ramen di kafe Ramen So joy dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut.

Tabel 4.1
Daftar Menu di Kafe Ramen Sojoy

No	Daftar Menu Makanan	Harga (Rp)
1.	Origi So Joy Ramen Deskripsi: Varian ramen original dengan rasa yang tidak pedas, memiliki topping sosis, jagung, sosis, ayam suwir dan telur.	24.000
2.	Oniko Ramen Deskripsi: Satu-satunya mie ramen yang memiliki topping cabe hijau dengan potongan ayam dan telur mata sapi yang bercita rasa pedas berasal dari cabe hijau.	28.000
3.	Chiken Katsu Ramen Deskripsi: Ramen dengan topping ayam fillet dibalut tepung merupakan menu best seller di Kafe Ramen Sojoy karena pelanggan dapat meminta isian kuah dengan rasa pedas atau tidak.	28.000
4.	Spicy Ramen Deskripsi: Hampir sama dengan Origi So Joy, Perbedaannya Spicy ramen memiliki rasa yang sangat pedas.	24.000
5.	Bulgogi Ramen Deskripsi: Satu-satunya ramen yang memiliki topping daging sapi, jamur, telur dan toping lainnya seperti di Origi Ramen.	30.000
6.	Instan Panci Ramen Deskripsi: Satu-satunya mie ramen yang menggunakan mie instan namun tetap menggunakan kuah, bumbu dan toping dari mie ramen, pelanggan dapat meminta isian kuah dengan rasa pedas atau tidak.	20.000
7.	Bakso Ramen Deskripsi: Memiliki toping jagung, sawi, wijen, rumput laut, dan telur puyuh.	25.000
8.	Seafood Ramen Deskripsi:	28.000

	Ramen yang menggunakan topping seafood (udang dan telur puyuh)	
9.	Curry Ramen Deskripsi: Ramen yang bercita rasa kari ayam.	28.000
10.	Nasi Ayam Bakar	23.000
11.	Nasi Ayam Penyet	23.000
12.	Jajang Meyaon Pasta	25.000
13.	Yakimeshi (Nasi Goreng)	17.000
14.	Chicken Katsu Curry	28.000
15.	Senbei (Nasi Mercon)	17.000
16.	Yakimeshi Curry	20.000
17.	Ebi Katsu Curry	30.000
18.	Chicken Katsu Saos Steak	28.000
19.	Okonomiyaki	17.000
20.	Spring Roll	10.000
21.	Nugget	15.000
22.	Sushi Roll	20.000
23.	Bakso	12.000
24.	Kentang Goreng	15.000
25.	Takoyaki	17.000
26.	Jamur Crispi	15.000
27.	Nasi Putih	.5000
No	Daftar Menu Dimsum	Harga (Rp)
1.	Dimsum Ayam	20.000
2.	Dimsum Rumput Laut	20.000
3.	Dimsum Kepiting	25.000
4.	Dimsum Udang	25.000
5.	Dimsum Kepiting Jamur	25.000
6.	Dimsum Mix	25.000
No	Daftar Menu Minuman	Harga (Rp)
1.	Lychee Ice Tea	15.000
2.	Matcha Float	18.000
3.	Miereo Ice Cream	20.000
4.	Ice Kepal Nutrisari	15.000
5.	Sun So Joy	15.000
6.	Es So Joy Jelly	15.000
7.	Es So joy	15.000
8.	Es Manggo	17.000
9.	Es Rainbow	15.000
10.	Saranghae	15.000
11.	Mojito So Joy	15.000
12.	Cokmil Marsmallows	17.000

13.	Es Miiko	17.000
14.	Sup Buah	15.000
15.	Lychee Soda	15.000
16.	Jus	15.000
17.	Es Ginger Beer	15.000
18.	Es Coklat Bubble	15.000
19.	Es Cuppucino Bubble	15.000
20.	Lemon Tea	15.000
21.	Milo Bubble	15.000
22.	Teh Manis	5.000
23.	Air Mineral	5.000
24.	Es Kosong	2000

B. Deskripsi Data Penelitian

Data informan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara yang diberikan kepada pemilik kafe, karyawan kafe serta beberapa para konsumen setia Kafe Ramen Sojoy. Selanjutnya data tersebut diolah menggunakan analisis SWOT dengan tujuan untuk memperoleh peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan Kafe Ramen Sojoy sehingga dapat diambil kesimpulan memilih strategi apa yang digunakan dalam mempertahankan eksistensi Kafe Ramen Sojoy. Informan penelitian yang pertama adalah pemilik kafe bernama Ismail Marzuki Pohan. Informan kedua adalah karyawan kafe yaitu Tia Muba Sormin dan Ely April Aliyah, serta informan dari pelanggan bernama Tati Handayani, Susanti dan Dinda Kusuma.

C. Pengolahan dan Analisis Data

Analisis SWOT diawali dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal yang terdapat pada objek yang diteliti, yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada Kafe Ramen

Sojoy. Hasil analisis ini diperoleh dari wawancara dengan pemilik Kafe Ramen Sojoy dan karyawan.

1. Faktor Internal Kafe Ramen Sojoy

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Lokasi Kafe Ramen Sojoy strategis karena dekat dengan pusat keramaian, rumah sakit dan universitas
- 2) Tempat yang bernuansa modern dengan mengambil tema Jepang yang dilengkapi Hanbok atau pakaian tradisional korea.
- 3) Ketersediaan lapangan parkir yang luas
- 4) Memiliki pelanggan tetap
- 5) Menyediakan berbagai jenis menu dengan khas Jepang yang disajikan secara halal serta dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.
- 6) Ketersediaan fasilitas lengkap (wifi, toilet, mushalla)
- 7) Menyediakan *Live Music* dan dekorasi *Photoobooth*
- 8) Konsisten dengan cita rasa minuman dan makanan yang disajikan dengan konsep makanan yang berasal dari Negara Jepang.
- 9) Sudah terdaftar di platform GrabFood
- 10) Metode pembayaran menggunakan QRIS kode QR.

b. Kelemahan

- 1) Belum tersedianya kartu membership untuk pelanggan tetap.
- 2) Kurang maksimalnya pelayanan seiring dengan bertumbuhnya peminat.
- 3) Tidak ada ruang pertemuan (*meeting room*).

- 4) Belum maksimalnya promosi yang dilakukan, hanya sebatas media sosial Instagram saja.

2. Faktor Eksternal Kafe Ramen Sojoy

a. Peluang

- 1) Dapat mengembangkan usaha dengan menambah produk baru dan membuka cabang kafe baru untuk menguasai pasar.
- 2) Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat mempermudah promosi dan penjualan.
- 3) Memiliki loyalitas dari konsumen yang setia berkunjung (ada hubungan yang baik).
- 4) Tampak kondisi perekonomian masyarakat sekitar lokasi baik.
- 5) Gaya hidup masyarakat sekitar sering kali menghabiskan waktu bersantai atau bekerja di kafe.

b. Ancaman

- 1) Banyaknya produk pengganti minuman kopi.
- 2) Bahan baku mie ramen tidak tersedianya di kota Padangsidimpuan.
- 3) Pesaing menawarkan promo pada pelanggan yang mempunyai kartu membership. Setelah dilakukan analisis internal dan eksternal, diketahui hasil dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Analisis SWOT pada Kafe Ramen Sojoy

Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Tempat bernuansa modern 3. Ketersediaan fasilitas lengkap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan kurang optimal seiring meningkatnya peminat. 2. Tidak adanya ruang pertemuan

<p>4. Memiliki pelanggan tetap</p> <p>5. Menyediakan berbagai menu makanan Khas Jepang yang halal</p> <p>6. Sudah bermitra dengan platform Grabfood</p> <p>7. Metode pembayaran menggunakan QRIS kode QR</p>	<p>rapat</p> <p>3. Promosi belum sepenuhnya dilakukan secara maksimal terbatas pada media social Instagram saja</p>
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <p>1. Dapat mengembangkan usaha dengan menambah produk baru dan membuka cabang kafe baru untuk menguasai pasar.</p> <p>2. Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat mempermudah promosi dan penjualan.</p> <p>3. Memiliki loyalitas dari konsumen yang setia berkunjung (ada hubungan yang baik).</p> <p>4. Tampak kondisi perekonomian masyarakat sekitar lokasi baik.</p> <p>5. Gaya hidup masyarakat sekitar sering kali menghabiskan waktu bersantai atau bekerja di kafe</p>	<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <p>1 Banyaknya produk pengganti minuman kopi.</p> <p>2 Bahan baku mie ramen tidak tersedianya di kota Padangsidimpuan.</p> <p>3 Pesaing menawarkan promo pada pelanggan yang mempunyai kartu membership.</p>

3. Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFAS)

Matriks *IFAS* (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam rangka kerangka *Strength* and *Weakness* yang telah diperoleh pada table di atas. Penentuan Rating bobot didapat dari hasil wawancara kepada Responden. Penilaian skor didapat dari hasil perkalian rata-rata rating dengan rata-rata bobot. Tabel matriks IFAS sebagai berikut.

Tabel 4.3
Matriks IFAS

No	Uraian Faktor Internal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
	a. Kekuatan		BN	RN	BN x RN
1	Lokasi yang strategis	20	0.116	3.333	0.385
2	Tempat bernuansa modern	21	0.121	3.500	0.425

3	Ketersediaan fasilitas lengkap	20	0.116	3.333	0.385
4	Memiliki pelanggan tetap	19	0.110	3.167	0.348
5	Menyediakan berbagai menu makanan Khas Jepang yang halal	19	0.110	3.167	0.348
6	Sudah bermitra dengan platform Grabfood	19	0.110	3.167	0.348
7	Metode pembayaran menggunakan QRIS kode QR	19	0.110	3.167	0.348
	Total	137			2.587
No	b. Kelemahan				
1	Belum tersedianya kartu membership untuk pelanggan tetap	9	0.052	1.500	0.078
2	Kurang maksimal pelayanan seiring bertumbuhnya peminat	10	0.058	1.667	0.096
3	Tidak adanya ruang pertemuan rapat	9	0.052	1.500	0.078
4	Belum maksimalnya promosi yang dilakukan, hanya sebatas media sosial Instagram saja.	10	0.058	1.667	0.096
	Total	38	1		0.349
	Total Keseluruhan	175			2.935
	Selisih				2.238

Contoh perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot untuk faktor internal :

Faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 6 responden yaitu $4+3+4+3+3+3 = 20$, dan untuk perhitungan bobot pada faktor kekuatan No.1 didapat dari total jawaban 6 responden dibagi dengan total pengolahan data kuesioner berjumlah 98, dengan perhitungan $BN = \frac{20}{98} = 0,16$. Perhitungan rating diperoleh dari jumlah total jawaban responden yaitu 20 dibagi dengan 6 yaitu $RN = \frac{20}{6} = 3,33$. Skor akhir diperoleh dari $BN \times RN$ yaitu $0,16 \times 3,33 = 0,53$. Untuk data lengkapnya terdapat pada lampiran.

Berdasarkan data pada tabel di atas, hasil perhitungan matriks IFAS menunjukkan bahwa nilai faktor internal sebesar 2,935 dengan nilai Kekuatan (*Strenght*) sebesar 2,587 dan nilai Kelemahan (*Weakness*) sebesar 0,349. Hal ini menunjukkan bahwa Kafe Ramen Sojoy memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan lingkungan internalnya.

4. Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFAS)

Matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam rangka kerangka *Opportunity and Threat*. Tabel matriks EFAS sebagai berikut.

Tabel 4.4
Matriks EFAS

No	Uraian Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
	a. Peluang		BN	RN	BN x RN
1		20	0.16	3.333	0.533
2	Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat mempermudah promosi dan penjualan.	20	0.16	3.333	0.533
3	Memiliki loyalitas dari konsumen yang setia berkunjung (ada hubungan yang baik).	19	0.152	3.167	0.481
4	Tampak kondisi perekonomian masyarakat sekitar lokasi baik.	19	0.152	3.167	0.481
5	Gaya hidup masyarakat sekitar sering kali menghabiskan waktu bersantai atau bekerja di kafe	20	0.16	3.333	0.533
	Total	98			2.563
No	b. Ancaman				
1	Banyaknya produk pengganti minuman kopi.	8	0.064	1.333	0.085
2	Bahan baku mie ramen tidak tersedianya di kota	9	0.072	1.500	0.108

	Padangsidimpuan.				
3	Pesaing menawarkan promo pada pelanggan yang mempunyai kartu membership.	10	0.08	1.667	0.133
	Total	27	1		0.327
	Total Keseluruhan	125			2.889
	Selisih				2.236

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data pada tabel di atas, hasil perhitungan matriks EFAS menunjukkan bahwa nilai faktor eksternal sebesar 2,889 dengan nilai Peluang (*Opportunities*) sebesar 2,563 dan nilai Ancaman (*Threats*) sebesar 0,327. Hal ini menunjukkan bahwa Kafe Ramen Sojoy memiliki Peluang untuk mengatasi ancaman lingkungan eksternalnya.

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS di atas menunjukkan bahwa : Dari segi internal : *Strength > Weakness*

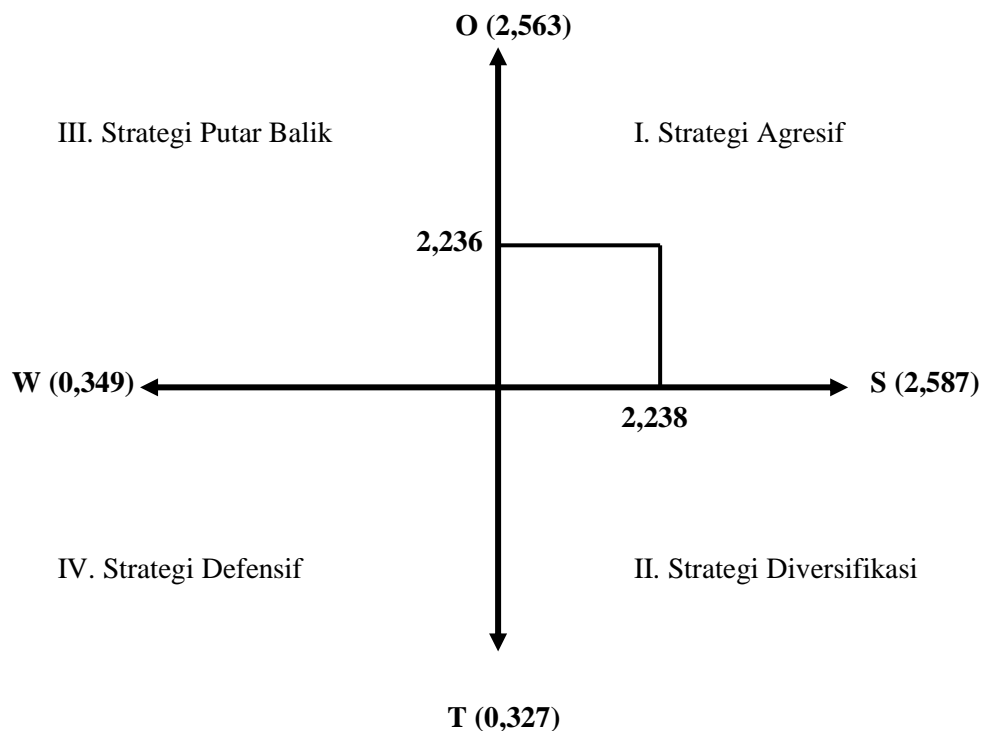
$$2,587 > 0,349 \text{ memiliki selisih } 2,238$$

Dari segi eksternal : *Opportunity > Threat*

$$2,563 > 0,327 \text{ memiliki selisih } 2,236$$

Berdasarkan tabel Matriks penggabungan maka diperoleh nilai $X > 0$ yaitu 2,238 dan Nilai $Y > 0$ yaitu 2,236. Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada Koordinat Cartesius berikut ini :

Gambar 4.2
Diagram Matriks Posisi SWOT



Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa, Kafe Ramen Sojoy ini berada pada kuadran I (Strategi Agresif). Situasi merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Kafe Ramen Sojoy memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang tersedia untuk memaksimalkan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi tersebut terfokus pada strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Beberapa kekuatan yang terdapat pada Kafe Ramen Sojoy ini diantaranya, memiliki lokasi yang strategis, tempat bernuansa modern, ketersediaan fasilitas lengkap, memiliki pelanggan tetap, menyediakan berbagai menu makanan Khas Jepang yang halal, sudah bermitra dengan

platform Grabfood dan metode pembayaran menggunakan QRIS kode QR. Peluang yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy dapat mengembangkan usaha dengan menambah produk baru, dan membuka kafe cabang baru untuk menguasai pasar. Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat memudahkan promosi dan penjualan. Memiliki loyalitas konsumen yang setia berkunjung (ada hubungan baik). Tampak kondisi perekonomian masyarakat sekitar lokasi yang baik. Gaya hidup masyarakat sering menghabiskan waktu bersantai atau bekerja di Kafe.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi untuk SO (Kekuatan dan Peluang)

- a. Letak Kafe berada pada lokasi strategis karena dekat dengan pusat keramaian, rumah sakit dan Universitas serta didukung dengan kondisi perekonomian masyarakat sekitar yang baik.

Faktor pemilihan lokasi merupakan komponen utama yang penting agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, sehingga diperlukan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh seluruh pelanggan setia. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu bisnis. Lokasi bisnis Sojoy Ramen Cafe tepat berada di tengah keramaian yakni di Jl. Sisingamangaraja No. 144, Sitamiang, Kecamatan Padangsidempuan Selatan, Kota Padang Sidempuan, Sumatera Utara. Kafe Ramen Sojoy sangat mempertimbangkan sebaik-baiknya terhadap lokasi kafe sebelum membuka usaha, hal ini bertujuan untuk memastikan pelanggan terlayani dengan baik. Pemilihan lokasi usaha

yang dipilih Kafe Ramen Sojoy yang dekat dengan target pasar dan ketersediaan infrastruktur yang memadai menjadi salah satu strategi yang juga dapat memudahkan konsumen mendapatkan produk yang diinginkan. Kafe Ramen Sojoy memilih tempat yang dekat dengan Universitas dan berada di jalan lintas sehingga menjamin transportasi dan akses jalan yang mudah, membuat konsumen Kafe Ramen Sojoy tidak akan sulit untuk mencapai tempat kuliner ini.

Berbeda halnya dengan lokasi yang strategis, lokasi parkir tentu menjadi alasan besar untuk mendukung peningkatan bisnis Kafe Ramen Sojoy. Kafe ini menyediakan area parkir yang aman sehingga memberikan kenyamanan bagi pelanggan untuk hadir di Kafe Ramen Sojoy.

b. Memiliki fasilitas yang lengkap dan Modern

Fasilitas penunjang merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Kafe Ramen Sojoy menyikapi hal ini dengan baik yaitu dengan menyediakan jaringan internet (WIFI) untuk mengakses Internet, Kafe ini juga menyediakan fasilitas antar jemput *online* yang tersedia di *platform Grabfood*. Hal ini dapat memudahkan pelayanan kepada konsumen.

Fasilitas menjadi faktor penting sebagai landasan ide untuk membuat konsumen merasa puas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang diperlukan dan wajib ada dalam suatu perusahaan. Kafe Ramen Sojoy telah menyediakan fasilitas wajib seperti

WIFI untuk menunjang akses internet konsumen dan diberikan secara gratis tanpa batasan, setelah itu penyediaan toilet yang besar dan memadai, terakhir menunjang kegiatan ibadah yaitu mushalla yang dilengkapi sajadah, mukena dan sarung.

Kafe Ramen Sojoy menyediakan spot foto bernuansa Jepang dengan hiasan bunga sakura yang indah. Beberapa penyediaan fasilitas yang modern dan memadai menunjang keberhasilan Kafe Ramen Sojoy ke depannya.

Pengunjung dapat memanfaatkan metode pembayaran langsung *cash* dan melalui Qris (Kris). QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan kode QR. Dengan Qris, memudahkan pembayaran apabila konsumen tidak menyediakan uang secara *cash*.

c. Konsisten dengan Cita Rasa Hidangan Khas Jepang

Dewasa ini, suatu usaha Kafe dihadapkan dengan semakin ketatnya persaingan kafe-kafe yang menjanjikan minuman yang bukan kopi yang lebih cocok untuk pasar pada umumnya, Kafe Ramen Sojoy sama sekali tidak berpikir untuk mengurangi cita rasa makanan utamanya. Sehingga tercetuslah ide untuk menghadirkan cita rasa khas Negara sakura di kota Padangsidimpuan yang notabene terdiri dari berbagai suku dan agama. Menyajikan makanan yang ramah di lidah warga Indonesia dengan konsep makanan yang berasal dari luar negeri. Mie Ramen menjadi pilihan utama sebagai landasan menu utama yang halal, nikmat juga tentunya ramah di

kantong. Berdasarkan daftar menu, tidak satupun menu makanan yang melebihi harga dari Rp.25.000. Artinya, semua menu makanan yang disediakan mudah dibeli dari berbagai kalangan.

Produk yang berkualitas dan rasa yang konsisten akan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen, menciptakan kepuasan sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk tersebut dan menjadi loyal. Konsumen yang puas akan merekomendasikan merek (Kafe) tersebut kepada saudara dan temannya sehingga terciptalah *word of mouth*. Yang tidak kalah penting dalam membangun Kafe Ramen Sojoy menjadi suatu bisnis usaha yang baik adalah komitmen yang tinggi dari tim atau karyawan perusahaan, baik komitmen terhadap diri sendiri, terhadap perusahaan, dan terhadap produk, karena komitmen terhadap perusahaan akan menimbulkan loyalitas dan integritas kerja, sedangkan komitmen terhadap produk akan menumbuhkan dan membangun kepercayaan calon pembeli sehingga mereka tetap kembali berbelanja di tempat usahanya, yaitu Kafe Ramen Sojoy.

2. Strategi untuk WO (Kelemahan dan Peluang)

- a. Pihak Kafe Ramen Sojoy sangat perlu memberikan pelatihan dan edukasi mengenai ruang lingkup *Coffee Shop*.

Pelatihan dan pengembangan SDM atau Sumber Daya Manusia merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam suatu perusahaan. Tujuan dan manfaat dari pelatihan dan pengembangan SDM ini berguna untuk meningkatkan keahlian/keterampilan karyawan agar kualitas

kinerjanya meningkat sehingga memberikan manfaat bagi kemajuan Kafe. Selain itu, mereka juga kompeten dalam menghadapi situasi tertentu yang bisa terjadi dalam dunia kedai kopi.

b. Melakukan promosi melalui perkembangan teknologi saat ini

Perkembangan internet di dunia termasuk di Kota Padangsidimpuan membuat media sosial banyak digunakan masyarakat untuk strategi promosi, mulai dari mencari teman hingga mempromosikan bisnis. Media sosial adalah sarana paling efektif untuk memasarkan produk atau layanan apa pun. Tersedianya media sosial membuat Kafe Ramen Sojoy harus konsisten melakukan promosi khususnya di media sosial kedepannya.

Berbagai fitur-fitur yang tersedia dalam media sosial saat ini sangat mendukung untuk memasarkan berbagai bisnis. Salah satu contoh media sosial yang sering dilangani oleh pebisnis Instagram, Facebook, WhatsApp Group, Telegram dan Twitter. Kafe Ramen Sojoy harus memperluas ke platform lain untuk promosi.

3. Strategi untuk ST (Kekuatan dan Ancaman)

a. Kafe Ramen Sojoy dapat melakukan pengadaan cabang baru serta pelayanan yang maksimal dalam usahanya.

Pelayanan yang maksimal bisa terwujud dengan menerapkan hal sebagai berikut:

- 1) Memperhatikan etika komunikasi dan interaksi yang ramah terhadap konsumen.

- 2) Ketepatan waktu dalam pelayanan merupakan penunjang agar konsumen puas.
 - 3) Lebih banyak melakukan pembaharuan informasi dengan memanfaatkan teknologi.
 - 4) Memperhatikan penampilan agar baik dipandang oleh konsumen
- b. Melakukan strategi promosi yang tepat guna untuk mengembangkan penjualan

Strategi promosi yang saat ini dipakai oleh Kafe Ramen Sojoy sangatlah terbatas dengan hanya memanfaatkan media Instagram saja. Sebenarnya banyak strategi yang dapat dimanfaatkan seiring dengan perkembangan Teknologi yang semakin canggih serta dilihat dari masyarakat sekitar yang konsumtif .

- c. Memanfaatkan Mahasiswa dan pengunjung dari rumah sakit yang untuk menjadi konsumen tetap.

Para pengunjung yang datang dari mahasiswa dan pegawai di rumah sakit dapat diberikan membership atau kartu anggota sehingga Kafe dapat memiliki pelanggan tetap yang setia.

4. Strategi untuk WT (Kelemahan dan Ancaman)

- a. Meningkatkan promosi produk, meningkatkan produktivitas karyawan untuk menghindari stagnasi.

Suatu perusahaan harus mengalami perkembangan yang berkesinambungan agar tidak mengalami stagnasi, maka untuk mengantisipasi hal tersebut Kafé Sojoy Ramen harus berkembang dengan

melakukan promosi yang baik dengan memanfaatkan alat promosi. Di sisi lain, produktivitas pegawai harus stabil sehingga berdampak pada peningkatan kinerja pegawai yang outputnya bermanfaat bagi perusahaan.

- b. Menambah ruang rapat (*Meeting Room*) untuk melengkapi seluruh Fasilitas yang ada di Kafe Ramen Sojoy.

Fasilitas di Kafe Ramen Sojoy bisa dikatakan lengkap dan modern, namun tentunya penambahan ruang pertemuan akan semakin sempurna. Ruang pertemuan akan meningkatkan antusiasme pengunjung dan berfungsi untuk pertemuan dan diskusi kelompok, organisasi, serta pemerintahan.

E. Keterbatasan Penelitian

Berikut beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini masih sedikit dari keseluruhan konsumen Kafe Ramen Sojoy yang ada di Kota Padangsidempuan.
2. Adanya keterbatasan penelitian dengan metode wawancara yaitu susahnya menarik kesimpulan dari pendapat partisipan.

\

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS pada penelitian ini, yang harus diterapkan adalah mendukung kebijakan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi tersebut terfokus pada strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun kekuatan dengan memanfaatkan peluang dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan loyalitas pelanggan setia Kafe Ramen Sojoy mengingat letak atau lokasi dari kafe yang strategis.

Fasilitas lengkap menjadi faktor penting sebagai dasar ide sehingga konsumen merasa puas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang diperlukan dan wajib ada dalam suatu perusahaan. Kafe Ramen Sojoy telah menyediakan fasilitas wajib seperti jaringan internet untuk menunjang akses internet konsumen dan diberikan secara gratis tanpa batasan, setelah itu penyediaan toilet yang besar dan memadai, terakhir menunjang kegiatan ibadah yaitu mushalla yang dilengkapi sajadah, mukena dan sarung.

Kafe Ramen Sojoy menyediakan spot foto bernuansa Jepang dengan hiasan bunga sakura yang indah. Beberapa penyediaan fasilitas yang modern dan memadai tersebut adalah merupakan faktor yang menunjang keberhasilan Kafe Ramen Sojoy ke depannya. Pengunjung dapat memanfaatkan metode pembayaran langsung *cash* dan melalui Qris (Kris). QRIS (*Quick Response Code Indonesia*

Standard) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan kode QR. Dengan Qris, memudahkan pembayaran apabila konsumen tidak menyediakan uang secara cash.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Pemilik Kafe Ramen Sojoy

Kafe Ramen Sojoy harus mampu memanfaatkan kekuatan usaha yang dimiliki dan menghadapi ancaman yang ada sehingga diharapkan usahanya dapat memenangkan persaingan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya yakni penelitian mengenai strategi pengembangan dengan pendekatan analysis SWOT atau pendekatan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Akhmad, Mujahidin. 2014. *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara Dan Pasar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cooper, D. R, & Schindler P. S. 2017. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 12, Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dafit, Richard.L. 2002. *Managemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kemena. 2009. *Alquran Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia*. Bandung: Sigma Eksa Media.
- Fatoni, Abdurrahman. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah Dalam Produk*. Jakarta: Gema Insane Press.
- Kartajaya, Hermawan Dan Muhammad Syakir. 2006. *Syari'ah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip. 1996. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Komaruddin, 2001. *Ensilopedia Manajemen*, Edisi ke 5, Jakarta, Bumi Aksara.
- Mufid, Muhammad. 2015. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2014. *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Poerwadarminta, WJS. 2013. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Purhantara, W. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, Sondang P. 2015. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sofjan, Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah Life And General*. Jakarta: Gema Insane.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. “*Metode Penelitian Pendidikan*”. Bandung: PT. Remaja, Rosdakarya.
- Swasta, Basu. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: liberty.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yanti, Sary Eva. 2015. Eksistensi Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang pada Era Media Online. *Skripsi Jurusan Jurnalistik*, (Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang)

Sumber Jurnal:

- Muyassarrah. 2019. Analisis Swot pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara, Serambi : *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No. 3 2019, eISSN 2685-9904, h. 71, E-mail : muyassarrah@walisongo.ac.id.
- Suardi dkk. 2019. Strategi Pengusaha Warung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kota Kendari. *Jurnal Sosial dan Budaya*. ISSN 2252-9144 (Cetak) ISSN 2355-360X (Online). VOLUME 8 No. 2. Juni 2019 Halaman 132 – 140.
- Sjafirah, Nuryah & Prasanti, Ditha. 2016. *Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara*. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 6(2): 39-50.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| 1. Nama | : Mursal Siregar |
| 2. Nim | : 17 402 00261 |
| 3. Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| 4. Tempat/ Tanggal Lahir | : Hutatonga, 18 Oktober 1998 |
| 5. Anak ke | : 7 dari 7 Bersaudara |
| 6. Kewarganegaraan | : Indonesia |
| 7. Status | : Mahasiswa |
| 8. Agama | : Islam |
| 9. Alamat | : Kelurahan Hutatonga |
| 10. Telp. Hp | : 08385563075 |
| 11. e-Mail | : mursalsiregar919@gmail.com |

II. IDENTITAS ORANG TUA

- | | |
|--------------|------------------------|
| 1. Ayah | |
| a. Nama | : Ahmad Ridwan Siregar |
| b. Pekerjaan | : Wiraswasta |
| c. Alamat | : Kelurahan Hutatonga |
| 2. Ibu | |
| a. Nama | : Zubaidah Siagian |
| b. Pekerjaan | : Pensiunan |
| c. Alamat | : Kelurahan Hutatonga |

III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 101010 Kelurahan Hutatonga Tamat Tahun 2010
2. MTs Swasta Darul Ikhlas Tammat Tahun 2013
3. SMA Swasta Nurul Ilmi Padangsidimpuan Tamat Tahun 2017
4. S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Lampiran 1

Pengantar Kuesioner

**ANALISIS STRATEGI MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
KAFE RAMEN PADANGSIDIMPUAN**

Kepada Yth.

Sdr/i. Informan Kafe Ramen Sojoy

di tempat

Berkaitan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Analisis Strategi Mempertahankan Eksistensi Kafe Ramen Padangsidimpuan” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomu Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk untuk mengisi daftar Pernyataan yang saya sertakan di bawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Peneliti

Mursal Siregar

Lampiran 2

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN KEPADA PEMILIK KAFE

Pernyataan digunakan untuk menyusun data skripsi yang di ajukan peneliti.

Petunjuk Pengisian:

- a. Baca dan pahami setiap pertanyaan dengan seksama
- b. Isi jawaban dengan jelas

Daftar Pertanyaan:

1. Menu apa saja yang dijual di Kafe Ramen Sojoy?
2. Siapa pesaing utama dari Kafe Ramen Sojoy?
3. Apa saja yang membedakan produk makanan dan minuman yang ditawarkan di Kafe Ramen Sojoy?
4. Bagaimana harga yang ditawarkan oleh Kafe Ramen Sojoy dibandingkan dengan pesaingnya?
5. Menurut Anda, apa kekuatan yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy? Mengapa demikian?

Pertanyaan lebih lanjut tentang *strength* (kekuatan):

- a. Apa alasan pelanggan datang ke Kafe Ramen Sojoy?
- b. Sebutkan 3 fakta mengapa produk yang ada di Kafe Ramen Sojoy disukai pelanggan?
- c. Apa yang menyebabkan SDM kita lebih baik dibandingkan pesaing?

- d. Sebutkan produk kita dibandingkan pesaing!
 - e. Menurut pelanggan, apa kelebihan/keunikan produk dibandingkan pesaing?
6. Menurut Anda, apa kekurangan yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy?
Mengapa demikian?

Pertanyaan lebih lanjut tentang *weaknesses* (kelemahan):

- a. Masalah apa yang sering dikeluhkan pelanggan?
 - b. Seandainya kita kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya.
 - c. Kelemahan apa yang belum kita perbaiki?
7. Menurut Anda, peluang apa saja yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy?
Mengapa demikian?

Pertanyaan lebih lanjut tentang *opportunity* (peluang):

- a. Apa yang paling diinginkan pelanggan?
 - b. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan?
 - c. Apa yang membuat Kafe Ramen Sojoy berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek dimasa mendatang?
8. Menurut Anda, ancaman apa saja yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy?
Mengapa demikian?

Pertanyaan lebih lanjut tentang *threat* (peluang):

- a. Hal apa saja yang mengancam bisnis kita?
- b. Apa saja yang menjadi masalah dalam bisnis ini?

DAFTAR PERTANYAAN KEPADA KARYAWAN KAFE

Daftar pertanyaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana dengan proses kerja para karyawan di Kafe ini? 2. Bagaimana pembagian beban kerja karyawan pada Kafe ini? 3. Apakah ada <i>reward</i> and <i>punishment</i> bagi karyawan? 4. Apa kesulitan yang Saudara hadapi dalam melayani pelanggan? 5. Bagaimana cara yang Saudara lakukan dalam melayani jumlah pengunjung yang banyak dalam waktu yang bersamaan? 6. Bagaimana strategi yang Saudara lakukan dalam meningkatkan kinerja pada kualitas pelayanan?
-------------------	--

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner : Respondesn Konsumen

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Kafe ini dikenal oleh masyarakat di kota Padangsidempuan		
2.	Lokasi Kafe ini letaknya strategis		
3.	Harga makanan terjangkau dan relatif murah		
4.	Menu makanan yang disediakan membosankan		
5.	Menu makanan yang disediakan bervariasi		
6.	Ada menu makanan yang menjadi cirri khas Kafe ini		
7.	Kualitas masakan di Kafe ini baik		
8.	Suasana Kafe ini nyaman dan teratur		
9	Kafe ini perlu melakukan renovasi atau perubahan dekorasi ruangan		
10.	Pelayanan yang diberikan cenderung lama		
11.	Suasana luar Kafe ini teratur		
12.	Lokasi parker memadai dan aman		
13.	Saudara pernah menceritakan Kafe ini kepada orang lain sebagai referensi		
14.	Kafe ini perlu meningkatkan pelayanannya		
15.	Kafe ini mampu bersaing dengan pesaingnya		

Kuesioner : Responden Pemilik

FAKTOR INTERNAL

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Perlu diadakan pengembangan usaha dengan penambahan modal		
2.	Kondisi perusahaan terlibat hutang		
3.	Adanya pembukuan keuangan yang baik		
4.	Perlu renovasi dan perubahan dekorasi ruangan yang lebih menarik		
5.	Beban kerja yang besar karena kekurangan tenaga kerja		
6.	Letak Kafe strategis		
7.	Keleluasaan tempat parkir		
8.	Harga terjangkau		
9.	Memiliki makanan yang bervariasi		
10.	Selera konsumen terpenuhi		
11.	Pelayanan yang diterapkan telah dikerjakan dengan baik.		

FAKTOR EKSTERNAL

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Hubungan dengan pemasok bahan baku terjalin dengan baik		
2.	Hubungan dengan pelanggan atau konsumen terjalin dengan baik		
3.	Meningkatnya harga BBM meningkatkan daya beli masyarakat menurun		
4.	Peningkatan kualitas sebagai pertahanan dalam persaingan usaha		
5.	Memiliki pelanggan tetap		
6.	Memiliki pelanggan baru setiap harinya		
7.	Perubahan harga seiring perubahan harga bahan baku		
8.	Perkembangan teknologi informasi menyebabkan meningkatnya industri makanan		
9.	Kemampuan mengikuti menu makanan baru yang muncul di industri makanan		
10.	Mempelajari strategi pesaing		
11.	Menciptakan menu baru yang belum ada pada pesaing		

Kuesioner : Responden Karyawan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah Anda betah bekerja di Kafe ini		
2.	Gaji yang memadai		
3.	Jam kerja yang terlalu banyak		
4.	Mendapatkan hukuman jika melakukan kesalahan		
5.	Mendapat apresiasi bagi karyawan yang bekerja dengan baik		
6.	Beban kerja terlalu berat		
7.	Mendapatkan bonus		
8.	Sarana dan prasarana memadai		
9.	Pembagian kerja yang sistematis		
10.	Apakah diperlukan waktu libur kerja		

Lampiran 3

JAWABAN KUESIONER

Pernyataan digunakan untuk menyusun data skripsi yang di ajukan peneliti.

Petunjuk Pengisian:

- a. Baca dan pahami setiap pertanyaan dengan seksama
- b. Isi jawaban dengan jelas

Daftar Pertanyaan:

1. Menu apa saja yang dijual di Kafe Ramen Sojoy?

Jawab:

Lampiran menu

2. Siapa pesaing utama dari Kafe Ramen Sojoy?

Jawab:

Sejauh ini, kafe pesaing kami belum ada yang dominan mengingat hanya kafe kami yang menyediakan Ramen dan minuman sojoy khas Negara Jepang yang dikemas dengan halal.

3. Apa saja yang membedakan produk makanan dan minuman yang ditawarkan di Kafe Ramen Sojoy?

Jawab:

Tentu dapat dilihat langsung dari sajian yang kami berikan, kafe kami sangat mengedepankan bentuk dan cita rasa yang khas dari ramen, dengan

bahan dasar makanan pilihan agar konsumen benar-benar bias menikmati rasa ramen yang halal.

4. Bagaimana harga yang ditawarkan oleh Kafe Ramen Sojoy dibandingkan dengan pesaingnya?

Jawab:

Harga yang kami tawarkan tidak terlalu tinggi, dari keseluruhan paling tinggi hanya berkisar sampai Rp.25000 saja.

5. Menurut Anda, apa kekuatan yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy? Mengapa demikian?

Jawab:

Kami memiliki menu makanan khas Negara Sakura, dengan konsep dekorasi kafe yang bernuansa jepang.

Pertanyaan lebih lanjut tentang *strength* (kekuatan):

- a. Apa alasan pelanggan datang ke Kafe Ramen Sojoy?

Jawab:

Penasaran dengan rasa dari makanan, ingin menikmati makanan dan minuman yang ada di kafe. Tempat yang nyaman, bias berfoto dengan kostum hanbok.

- b. Sebutkan 3 fakta mengapa produk yang ada di Kafe Ramen Sojoy disukai pelanggan?

Jawab:

1. Makanan yang nikmat
2. Aneka menu makanan Negara Jepang

3. Banyak pilihan menu dengan harga yang ramah dikantong

c. Apa yang menyebabkan SDM kita lebih baik dibandingkan pesaing?

Jawab:

Menerapkan strategi yang mengutamakan kenyamanan pelanggan dengan memberikan Live music pada malam minggu.

d. Sebutkan kelebihan produk kita dibandingkan pesaing!

Jawab:

Produk kita lebih beragam dan kaya rasa.

e. Menurut bapak, apa kelebihan/keunikan produk dibandingkan pesaing?

Jawab:

Kelebihan dan keunikan dari pilihan menu ramen, dengan aneka makanan berbahan dasar ramen, juga masih banyak menu lainn

6. Menurut Anda, apa kekurangan yang dimiliki Kafe Ramen

Mengapa demikian?

Jawab:

Belum membuat kartu member untuk pelanggan setia Kafe Ramen Sojoy.

Pertanyaan lebih lanjut tentang *weaknesses* (kelemahan):

a. Masalah apa yang sering dikeluhkan pelanggan?

Jawab:

Disaat weekend, pelayanan sering terlambat karena pengunjung kafe yang padat.

b. Seandainya kita kehilangan pelanggan potensial, sebutkan penyebabnya.

Jawab:

Karena tidak bersih, tidak santun kepada pelanggan.

- c. Kelemahan apa yang belum kita perbaiki?

Jawab:

Belum membuat kartu member yang memberikan daya tarik lebih dengan cara memberikan paket promo pada hari-hari besar tertentu.

7. Menurut Anda, peluang apa saja yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy?

Mengapa demikian?

Jawab:

Loyalitas pelanggan yang setia dengan kafe ramen sojoy

Pertanyaan lebih lanjut tentang *opportunity* (peluang):

- a. Apa yang paling diinginkan pelanggan?

Jawab:

Ingin diberikan paket hemat dari beberapa menu yang ada dalam daftar menu makanan.

- b. Hal apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan?

Jawab:

Memperbaharui menu makanan, memberikan promo, menyebarluaskan informasi melalui media sosial dan media luar ruang.

- c. Apa yang membuat Kafe Ramen Sojoy berada dikondisi yang baik hingga saat ini dan memiliki prospek dimasa mendatang?

Jawab:

Belum ada kafe lain yang mendesain menu makanan bercita rasa khas Negara Jepang dengan konsep halal. Prospek ke depan ingin membuka cabang di luar daerah.

8. Menurut Anda, ancaman apa saja yang dimiliki Kafe Ramen Sojoy? Mengapa demikian?

Pertanyaan lebih lanjut tentang *threat* (peluang):

- a. Hal apa saja yang mengancam bisnis kita?

Jawab:

Jika ada pesaing di daerah yang sama dengan konsep penjualan yang mirip dan memainkan harga yang lebih murah.

- b. Apa saja yang menjadi masalah dalam bisnis ini?

Jawab:

Sejauh ini belum ada masalah yang signifikan.

Lampiran 4

Matriks SWOT untuk Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

No	Uraian Faktor Internal	Ns1	Ns2	Ns3	Ns4	Ns5	Ns6	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
	a. Kekuatan								BN	RN	BN x RN
1	Lokasi yang strategis	3	3	4	3	3	4	20	0.116	3.333	0.385
2	Tempat bernuansa modern	4	3	4	4	3	3	21	0.121	3.500	0.425
3	Ketersediaan fasilitas lengkap	4	3	3	3	3	4	20	0.116	3.333	0.385
4	Memiliki pelanggan tetap	3	3	4	3	3	3	19	0.110	3.167	0.348
5	Menyediakan berbagai menu makanan Khas Jepang yang halal	3	4	3	3	3	3	19	0.110	3.167	0.348
6	Sudah bermitra dengan platform Grabfood	3	3	3	4	3	3	19	0.110	3.167	0.348
7	Metode pembayaran menggunakan QRIS kode QR	3	3	3	3	3	4	19	0.110	3.167	0.348
	Total							137			2.587
No	b. Kelemahan										
1	Belum tersedianya kartu membership untuk pelanggan tetap	1	1	2	2	1	2	9	0.052	1.500	0.078
2	Kurang maksimal pelayanan seiring bertumbuhnya peminat	1	2	2	1	2	2	10	0.058	1.667	0.096
3	Tidak adanya ruang pertemuan rapat	1	1	2	1	2	2	9	0.052	1.500	0.078

Lampiran 5

Matriks SWOT untuk Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

No	Uraian Faktor Eksternal	Ns1	Ns2	Ns3	Ns4	Ns5	Ns6	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
	a. Peluang								BN	RN	BN x RN
1	Dapat mengembangkan bisnis dengan menambah produk baru, dan membuka cabang baru untuk menguasai pasar.	4	3	4	3	3	3	20	0.16	3.333	0.533
2	Perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga dapat memudahkan promosi serta penjualan.	4	3	3	3	3	4	20	0.16	3.333	0.533
3	Adanya loyalitas pelanggan yang setia berkunjung (ada hubungan baik).	3	3	4	3	3	3	19	0.152	3.167	0.481
4	Kondisi perekonomian masyarakat sekitar lokasi yang baik.	3	4	3	3	3	3	19	0.152	3.167	0.481
5	Gaya hidup masyarakat yang sering menghabiskan waktu bersantai atau bekerja di Kafe.	3	3	3	4	4	3	20	0.16	3.333	0.533
	Total							98			2.563
No	b. Ancaman										
1	Banyaknya produk pengganti minuman kopi.	1	1	2	1	2	1	8	0.064	1.333	0.085
2	Bahan baku mie ramen tidak tersedianya di kota Padangsidempuan.	1	1	2	1	2	2	9	0.072	1.500	0.108

