

## ABSTRAK

Rumah Makan YURNI merupakan salah satu rumah makan padang yang terletak di Kota Lubuklinggau. Rumah makan YURNI mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha karena adanya keterbatasan modal. Serta, banyaknya usaha sejenis sehingga, menuntut pelaku usaha untuk lebih dapat mengembangkan usahanya agar unggul dan mampu bertahan lama. Oleh sebab itu rumah makan memerlukan strategi yang sesuai dengan keadaan usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha pada Rumah Makan YURNI di Kota Lubuklinggau. 2) Untuk mengetahui Analisis SWOT terhadap Strategi Pengembangan Usaha (Studi pada Rumah Makan YURNI di Kota Lubuklinggau). 3) Untuk Mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengembangan Usaha (Studi pada Rumah Makan YURNI di Kota Lubuklinggau). Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun sumber data berupa data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT berupa *Matriks IFE*, *EFE*, *IE* dan *SWOT*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Dari hasil Analisis Lingkungan *Internal* dan Lingkungan *Eksternal*, diketahui strategi pengembangan yang dilakukan Rumah Makan Yurni. Strategi pada analisis lingkungan internal yaitu terletak pada proses produksi/operasi, pemasaran dan adanya penelitian dan pengembangan. Sedangkan pada analisis lingkungan eksternal yaitu terletak pada kekuatan pemasok dan konsumen. 2) Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Yurni ditemukan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Dari hasil analisis matrik, *Matriks IFE* score sebesar 3.41. Dengan 3 kekuatan utama pada Rumah Makan Yurni yaitu terletak pada tersedia layanan pesan antar gratis ongkir, menyediakan lahan parkir gratis dan harga yang ditawarkan murah dengan total 0.27. Sedangkan, kelemahan utama yaitu sering terjadi pergantian tenaga kerja dengan total 0.08. *Matriks EFE* skor sebesar 3.60. Peluang dengan skor nilai terbesar terdapat pada 3 faktor dengan skor sama yaitu 0.39 terletak pada memiliki hubungan baik dengan pemasok, memiliki hubungan baik dengan konsumen, dan sudah memiliki pelanggan tetap. Sedangkan ancaman terletak pada adanya rumah makan yang menawarkan konsep yang sama (segi harga dan masakan padang) dengan skor 0.37. *Matriks IE*, pada matriks ini posisi perusahaan terletak pada sel I yaitu strategi tumbuh dan berkembang. Strategi yang cocok yaitu strategi intensif dan strategi integrasi. *Matriks SWOT*, pada matriks ini didapatkan 4 alternatif strategi dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Adapun strategi tersebut yaitu strategi S-O, S-T, W-O dan W-T. 3) Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pengembangan Usaha di lihat dari 4 aspek manajemen strategi syariah, yaitu meliputi 1) azaz tauhid, terlihat dari sikap dan strategi usaha dalam menghadapi pesaing; 2) orientasi pada duniawi dan ukhrawi, yang terlihat dari visi dan misi yang hendak dicapai perusahaan; 3) motivasi

*mardhatillah*, terlihat adanya motivasi dari keluarga, serta; 4) strategi berbasis syariah, yang meliputi strategi pada produk, harga, dan promosi.

**Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Usaha, Rumah Makan**

## ABSTRACT

YURNI Restaurant is one of the padang restaurants located in Lubuklinggau City. YURNI restaurant has difficulty in developing its business due to limited capital. Also, the number of similar businesses that require business actors to be more able to develop their business to be superior and able to survive for a long time. Therefore, restaurants need a strategy that is in accordance with their business conditions.

This study aims to: 1. To find out the Business Development Strategy at YURNI Restaurant in Lubuklinggau City. 2) To find out the SWOT Analysis of Business Development Strategy (Study on YURNI Restaurant in Lubuklinggau City). 3) To Know the Islamic Economic Review of Business Development Strategy (Study at YURNI Restaurant in Lubuklinggau City). The research method uses descriptive qualitative methods. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. The data source is primary data and secondary data. Data analysis techniques use SWOT Analysis in the form of IFE, EFE, IE and SWOT Matrices.

The results showed that: 1) From the results of the Internal Environmental Analysis and External Environment, it is known that the development strategy carried out by Yurni Restaurant. The strategy of internal environmental analysts lies in the production / operation process, marketing and research and development. Meanwhile, the analysis of the external environment lies in the strength of suppliers and consumers. 2) Based on the results of the research that has been analyzed, the SWOT analysis of the Yurni Restaurant Business Development Strategy found strengths, weaknesses, opportunities and threats. From the results of the matrix analysis, the IFE matrix score is 3.41. With 3 main strengths at Yurni Restaurant, which lies in the availability of free shipping delivery services, providing free parking space and cheap prices offered with a total of 0.27. Meanwhile, the main weakness is that there is often a turnover of labor with a total of 0.08. The EFE matrix scores 3.60. The opportunity with the largest value score is found in 3 factors with the same score of 0.39 lies in having good relationships with suppliers, having good relationships with consumers, and already having regular customers. While the threat lies in the existence of restaurants that offer the same concept (in terms of price and Padang cuisine) with a score of 0.37. IE matrix, in this matrix the company's position lies in cell I, namely the strategy of growing and developing. Suitable strategies are intensive strategies and integration strategies. SWOT matrix, in this matrix obtained 4 alternative strategies by looking at strengths, weaknesses, opportunities and threats. The strategies are S-O, S-T, W-O and W-T strategies. 3) Islamic Economic Review of Business Development Strategy in terms of 4 aspects of sharia strategy management, which include a) azaz tawhid, seen from business attitudes and strategies in facing competitors; b) worldly orientation and ukhrawi, which can be seen from the vision and mission to be achieved by the company; c) *Mardhatillah* motivation, visible motivation from the family, as well as; d)

sharia-based strategy, which includes strategies on products, prices, and promotions.

**Keywords : SWOT Analysis, Business Development Strategy, Restaurant**