

ABSTRAK

Kota Bogor merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki banyak keanekaragaman obyek wisata, baik alam, budaya, sejarah, sampai kuliner yang mampu menarik minat masyarakat untuk mengunjunginya. Hal ini menyebabkan bertumbuhnya berbagai kegiatan usaha di Kota Bogor, salah satunya adalah usaha rumah makan. Tingkat persaingan yang semakin tinggi mendorong setiap usaha rumah makan untuk dapat terus bertahan dan mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, Rumah Makan Pondok Bambu Tirza III yang telah berdiri lebih dari 20 tahun harus memformulasikan sebuah strategi yang dapat menjaga eksistensinya dalam usaha rumah makan di Kota Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja peluang dan ancaman yang dihadapi rumah makan serta kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, yang selanjutnya akan digunakan untuk merumuskan strategi bagi Rumah Makan Pondok Bambu Tirza III. Metode penelitian yang dipakai adalah kombinasi (*mixed method*) dengan jenis penelitian deskriptif. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pemilik dan staf Rumah Makan Pondok Bambu Tirza III. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu analisis Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks IE, Matriks SWOT, dan Matriks QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Makan Pondok Bambu Tirza III mempunyai total nilai matriks EFE sebesar 2.39 dan matriks IFE sebesar 2.48, yang pada matriks IE berada pada sel V, yaitu tahap *hold and maintain* (menjaga dan mempertahankan). Strategi yang tepat bagi rumah makan adalah strategi intensif, dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Analisis SWOT menghasilkan lima buah strategi yang diurutkan prioritas pelaksanaannya dengan matriks QSPM. Alternatif strategi yang dapat dilakukan rumah makan agar dapat bersaing dan meningkatkan usahanya adalah mengoptimalkan kegiatan promosi melalui berbagai media, menjaga kualitas produk makanan dan pelayanan kepada konsumen, mempertahankan penetapan harga yang terjangkau, melakukan evaluasi dan kajian kemampuan rumah makan dalam menghadapi persaingan dan secara bertahap mengimplementasikan hasil yang telah didapat, dan terakhir membuka cabang baru di lokasi lain yang strategis di Kota Bogor. Saran yang diajukan adalah menggencarkan upaya promosi dan iklan melalui surat kabar lokal, website, dan media sosial; membuat sistem manajemen jangka panjang dan organisasi tim yang kuat dalam mengelola usaha rumah makan.

Kata Kunci: formulasi strategi, matriks EFE, matriks IFE, matriks IE, analisis SWOT, matriks QSPM