

ABSTRAK

Usaha rumah makan adalah salah satu bidang bisnis yang memiliki pertumbuhan yang menarik perhatian masyarakat luas karena terus mengalami peningkatan. Usaha rumah makan terus mengalami peningkatan disebabkan salah satunya oleh meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia dari tahun ke tahun.

Penelitian ini berjudul Formulasi Strategi Bisnis pada Rumah Makan, Studi Kasus pada Rumah Makan Gentong di Tasikmalaya dan Rumah Makan Sukamanah di Ciamis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa sajakah yang menjadi *key success factor* kedua rumah makan tersebut melalui matriks IFE dan EFE, matriks IE, dan matriks QSPM.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang berusaha menjelaskan dan menggambarkan karakteristik yang ada yang berkenaan dengan teori *strategic management*. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa RM. Gentong mempunyai nilai total skor untuk matriks IFE sebesar 3.23, sedangkan nilai total skor matriks EFE adalah 2.96. Hal ini membuat RM. Gentong berada dalam sel IV pada matriks IE dengan strategi yang paling tepat untuk diterapkan di sana menurut analisis dengan matriks QSPM adalah strategi penetrasi pasar.

Untuk RM. Sukamanah, nilai total skor matriks IFE dan EFE adalah sebesar 3.52 dan 3.38. Dengan hasil tersebut, RM. Sukamanah termasuk dalam sel I pada matriks IE. Menurut analisis menggunakan matriks QSPM, alternatif strategi yang paling cocok untuk diimplementasikan di rumah makan ini adalah strategi pengembangan pasar atau *market development*.

Keywords: Strategic Management, Key Success Factor, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, QSPM Matrix