

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Usaha Kebab Blasan

Kebab Blasan adalah salah satu usaha yang bergerak pada usaha makanan kuliner, dalam pengelolaan usaha ini dengan cara yang cukup sederhana. Pada awal berdirinya usaha ini pada tanggal 24 Februari 2014 oleh Bapak Ajie Dwi Prasetyo, S. Kom. Dengan modal awal sekitar Rp. 15.000.000,00 dan menggunakan peralatan seadanya dalam pembuatan kebab, dengan modal yakin dan percaya diri alhamdulillah bisa bertahan sampai saat ini dan juga setiap tahun membuka satu outlet yang membuat penjumlahannya pun semakin meningkat.

Sebagai usaha baru didirikan, usaha ini juga sering mengalami masalah modal dan juga kesulitan dalam memenuhi bahan-bahan yang di perlukan, makanan kebab ini disebut makanan sehat siap saji, kenapa di sebut makanan sehat cepat saji, karena makanan ini terbuat dari daging dan sayur-sayuran yang pembuatannya tidak perlu waktu yang lama.

Kebab Blasan ini awalnya hanya memiliki 1 outlet dan sekarang sudah ada 6 outlet yang tersebar di Banjarmasin, lokasi outlet sekarang terletak di beberapa tempat yaitu : Jl. A. Yani KM 4 Kawasan Wisata Kuliner Baiman (Samping Flyover), Jl. A. Yani KM 14 Gambut (Samping SPBU Gambut), Jl. Sultan Adam (Samping J&T), Jl. Setoyo S (Samping Dennis Catering /

Angkringan Dek' Rini), Duta Mall Banjarmasin (Duta Rasa Lantai Dasar), dan Jl. A. Yani KM 5,9 Komplek Bunyamin Permai 2, Ray 5 No 7 sekaligus kantor usaha Kebab Blasan. Adanya usaha ini yang bertujuan untuk menyediakan lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan seperti mahasiswa, dan untuk mendapatkan keuntungan, supaya bisa menambah outlet agar pengangguran semakin berkurang.

Untuk varian yang ditawarkan di Kebab Blasan bermacam-macam yaitu: Kebab Junior, Kebab Omelete, Kebab Mushroom, Kebab Chiken, Kebab Veggies, Kebab Reguler, Kebab Sausage, Kebab Blackpepper, Kebab Meat Lovers, Kebab Cheese Mayo, Kebab Premiere, Patty Burger, dan Chiken Burger. Dari semua varian yang ditawarkan ada harga paling murah 15.000 sampai harga paling mahal 30.000, dan juga untuk jam buka ada yang dari siang jam 10.00 - 22.00 dan ada juga yang dari sore 17.30 – 23.00 setiap hari buka kecuali hari-hari besar.

Dalam awal pemasaran awalnya juga sangat sederhana hanya berjualan dipinggir jalan raya depan Komplek Bunyamin dan seiring dengan berkembangnya teknologi mulai memasarkan lewat media sosial yang berlangsung hingga saat ini, namun dalam hal pemasaran lewat media sosial ini juga masih menjadi kendala karena tidak bisa mempromosikan ke semua media sosial, hanya instagram yang diutamakan untuk saat ini.

2. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil riset yang penulis lakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada pemilik usaha Kebab Blasan, maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut :

Identitas Pemilik Usaha

Nama	: Ajie Dwi Prasetyo, S. Kom
Tempat Tanggal Lahir	: Banjarbaru, 11 April 1990
Agama	: Islam
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Status	: Menikah
Umur	: 29
Pendidikan	: S1 Komputer STIMIK.

Pada awalnya membuka usaha berjualan roti bakar yang berjalan selama 6 bulan, namun usaha roti bakar tidak meningkat penjualannya. Bermula dari suka makan kebab dan di tempat bekas berjualan roti bakar tidak ada jual kebab, di sana timbul ide untuk membuka usaha kebab, tidak disangka ternyata berjualan kebab lebih meningkat dari usaha sebelumnya. Dari sana lah kenapa usaha ini di beri nama Kebab Blasan.

Pada awal pemasaran Kebab Blasan ini hanya berjualan di pinggir jalan raya tidak melalui media sosial seperti sekarang ini, untuk target penjualan awalnya hanya untuk orang-orang yang melintas saja, perlahan mulai menawarkan di media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp dan

media sosial lainnya, dan hasilnya pun usaha ini semakin meningkat penjualannya dan semakin dikenal.

Alasan kenapa pemilik usaha Kebab Blasan memilih usaha ini karena pada saat itu masih tidak ada yang berjualan kebab disekitar lokasi tersebut, itu menjadi salah satu peluang usaha yang cukup menjanjikan, dan juga untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang hasilnya lebih meningkat dari usaha sebelumnya.

Usaha kebab ini bermula dari satu outlet yang pada awalnya memiliki satu karyawan dan pada akhirnya sudah memiliki lebih dari 15 orang karyawan, yang dimana karyawan untuk jaga setiap outlet berbeda-beda sesuai dengan jumlah konsumen yang berkunjung ke outlet tersebut dan ada beberapa outlet yang sudah tersebar di Banjarmasin.

Lokasi outlet yang sudah ada di Banjarmasin :

- Jl. A. Yani KM 4 Kawasan Wisata Kuliner Baiman (Samping Flyover).
- Jl. A. Yani KM 14 Gambut (Samping SPBU Gambut).
- Jl. Sultan Adam (Samping J&T).
- Jl. Setoyo S (Samping Dennis Catering / Angkringan Dek' Rini).

Buka setiap hari pukul 17.30 s.d. 23.00 WITA

- Duta Mall Banjarmasin (Duta Rasa Lantai Dasar).

Buka setiap hari pukul 10.00 s.d. 22.00 WITA

House Of Kebab Blasan :

- Jl. A. Yani KM 5,9 Komplek Bunyamin Permai 2, Ray 5 No.7

Buka setiap hari pukul 09.00 s.d. 17.30 WITA.

Varian menu yang di tawarkan oleh Kebab Blasan bervariasi, kebab mulai dari harga 15.000 sampai 30.000 dan burger yang harganya cuma 17.000 an. Selain itu di Kebab Blasan ini banyak topping yang bisa di tambahkan dalam kebab maupun burger.

Macam-macam menu Kebab Blasan :

- Kebab Junior (15.000) : kebab dengan isian sama seperti kebab reguler yang bedanya hanya ukuran untuk anak-anak.
- Kebab Omelete (15.000) : kebab yang berisi telur dadar dipadukan sayuran segar, saos dan mayones khas kebab blasan.
- Kebab Mushroom (17.000) : kebab yang berisi ampal jamur dengan bumbu khas kebab blasan di tambah sayuran segar.
- Kebab Chicken (18.000) : kebab dengan isian ayam pilihan diolah dengan bumbu yang khas serta sayuran segar dan saos spesial kebab blasan.
- Kebab Veggies (18.000) : kebab dengan isian full sayuran pilihan ditambah dengan jamur kancing, menu favorit bagi para vegetarian.
- Kebab Reguler (19.000) : kebab original yang berisi daging sapi ditaburi sayuran segar ditambah dengan saos khas kebab blasan.
- Kebab Sausage (21.000) : kebab yang berisi saos sapi dengan taburan lada hitam didalamnya, ditambah sayuran segar serta saos khas kebab blasan.

- Kebab Blackpepper (21.000) : kebab yang berisi daging sapi, ditambah sayuran segar dipadukan dengan saos blackpepper khas kebab blasan.
- Kebab Meat Lovers (22.000) : kebab tanpa sayuran dengan isian full daging sapi lebih banyak dari reguler kebab, khusus untuk para meat lovers.
- Kebab Cheese Mayo (22.000) : kebab yang berisi daging sapi, grilled onion, dipadukan dengan saos keju / cheese mayo khas kebab blasan.
- Kebab Premiere (30.000) : kombinasi yang sangat sempurna antara daging, keju, jamur smohed beef serta grilled onion dalam satu balutan tortilla crispy di campur dengan saos khas kebab blasan.
- Patty Burger (17.000) : roti burger yang dipadukan dengan daging beef party ditambah dengan sayur segar pilihan.
- Chiken Burger (17.000) : roti burger yang dipadukan dengan daging ayam crispy ditambah dengan sayur segar pilihan.

Dalam manajemen pengelolaannya, di dalam usaha Kebab Blasan ini memiliki pimpinan yang mengatur semua orang yang ada dalam usaha Kebab Blasan ini, dan semua yang ada dalam usaha ini bekerja sama dalam satu tim untuk memajukan usaha dan menjalankan sesuai dengan tugas masing-masing, dalam mencapai tujuan bersama.

B. Analisis Data

Berdasarkan data yang penulis peroleh, di dalam usaha Kebab Blasan mengenai manajemen pengembangan usaha dan juga kendalanya dalam menjalankan usaha ini, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Manajemen Pengembangan Usaha Kebab Blasan

Dalam mengembangkan usaha ini pemilik mampu membuka outlet baru setiap tahunnya, untuk penjualan selalu meningkat, dan juga karyawan selalu bertambah, dan sekarang sudah memiliki kantor usaha Kebab Blasan.

Dalam mengembangkan usaha ini, memiliki fungsi-fungsi manajemen, yaitu :

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan upaya untuk meraih atau mendapatkan sesuatu lebih terkoordinasi. Dalam hal perencanaan yang dilakukan pemilik usaha Kebab Blasan sangat baik. Karena beliau merencanakan segala sesuatu dengan matang, sebelum membuka usahanya dan melihat situasi serta respon masyarakat yang ada terlebih dahulu. Awal mulanya Kebab Blasan ini menawarkan di dekat pinggir jalan depan komplek Bunyamin 2, dari situlah beliau melihat bagaimana respon masyarakat terhadap Kebab Blasan. Dikarenakan respon masyarakat cukup baik. Barulah Bapak Ajie selaku pemilik usaha Kebab Blasan memutuskan untuk mendirikan usaha ini.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses pemberian perintah, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinir kepada setiap individu dan kelompok untuk menerapkan rencana. Pemilik usaha sekaligus pimpinan Kebab Blasan mengatur segala kegiatan kepada seluruh karyawan dan juga para timnya yang sudah memiliki tugas yang diberikan oleh pimpinan Kebab Blasan dalam mencapai tujuan yang sudah direncanakan.

c. Pengarahan

Pengarahan adalah proses untuk menumbuhkan semangat (*motivation*) pada karyawan agar dapat bekerja keras dan giat serta membimbing mereka dalam melaksanakan rencana untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Pemilik sekaligus pimpinan Kebab Blasan memberikan arahan kepada semua karyawannya untuk melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik dan juga mengatur semua timnya agar melakukan segala tugasnya masing-masing untuk kelancaran dan terlaksana apa yang ingin di capai dengan hasil yang memuaskan. Pimpinan usaha tidak sungkan menerima masukan dari timnya tentang apa-apa yang perlu dibenahi dalam kelancaran usaha.

d. Pengendalian

pengendalian adalah bagian terakhir dari proses manajemen, untuk semua bahan baku yang di jual sudah disiapkan dan sebar ke semua outlet oleh pemimpin usaha Kebab Blasan melalui timnya yang bertugas dan

sudah di perhitungkan untuk perharinya. Akan tetapi untuk lebih mengoptimalkan pencapaian tujuan yang akan di rencanakan pimpinan usaha Kebab Blasan tetap mengawasi kinerja karyawannya dan biasanya di awasi oleh timnya yang dipercayakan oleh pimpinan sesuai dengan tugasnya.

Dalam mengembangkan usaha ini, ada beberapa aspek yang perlu di perhatikan oleh Kebab Blasan, yaitu :

a. Aspek Manusia

Aspek manusia adalah salah satu faktor pendukung dalam keberhasilan usaha. Pemilik usaha Kebab Blasan sangat memperhatikan aspek manusia ini. Karena kata Bapak Ajie selaku pemilik usaha Kebab Blasan dalam menjalankan suatu usaha harus mempunyai karakteristik manusia yang rajin, jujur, amanah, memiliki sosialisasi dengan konsumen yang baik, beretos kerja tinggi, semangat serta selalu optimis dalam suatu pekerjaan.

Adapun proses dalam rekrutmen dan seleksi karyawan yang di lakukan oleh usaha Kebab Blasan secara umum diterapkan sebagai berikut:

1. Pembuatan informasi lowongan kerja di Kebab Blasan.
2. Seleksi calon karyawan melalui proses penerimaan berkas lamaran dan wawancara.

3. Melakukan training selama satu bulan sekaligus pelatihan langsung agar nantinya bisa menilai kerjanya apakah pantas dan siap bekerja.
4. Pengumuman hasil seleksi karyawan yang berdasarkan dari penilaian langsung pimpinan usaha Kebab Blasan.
5. Penempatan karyawan yang sudah diterima, ditempatkan diotlet yang sudah tersedia di Kebab Blasan.

Adapun pemutusan hubungan kerja (PHK) yang dilakukan oleh pimpinan usaha Kebab Blasan adalah dengan memberikan kesempatan dulu kepada karyawan yang dianggap kurang maksimal dalam bekerja untuk memperbaiki diri. Akan tetapi, apabila sudah melampaui batas atau kesalahan itu dilakukan berulang-ulang, maka dengan terpaksa pimpinan Kebab Blasan melakukan pemecatan. Tetapi pimpinan sekaligus usaha Kebab Blasan melakukan pemutusan hubungan kerja dengan secara baik-baik sesuai dengan prosedur yang ada.

b. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan faktor penunjang dari pendukung keberhasilan usaha. Faktor terpenting dalam masalah keuangan bukan hanya dalam hal besarnya dana yang dimiliki, tetapi terletak pada kepandaiannya mengelola keuangan yang ada. Dalam usaha Kebab Blasan ini, pimpinan usaha ini menggunakan modal yang sudah ada dan di kelola dengan baik. Disetiap ada permasalahan dana sedikit di usaha tersebut hanya perlu pinjaman dari sebagian anggota yang bersedia dalam waktu

yang tidak lama, dan pimpinan tidak mau mencari pinjaman dari pihak lain agar permasalahan yang ada teratasi dengan baik.

c. Aspek Manajemen dan Organisasi

Manajemen dan organisasi merupakan dua bagian yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Artinya manajemen merupakan bagian dari organisasi dan organisasi merupakan bagian dari manajemen. Dalam teori disebutkan bahwa manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan tersebut. Jadi, kedua bidang ini saling membutuhkan. Dapat diibaratkan kebetulan manajemen dan organisasi seperti tubuh manusia dengan darah manusia, jika satu tidak berfungsi, maka yang lain akan mati.¹

Dalam usaha Kebab Blasan ini memiliki manajemen dan organisasi yang dijadikan alat dalam pengelolaannya untuk mencapai tujuan bersama yang ingin dicapai. Setiap usaha dari yang kecil sekalipun membutuhkan manajemen yang baik untuk memastikan proses produksi, distribusi, dan penjualan berlangsung dengan baik. Pimpinan usaha ini mengatur orang-orang yang ada di dalam usaha Kebab Blasan menjalankan sesuai dengan tugasnya masing-masing, agar segala tujuan bersama bisa berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

d. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran berkaitan dengan strategi yang dilakukan pimpinan sekaligus pemilik usaha Kebab Blasan agar dapat efektif dalam

¹ Kasmir, *op, cit.*, hlm.

meraih *market share* yang telah ditentukan. Adapun aspek yang berkaitan dengan pemasaran adalah produk, harga, lokasi, promosi.

Dimana produk yang dijual Kebab Blasan tentunya halal lagi baik dan memiliki manfaat, mengenai harga menyesuaikan dengan harga yang berlaku pada umumnya, harga yang di tawarkan mulai dari harga kebab Rp 15.000,00 sampai harga kebab Rp 30.000,00. Usaha Kebab Blasan mempunyai lokasi yang cukup strategis, selain itu tempatnya ramai, tempatnya mudah untuk di cari, yang pasti tempatnya mudah untuk di kunjungi. Sedangkan dari promosi pada awalnya hanya jualan di pinggir jalan raya, dan akhirnya dengan berkembangnya teknologi dan berkembangnya media sosial menjadikan Kebab Blasan di ketahui banyak orang dari kalangan muda sampai yang tua.

Dalam pemasaran produknya, Kebab Blasan mengutamakan pelayanan yang ramah dan komunikasi yang baik dengan konsumen agar menciptakan hubungan yang baik dengan orang yang membeli, agar lebih maksimal dalam pelayanan dan memberi kenyamanan.

e. Aspek Produksi

Aspek produksi ini pendukung sekaligus penunjang keberlangsungan dalam sebuah usaha agar bisa selalu bertahan. Pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan

barang, baik barang jadi maupun barang setengah jadi. Dengan pengertian ini produksi dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan.²

Dalam aspek produksi disini, Kebab Blasan menggunakan bahan-bahan yang terbaik seperti daging, sayur-sayur yang segar dan terpilih yang di gunakan dalam pembuatan kebab, untuk meminimalisir kehabisan bahan pokok tersebut, diperiksa dahulu sebelum bahan pokok habis, untuk suplayer sekarang langsung di kirim dari jawa yang sudah melakukan kontrak terlebih dahulu dalam waktu yang lumayan lama, melakukan kontrak bertujuan agar bahan pokok harganya tidak mengalami kenaikan harga dan juga tidak mengalami kesulitan dalam pencarian bahan-bahan pokok yang menjadi keperluan dalam produksi pembuatan dalam usaha Kebab Blasan, untuk bahan yang lainnya tidak terlalu menjadi masalah dalam pencarian tanpa harus mesan dari jawa bisa di dapat.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ ۚ لغيرِ اللَّهِ
فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٢﴾

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

² Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 1999), hlm. 11.

Dalam pengembangan usaha ini, dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha Kebab Blasan. Bahwa pemilik usaha ini memiliki modal yang cukup, jadi tidak tergantung dengan modal seperti pinjaman, sehingga tidak memikirkan untuk bayar pinjaman seperti di Bank. Pembuatan Kebab yang terbuat dari bahan-bahan pilihan terbaik dan juga mengutamakan pelayanan yang baik, komunikasi yang baik dengan konsumen dengan menyesuaikan dengan usia, selalu ramah dan sopan dalam pelayanan. Agar konsumen yang membeli merasa puas dengan pelayanan. Memilih tempat yang strategis agar orang yang ingin menikmati kebab tidak terlalu jauh untuk mendapatkannya.

2. Kendala-kendala yang di hadapi Kebab Blasan dalam mengembangkan usaha

Masalah yang mendasar suatu usaha yang paling menonjol terutama dalam usaha kecil adalah menyediakan modal usaha. Kebutuhan modal usaha sangat diperlukan pada saat seseorang ingin memulai usaha baru. Dengan adanya motivasi dan kemauan yang kuat akan menampakkan hasil walaupun dengan modal yang ada.

Kendala yang dihadapi Kebab Blasan dalam mengembangkan usahanya adalah keterbatasan modal dan juga lokasi outlet yang pada awalnya harus melihat situasi tempat yang bagus, dalam permodalan sebenarnya pemilik usaha Kebab Blasan bisa saja meminjam uang kepada pihak bank, namun pemilik usaha sangat menghindari bisnis yang mengandung unsur riba. Ada pula yang menawarkan bisnis waralaba, namun pemilik usaha ini sangat

menjaga resep Kebab Blasan yang dikelolanya dan menjaga reputasi usaha miliknya, karena reputasi waralaba tergantung terhadap waralaba lain. Jika waralaba yang lain melakukan kesalahan yang mengakibatkan reputasi, maka hal ini juga dapat mempengaruhi waralaba yang dikelola. Maka dari itu pemimpin usaha memilih mengembangkan usaha miliknya sendiri.

Selain kendala di atas, faktor penghasilan akhir bulan atau tanggal tua berpengaruh pada menurunnya penjualan, dan menjadikan penjualan tidak stabil untuk beberapa hari kedepan.

Dalam pengembangan usaha ini, dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha Kebab Blasan. Kurang maksimal dalam promosi di media sosial sehingga penjualan tidak maksimal. Keadaan perekonomian yang menurun bisa menjadi penurunan dalam penjualan kebab. Munculnya pengusaha yang sama bisa menjadi kurangnya penjualan karena konsumen penasaran dengan yang baru.

Jika dilihat dari Analisis SWOT maka :

Di dalam usaha yang diteliti penulis ini memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi keberlangsungan usaha Kebab Blasan, maka diperlukan suatu analisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) digunakannya analisis ini untuk mengetahui posisi usaha yang diteliti dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga dapat diketahui apa yang menjadi kekuatan dan hambatan bagi kelangsungan bisnis yang diteliti. Pada pembahasan ini

pula akan digunakan analisis matrik SWOT. Setiap hubungan yang ada akan diberikan solusi atau strategi yang harus dilakukan.

a. Kekuatan yang di miliki Usaha Kebab Blasan :

- Memiliki cita rasa khas menjadikan Kebab Blasan ini menjadi makanan favorit di beberapa kalangan yang tidak pernah bosan walau beberapa kali menikmati.
- Pelayanan yang ramah dan sopan, sangat di utamakan agar melayani konsumen dengan baik, mau itu muda atau pun tua, dilayani semaksimal mungkin.
- Menggunakan bahan-bahan yang terbaik dalam pembuatan, yang pasti bahan-bahan yang di gunakan bersih, sehat, bergizi. Kenapa menggunakan bahan yang terbaik, supaya sehat untuk dikonsumsi konsumen.
- Selalu melakukan pembaharuan tampilan outlet dan variasi menu sehingga bisa menjadi daya tarik kepada konsumen.

b. Kelemahan yang dimiliki usaha Kebab Blasan :

- Terkendala dalam modal, mengalami kekurangan dalam perputaran dana yang ada.
- Jam buka tidak merata, ada sebagian outlet yang buka hanya mulai jam 5 sore dan ada outlet yang sudah buka mulai jam 10 siang, masih perlu pengaturan waktu.
- Kurangnya promosi sehingga masih banyak orang yang belum kenal dengan produk Kebab Blasan.

c. Peluang yang dimiliki usaha Kebab Blasan :

- Perekonomian masyarakat yang baik di wilayah kota Banjarmasin.
- Berkembangnya teknologi dan media sosial menjadi alat untuk memasarkan produk yang di jual agar semakin dikenal banyak orang, mempermudah dalam pemasaran yang lebih luas.
- Menarik konsumen dengan minat yang berbeda.
- Tersedianya lapangan pekerjaan untuk mengurangi jumlah pengangguran di Banjarmasin.

d. Hambatan yang dimiliki dalam usaha Kebab Blasan :

- Bermunculan para kompetitor baru.
- Banyak orang yang masih belum menikmati cita rasa kebab.
- Selera konsumen yang berubah-ubah dan bosan mempunyai pengaruh terhadap penurunan pembelian.

Tabel 4.1 Analisis Pendekatan Matriks SWOT³

	Strengths (S)	Weakness (W)
IFAS	<ul style="list-style-type: none"> - Makanan yang memiliki cita rasa khas. - Pelayanan yang ramah dan sopan. - Menggunakan bahan yang terbaik. -Selalu memperbaharui outlet dan varian menu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Terkendala dalam modal. - Jam buka tidak merata - Kurangnya promosi
EFAS		

³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), hlm. 83-84.

<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peluang ekonomi yang baik - Berkembangnya teknologi dan media sosial. - Menarik konsumen dengan minat yang berbeda. - Tersedianya lapangan pekerjaan 	<p style="text-align: center;">Strategi (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan cita rasa yang khas agar memperbesar peluang ekonomi mampu bertahan. - Menciptakan diversifikasi produk dengan memanfaatkan teknologi. - Pelayanan dan bahan terbaik digabung dengan pembaharuan varian menu dan outlet untuk daya tarik konsumen yang beragam. 	<p style="text-align: center;">Strategi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peluang ekonomi dengan membuat varian dengan harga yang lebih terjangkau agar kendala modal bisa teratasi - Memanfaatkan teknologi untuk mempermudah promosi dan pengenalan bisnis - Membuat satu outlet pusat yang buka 24 jam untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda.
<p style="text-align: center;">Threat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bermunculan para kompetitor baru. - Banyak orang yang masih belum menikmati cita rasa kebab. - Selera konsumen yang berubah-ubah dan bosan. 	<p style="text-align: center;">Strategi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cita rasa yang khas menjadi andalan dalam bersaing dengan kompetitor baru. - Memperbaharui tampilan outlet akan membuat orang lebih tertarik untuk mencoba menikmati cita rasa kebab. - Memperbaharui menu varian akan membuat konsumen tidak mudah bosan. 	<p style="text-align: center;">Strategi (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tetap mempertahankan rasa yang khas dan menjadikan kompetitor sebagai motivasi usaha - Membuat tampilan outlet yang berbeda disetiap cabangnya namun tetap dengan ciri khas ala kebablasan. - Konsistensi untuk selalu memperbaharui menu varian agar konsumen lebih loyal.

1. Strategi SO, Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi ST, Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh Kebab Blasan dengan cara mengatasi sebuah ancaman.
3. Strategi WO, Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengatasi kelemahan yang dimiliki.
4. Strategi WT, Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari segala macam ancaman

Dengan melihat uraian di atas, dapat kita ketahui bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan Kebab Blasan di Banjarmasin ini sudah bagus dalam perkembangan usahanya terutama dibagian aspek produksi, mereka menganggap bahwa strategi dalam pengembangan dari aspek produksi sangatlah penting, salah satunya dari segi bahan-bahan terbaik, bersih, sehat yang digunakan dan juga bermacam varian menu yang ditawarkan. Selain itu dalam pelayanan yang baik sangat di utamakan dalam Kebab Blasan.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT IFAS (*Internal Facktor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Facktor Analysis Summary*), berada pada SO, dengan demikian jenis strategi yang tepat untuk dilaksanakan adalah strategi pertahankan dan pelihara berupa penetrasi pasar dan pengembangan produk, adapun alternatif strategi yang dapat diterapkan

adalah dengan mempertahankan kualitas yang ada dengan harga yang terjangkau, melakukan inovasi pada produk baik varian menu dan promosi melalui teknologi dan media sosial lebih ditingkatkan. Dengan mempertahankan cita rasa yang ada tentunya agar dapat bersaing dan bertahan.