

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. PENYAJIAN DATA

1. Profil Perusahaan

Kedai Bunda adalah suatu usaha yang bergerak dalam bisnis kuliner di Banjarmasin. Kedai Bunda berdiri pada tahun 1992 yang didirikan oleh ibu Indah Rahmah Wati atau yang sering disebut ibu Poniti. Berawal dari membuka usaha bubur ayam di depan rumah yang hanya dapat menghabiskan sekitar dua liter beras seharinya. Usaha buburnya mulai berkembang sejak tahun 2002. Ibu poniti memulai usahanya dengan dengan modal sekitar Rp250.000, itu pun dari uang arisan yang didapatkan sekitar Rp125.000 dan omset pada waktu itu dalam seharinya bisa mencapai 2,5 juta kalau hari libur biasanya bisa lebih. Ibu poniti menjual bubur ayam pada pukul 06.00 hingga 22.00 WITA. Awalnya ibu poniti menjual bubur ayam hanya sampai jam 10.00 saja. Namun, karena banyak permintaan dari pelanggan, akhirnya ibu Poniti memberanikan diri sampai buka sampai malam dan untuk saat ini pun bisa sampai tengah malam. (Dokumentasi, Banjarmasin, Kedai Bunda, 8 oktober 2019)

Kedai Bunda menjadi berkembang sekitar 10 tahun yang lalu atau lebih tepatnya pada tahun 2009. Pada saat itu. Berawal hanya dengan tiga buah meja dan kursi yang sederhana dengan pekerjanya hanya 3 orang dan sekarang bertambah menjadi 40 orang serta menu makannya pun menjadi 30 menu. Kedai Bunda memiliki cabang yang pertama terletak

di Jl. Flamboyan II No. 55, Sungai Miai, Kec. Banjarmasin Utara. Cabang yang kedua terletak di Jl. Ratu Zaleha No. 97, Karang Mekar, Kec. Banjarmasin Timur. Untuk saat ini pelanggan yang datang di Kedai Bunda sekitar 700 orang dalam satu hari dan bahkan setiap Sabtu malam dan hari Minggu bisa mencapai sekitar 1.000 orang. Adapun total penghasilan dalam satu hari berkisar Rp15.000.000. Usaha Kedai Bunda berlokasi di Jl. Pulau Laut No. 28 Antasari Besar, Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123, Indonesia. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

2. Penyajian Data Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Kedai Bunda Pulau Laut meliputi beberapa faktor.

a. Analisis kekuatan antara lain:

1) Kelengkapan Pelayanan

Berdasarkan pengamatan dari penulis, kelengkapan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Bunda ini meliputi: fasilitas untuk makan seperti: sendok, piring, mangkuk, garpu dan lain-lain. Adapun fasilitas tempat makan yaitu: meja, kursi, menu makanan, kecap saos, sambal dan lain-lain. Serta tenaga kerja yang mencukupi kebutuhan perusahaan dan para konsumennya.

2) Produk yang berkualitas

Produk yang disediakan Kedai Bunda memang tidak diragukan lagi, karena produk yang dihasilkan berasal dari bahan

baku yang datang setiap hari, sehingga bahan baku tersebut dijamin masih bagus dan segar yang membuat para konsumennya merasa nyaman. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

3) Transparasi harga

Berdasarkan pengamatan dari penulis, Kedai Bunda memiliki transparasi harga yaitu memiliki daftar harga jual produk yang ditetapkan yang dapat dilihat konsumen meskipun ada perubahan harga pada bahan baku atau harga bahan baku naik, kedai bunda ini tetap mempertahankan harga jual produknya dan tidak langsung menaikkan harga produk tersebut tetapi hanya mengurangi sedikit bahan produk tersebut kecuali dengan perubahan harga yang berkepanjangan. Berbeda dengan warung makan yang lainnya yang ikut menaikkan harga jual produknya sehingga dapat mempengaruhi para konsumennya. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

4) Pelayanan yang baik

Kedai Bunda memiliki pekerja/ karyawan yang baik yang dilakukan melalui pelayanannya yang ramah dan cepat terhadap konsumen. Hal ini, disebabkan karena Kedai Bunda memiliki peraturan terhadap karyawan yang membuat para karyawannya taat dan disiplin. Karena apabila, ada terjadi pelanggaran akan diberikan sanksi yang berpengaruh terhadap gaji karyawan tersebut. Sujarweni, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

5) Manajer yang berpengalaman

Berdasarkan pengamatan dari penulis Kedai Bunda memiliki manajer yang berpengalaman yang dapat dilihat dari pekerjaannya yang sudah bekerja selama 17 tahun. Manajer Kedai Bunda selalu membimbing dan mengawasi para karyawannya dan menganalisa serta menghadapi faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan tersebut, sehingga perusahaannya mampu bertahan sampai saat ini.

6) Menu makanan yang beragam

Berdasarkan pengamatan dari penulis, Kedai Bunda memiliki 30 menu makanan yang berbeda dengan warung makan yang lainnya. Sehingga akan menarik para konsumennya untuk mencicipi makanan yang tidak ada di warung makan lainnya yang biasanya hanya memiliki 1 sampai 10 menu makanan saja.

b. Analisis kelemahan antara lain:

1) Tidak ada potongan harga

Berdasarkan pengamatan dari penulis Kedai Bunda Pulau laut tidak memberikan atau melakukan potongan harga terhadap konsumen yang membeli banyak produk tetapi hanya memberikan sedikit bonus kepada konsumennya dalam bentuk produk (satu kotak nasi atau berupa teh es). Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

2) Sistem keuangan yang manual

Berdasarkan pengamatan dari penulis, kasir Kedai Bunda dalam melayani konsumennya masih menggunakan kalkulator manual. Dalam hal ini, tentu akan memperlambat jual beli dalam melayani konsumennya sehingga akan mempengaruhi perusahaan tersebut.

3) Tempat parkir yang kurang luas

Berdasarkan pengamatan dari penulis Kedai Bunda memiliki tempat parkir yang cukup baik untuk pengendara motor roda dua tetapi tidak memadai bagi pengendara mobil roda empat karena kurang luasnya lahan yang dimiliki untuk tempat parkir mobil yang menyebabkan susah parkir mobil roda empat.

3. Penyajian Data Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi Kedai Bunda Pulau Laut meliputi beberapa faktor.

a. Analisis peluang antara lain:

1) Masyarakat yang sudah mengenal Kedai Bunda

Berdasarkan pengamatan dari penulis, Kedai Bunda sudah dikenal sejak lama di daerah Banjarmasin karena perusahaannya yang sudah lama berdiri sejak tahun 1992 dan untuk saat ini pun sudah memiliki cabang sehingga masyarakat bisa mengenal lebih dekat dan bisa lebih mudah menjangkaunya.

2) Pihak lain yang memberikan sistem *online*

Pihak lain yang memberikan sistem *online* adalah seperti grab dan gojek yang mempermudah Kedai Bunda melayani pembeli lewat *online* sehingga bisa mempermudah para konsumennya untuk membeli ketika sedang sibuk atau yang berhalangan untuk membelinya secara langsung. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

3) Pihak terkait yang memberikan ketersediaan bahan baku

Kedai Bunda memiliki bahan baku yang selalu tersedia karena memiliki langganan tetap yang mengantarkan bahan baku setiap hari nya sehingga ketersediaan bahan baku Kedai Bunda selalu ada dan mudah didapatkan. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

4) Masyarakat yang sudah mengenal khas dan cita rasa

Seiring berjalannya waktu banyak warung makan yang mengalami perubahan pada khas dan cita rasanya, beda halnya dengan Kedai Bunda yang tetap mempertahankan khas dan cita rasanya sehingga membuat pelanggan atau para konsumennya tetap bertahan. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

b. Analisis ancaman antara lain:

1) Harga bahan baku yang tidak menetap

Harga bahan baku sangatlah penting dalam bisnis kuliner karena mempengaruhi harga jual produk. Apabila, harga bahan baku naik terus menerus dan harga jual produk tidak di naikkan maka perusahaan akan rugi atau bangkrut dan apabila perusahaan menaikkan harga jual produk maka akan mempengaruhi minat konsumen. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

2) Persaingan

Persaingan tentu akan menjadi ancaman besar bagi Kedai Bunda apalagi pesaing baru yang menemukan celah untuk bersaing seperti dalam hal: harga, cita rasa, pelayanan dan lain sebagainya yang membuat perusahaan tersebut lebih unggul dan menarik para konsumen. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

3) Selera konsumen yang tidak menetap

Dalam menu makanan pastinya para konsumen memiliki selera yang berbeda-beda dan jika ada terjadi kesalahan terhadap cita rasa tentu akan mempengaruhi selera konsumen dan pengalaman konsumen. Titin, (2019, Oktober 8). Wawancara pribadi.

4) Pihak lain menggunakan teknologi yang lebih canggih

Berdasarkan pengamatan dari penulis, seiring berjalannya waktu untuk sekarang ini, semua serba canggih. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi Kedai Bunda apabila tidak bisa menyesuaikan teknologi tersebut, seperti dalam hal, laporan keuangan, pengecekan harga dan lain sebagainya, yang memudahkan karyawan dan kecepatan dalam berinteraksi antara karyawan dengan konsumen.

B. ANALISIS DATA

1. Strategi mempertahankan keberhasilan Kedai Bunda Pulau Laut Banjarmasin

Strategi yang dilakukan oleh Kedai Bunda agar dapat mempertahankan bisnisnya berdasarkan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) adalah untuk mengetahui kondisi internal dan eksternalnya yaitu menggunakan kekuatan yang dimiliki dan meminimalkan kelemahan serta mencari peluang yang sebesar-besarnya dan mengantisipasi atau menghindari berbagai ancaman dari pesaing. Dari data yang terkumpul maka hasilnya sebagai berikut:

a. Menggunakan *Strengths* (kekuatan) untuk bersaing.

1) Kelengkapan pelayanan

Kelengkapan pelayanan Kedai Bunda meliputi fasilitas yang dimiliki perusahaan. Hal ini, sesuai dengan tujuan

manajemen strategi yaitu memperoleh keunggulan bersaing dan mencapai tujuan perusahaan.

2) Produk yang berkualitas

Produk yang diberikan Kedai Bunda sangatlah berkualitas karena bahan baku yang didapatkan, datang setiap hari, sehingga bahan baku tersebut masih segar dan baik. Hal ini, sesuai dengan strategi produk yang selalu memberikan produk baru dan berkualitas.

3) Transparasi harga

Berdasarkan pengamatan dari penulis, Kedai Bunda memiliki transparasi harga yaitu memiliki daftar harga jual produk yang ditetapkan yang dapat dilihat oleh konsumen meskipun ada perubahan harga pada bahan baku atau harga bahan baku naik, kedai bunda ini tetap mempertahankan harga jual produknya dan tidak langsung menaikkan harga produk tersebut tetapi hanya mengurangi sedikit bahan produk tersebut. Hal ini, sesuai dengan strategi harga yang mempertahankan harga jual produk.

4) Pelayanan yang baik

Kedai Bunda memiliki pekerja/ karyawan yang baik dilakukan melalui pelayanannya yang ramah dan cepat terhadap konsumen di dalam perusahaannya. Hal ini, sesuai dengan fungsi manajemen strategi yaitu pengarahan untuk semua

anggota agar mencapai sasaran serta pengevaluasian yang memberikan pengawasan dan pengadilan untuk memastikan jalannya sesuai dengan rencana perusahaan.

5) Manajer yang berpengalaman

Kedai Bunda memiliki manajer yang berpengalaman yang dapat dilihat dari manajernya yang sudah bekerja selama 17 tahun. Hal ini, sesuai dengan tujuan manajemen strategi yaitu memperbaiki strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal dan meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis yang dilakukan oleh manajer Kedai Bunda.

6) Menu makanan yang beragam

Berdasarkan pengamatan dari penulis, Kedai Bunda memiliki 30 menu makanan yang berbeda dengan warung makan yang lainnya. Sehingga akan menarik para konsumennya untuk mencicipi makanan yang tidak ada di warung makan lainnya yang biasanya hanya memiliki 1 sampai 10 menu makanan saja. Hal ini, sesuai dengan strategi produk yang memberikan kualitas produk untuk memuaskan konsumennya dan memberikan pengalaman yang baik.

b. Meminimalkan *Weaknesses* (kelemahan) dan yang harus diatasi.

1) Tidak ada potongan harga

Berdasarkan pengamatan dari penulis Kedai Bunda Pulau laut tidak memberikan atau melakukan potongan harga terhadap konsumen yang membeli banyak produk tetapi hanya memberikan sedikit bonus kepada konsumennya dalam bentuk produk (satu kotak nasi atau berupa teh es). Hal ini, bertentangan dengan tujuan manajemen strategi yaitu meninjau kembali kekuatan dan kelemahan bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing.

2) Sistem keuangan yang manual

Kasir Kedai Bunda masih menggunakan alat manual yaitu kalkulator yang menyebabkan lambatnya atas suatu transaksi jual beli. Hal ini, bertentangan dengan tujuan manajemen strategi yaitu memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal.

3) Tempat parkir yang kurang luas

Berdasarkan pengamatan dari penulis Kedai Bunda memiliki tempat parkir yang cukup baik untuk pengendara motor roda dua tetapi tidak memadai bagi pengendara mobil roda empat karena kurang luasnya lahan yang dimiliki untuk tempat parkir mobil yang menyebabkan konsumen susah untuk memarkirkan mobil roda empat. Hal ini bertentangan dengan proses manajemen

strategi yaitu menganalisis lingkungan dan merumuskan strategi untuk perkembangan Kedai Bunda.

c. Memanfaatkan *Opportunities* (peluang) sebesar-besarnya.

1) Masyarakat yang sudah mengenal Kedai Bunda

Kedai Bunda sudah dikenal sejak lama di daerah Banjarmasin karena perusahaanya yang sudah lama berdiri sejak tahun 1992 dan untuk saat ini pun sudah memiliki cabang sehingga masyarakat bisa mengenal lebih dekat dan bisa lebih mudah menjangkaunya. Hal ini, sesuai dengan tujuan strategi distribusi yaitu, melayani konsumen secara cepat, menjaga mutu produk dan menghindari pesaing terdekat.

2) Pihak lain yang memberikan sistem *online*

Kedai Bunda memiliki sistem secara online atau melayani pembeli lewat *online* sehingga bisa mempermudah para konsumennya untuk membeli ketika sedang sibuk atau yang berhalangan untuk membelinya secara langsung. Hal ini, sesuai dengan strategi distribusi yaitu, fungsi logistik yang meliputi pengangkutan dan penyortiran produk termasuk memelihara dan melindungi produk agar produk yang diangkut tiba tepat waktu dan tidak rusak.

3) Pihak terkait yang memberikan ketersediaan bahan baku

Kedai Bunda memiliki bahan baku yang selalu tersedia karena memiliki langganan tetap yang mengantarkan bahan baku

setiap harinya sehingga ketersediaan bahan baku Kedai Bunda selalu ada dan mudah didapatkan. Hal ini, sesuai dengan strategi distribusi yaitu, fungsi logistik yang memelihara dan melindungi produk yang dijual.

4) Masyarakat yang sudah mengenal khas dan cita rasa

Seiring berjalannya waktu banyak warung makan yang mengalami perubahan pada khas dan cita rasanya, beda halnya dengan Kedai Bunda yang tetap mempertahankan khas dan cita rasanya sehingga membuat pelanggan atau para konsumennya tetap bertahan. Hal ini, sesuai dengan strategi produk yang memberikan kualitas produk untuk memuaskan konsumennya dan memberikan pengalaman yang baik.

d. Mengantisipasi atau menghindari berbagai *Threats* (ancaman) dari pesaing.

1) Harga bahan baku yang tidak menetap

Harga bahan baku sangatlah penting dalam bisnis kuliner karena mempengaruhi harga jual produk. Apabila, harga bahan baku naik terus menerus dan harga jual produk tidak di naikkan maka perusahaan akan rugi atau bangkrut dan apabila perusahaan menaikkan harga jual produk maka akan mempengaruhi minat konsumen. Hal ini, sesuai dengan tujuan manajemen strategi yaitu mendefinisikan strategi secara eksplisit, yakni rencana

tindakan yang menerangkan tentang aloksi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan.

2) Persaingan

Persaingan tentu akan menjadi ancaman besar bagi Kedai Bunda apalagi pesaing baru yang menemukan celah untuk bersaing seperti halnya: harga, cita rasa, pelayanan dan lain sebagainya yang membuat perusahaan tersebut lebih unggul dan menarik para konsumen. Hal ini, sesuai dengan tujuan manajemen strategi yaitu memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal dan meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

3) Selera konsumen yang tidak menetap

Para konsumen pasti memiliki selera yang berbeda-beda dan jika ada terjadi kesalahan terhadap cita rasa tentu akan mempengaruhi selera konsumen. Hal ini, sesuai dengan tujuan manajemen strategi yaitu melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen.

4) Pihak lain menggunakan teknologi yang lebih canggih

Seiring berjalannya waktu, sekarang semua serba canggih. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi Kedai Bunda apabila tidak bisa menyesuaikan teknologi tersebut, seperti halnya tentang laporan keuangan, pengecekan harga dan lain sebagainya yang dipakai para pesaing dalam perusahaanya. Hal ini, sesuai dengan tujuan

manajemen strategi yaitu, memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal.

Tabel 4.1: Faktor Internal dan Eksternal Kedai Bunda Pulau Laut

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan pelayanan 2. Produk yang berkualitas 3. Transparasi harga 4. Pelayanan yang baik 5. Manajer yang berpengalaman 6. Menu makanan yang beraneka ragam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat yang sudah mengenal Kedai Bunda 2. Pihak lain yang memberikan sistem <i>online</i> 3. Pihak terkait yang memberikan ketersediaan bahan baku 4. Masyarakat yang sudah mengenal khas dan cita rasa
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Ancaman (<i>Threaths</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada potongan harga 2. Sistem keuangan yang manual 3. Tempat parkir yang kurang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga bahan baku yang tidak menetap 2. Persaingan 3. Selera konsumen yang tidak menetap 4. Pihak lain menggunakan teknologi yang lebih canggih

2. Strategi pengembangan Kedai Bunda Pulau Laut Banjarmasin dalam menjalankan bisnisnya

- a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
 - 1) Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin
 - 2) Mempertahankan aset perusahaan.

- b. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*). Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 1) Memberikan potongan harga kepada konsumen baik di pasar sasaran ataupun kepada konsumen yang langsung datang di warung makan.
 - 2) Melakukan kreatifitas dan inovasi untuk Kedai Bunda agar lebih berkembang dan menarik perhatian konsumennya
- c. Strategi ST (*Strengths-Threats*). Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 1) Memaksimalkan aset yang dimiliki.
 - 2) Melakukan kreatifitas dan inovasi untuk mengimbangi dan menghadapi pesaing yang lain.
- d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman yaitu
- 1) Selalu berkreaitifitas dan berinovasi untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang dimiliki
 - 2) Meninjau kembali strategi agar sesuai dengan perkembangan zaman

Tabel 4.2: Matriks SWOT Kedai Bunda Pulau Laut Banjarmasin

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan pelayanan 2. Produk yang berkualitas 3. Transparansi harga 4. Pelayanan yang baik 5. Manajer yang berpengalaman 6. Menu makanan yang beraneka ragam 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada potongan harga 2. Sistem keuangan yang manual 3. Tempat parkir yang kurang luas
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat yang sudah mengenal Kedai Bunda 2. Pihak lain yang memberikan sistem <i>online</i> 3. Pihak terkait yang memberikan ketersediaan bahan baku 4. Masyarakat yang sudah mengenal khas dan cita rasa 	<p style="text-align: center;">STRATEGY S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin (S1, S2, S3, S4, S5, S6, O1, O2) 2. Mempertahankan aset yang dimiliki. (S1, S2, S3, S4, S5, S6, O1, O2, O3, O4) 	<p style="text-align: center;">STRATEGY W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan potongan harga kepada konsumen baik di pasar sasaran ataupun kepada konsumen yang langsung datang di warung makan. (W1, O2, O3) 2. Melakukan kreatifitas dan inovasi untuk Kedai Bunda agar lebih berkembang dan menarik perhatian konsumennya (W1, W2, W3, O1, O2, O3, O4)
<p style="text-align: center;">THREAT (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang tidak menetap 2. Persaingan 3. Selera konsumen yang tidak menetap 4. Pihak lain menggunakan teknologi yang lebih canggih 	<p style="text-align: center;">STRATEGY S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan aset yang dimiliki.(S1, S2, S3, S4, S5, S6, T1, T2, T3, T4) 2. Melakukan kreatifitas dan inovasi untuk mengimbangi dan menghadapi pesaing yang lain. (S4, S5, S6, T1, T2, T3, T4) 	<p style="text-align: center;">STRATEGY W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu berkreaitifitas dan berinovasi untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang dimiliki (W1, W2, W3, T1, T2, T3, T4) 2. Meninjau kembali strategi agar sesuai dengan kondisi lingkungan dan perkembangan zaman (W1, W2, W3, T1, T2, T3, T4)

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

a) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

- (1) Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin (S1, S2, S3, S4, S5, S6, O1, O2) Kedai Bunda seharusnya memperluas pasar sampai keluar daerah Banjarmasin dengan membawa aset yang dimiliki yang banyak diminati konsumen tentu akan membuat perusahaan lebih berkembang.
- (2) Mempertahankan aset yang dimiliki. (S1, S2, S3, S4, S5, S6, O1, O2, O3, O4) Kedai Bunda memiliki aset yang cukup baik seperti: aneka ragam makanan, pelayanan yang baik, transparansi harga, kelengkapan pelayanan, produk yang berkualitas dan juga pengalaman manajer yang harus dipertahankan agar lebih berkembang dan unggul dari pesaingnya.

b) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

- (1) Memberikan potongan harga kepada konsumen baik di pasar sasaran ataupun kepada konsumen yang langsung datang di warung makan. (W1, O1, O2) Dalam hal ini, Kedai Bunda seharusnya memberikan potongan harga terhadap konsumennya dengan memanfaatkan warung makan yang sudah terkenal dan melalui system online agar lebih menarik dan memberikan pengalaman yang baik bagi konsumennya.

(2) Melakukan kreatifitas dan inovasi untuk Kedai Bunda agar lebih berkembang dan menarik perhatian konsumennya (W1, W2, W3, O1, O2, O3, O4) Setiap warung makan tentu memiliki kreatifitas dan inovasi masing-masing agar tidak kalah bersaing dalam persaingan. Oleh sebab itu, Kedai Bunda seharusnya berkreatifitas dan berinovasi untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang agar lebih berkembang dan menarik dimata konsumennya.

c) Strategi ST (*Strengths-Threats*)

(1) Memaksimalkan aset yang dimiliki (S1, S2, S3, S4, S5, S6, T1, T2, T3, T4) Kedai Bunda harus memaksimalkan semua aset yang dimiliki agar mampu mengatasi segala ancaman ataupun persaingan yang dimiliki

(2) Melakukan kreatifitas dan inovasi untuk mengimbangi dan menghadapi pesaing yang lain. (S4, S5, S6, T1, T2, T3, T4) Zaman sekarang persaingan sangatlah ketat dan pesaing pun bermacam-macam menggunakan kreatifitas dan inovasi. Oleh sebab itu, Kedai Bunda harus lebih berkreatifitas dan berinovasi agar bisa menghadapi dan mamapu mengimbangi persaingan.

d) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

(1) Selalu berkreatifitas dan berinovasi untuk menghadapi kelemahan dan ancaman yang dimiliki (W1, W2, W3, T1, T2, T3, T4) Hal ini, dilakukan supaya mampu untuk bertahan di dalam sengitnya persaingan masa yang modern saat ini.

- (2) Meninjau kembali strategi agar sesuai dengan kondisi lingkungan dan perkembangan zaman (W1, W2, W3, T1, T2, T3, T4) Kedai Bunda harus meninjau atau mengatur ulang strategi yang dimiliki sesuai dengan lingkungannya agar bisa mengikuti perkembangan zaman supaya tidak kalah dari pesaingnya.