

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RUMAH MAKAN PADANG DI KAMPUS UNIVERSITAS PELITA BANGSA MENGGUNAKAN METODE DELPHI

Salwa Hamidah¹, Silvia Nur Ramadhani², Sylva Hikmah Ramadhan³, Sunita Dasman⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa

s203.hmdh@gmail.com¹, silviarahmadani655@gmail.com²,
silahramadhan711@gmail.com³, sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id⁴

Abstract: *This study analyzes the business development strategy of Padang restaurants around Pelita Bangsa University using the Delphi method and SWOT analysis. This study focuses on two Padang restaurants, this study explores internal and external factors that affect business sustainability. The qualitative descriptive method was conducted from October to November 2024, involving owners and consumers. The results show strengths in taste and location, with opportunities for increasing demand. However, the weaknesses are in promotion and threats from raw material price necks. Strategy recommendations focus on optimizing strengths and opportunities to maintain competitiveness.*

Keywords: *Business Development, Padang Restaurant, Delphi Method, SWOT Analysis, Business Strategy.*

Abstrak: Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan bisnis rumah makan Padang di sekitar Universitas Pelita Bangsa dengan metode Delphi dan analisis SWOT. Penelitian ini berfokus pada dua rumah makan Padang, penelitian ini mengeksplorasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Metode deskriptif kualitatif dilakukan dari bulan Oktober hingga November 2024, dengan melibatkan pemilik dan konsumen. Hasil menunjukkan kekuatan pada cita rasa dan lokasi, dengan peluang peningkatan permintaan. Namun, kelemahannya terdapat dalam promosi dan ancaman dari leher harga bahan baku. Rekomendasi strategi fokus pada optimalisasi kekuatan dan peluang untuk mempertahankan daya saing.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Rumah Makan Padang, Metode Delphi, Analisis SWOT, Strategi Bisnis.

I. PENDAHULUAN

Pengembangan suatu usaha tidak dapat dipisahkan dari peran kewirausahaan sebagai aktor yang mengelola perusahaan (Thurik & Wennekers, 2004; Dhaliwal & Gray, 2008; Kao & Liang, 2001; Hussain & Yaqub, 2010). Dengan demikian, keberhasilan dalam menjalankan usaha sangat bergantung pada kemampuan mengelola dan melaksanakan ide-ide kewirausahaan (Thompson, 1999). Usaha kecil dan menengah berfungsi sebagai sarana bagi para wirausahawan untuk menjalankan profesi mereka, sehingga keberhasilan pengembangan

usaha sangat ditentukan oleh keterampilan kewirausahaan itu sendiri (Komala, 2011) dalam (Hastuti et al., 2015)

Pada tahun 2023, terdapat 1.278 rumah makan terdaftar di BPS Kabupaten Bekasi dalam sektor ekonomi kreatif. Kreativitas dalam kuliner tidak hanya berkaitan dengan penyajian yang menarik atau rasa yang enak, tetapi juga tentang memberikan elemen kejutan dan kepuasan kepada para konsumen. Menurut Kocoglu dan Sezgin (2016), “Kuliner kreatif membuka ruang untuk inovasi dan eksperimen dalam pembuatan makanan, memungkinkan koki untuk mengekspresikan identitas kreatif mereka melalui masakan.” Hal ini sejalan dengan penelitian Smith dan Richards (2017), yang menyatakan bahwa “Kuliner kreatif merupakan hasil kolaborasi antara keterampilan tradisional dan keinginan untuk menjelajahi batas-batas masakan.”(Hesti Sita Komala, 2024)

Indonesia kaya akan keragaman suku bangsa yang masing-masing memiliki karakteristik unik dalam kehidupan sosial. Beberapa suku bangsa di tanah air ini memiliki keunggulan dalam bidang kewirausahaan, salah satunya adalah suku Minang. Suku Minang memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan dengan suku lain yang juga unggul dalam berwirausaha(Hastuti et al., 2015). Suku Minang terkenal karena kemampuannya dalam bisnis dan perdagangan. Keahlian mereka sebagai wirausahawan kemungkinan besar dipengaruhi oleh tradisi merantau. Pengusaha Minang khususnya dikenal dalam industri kuliner, seperti yang terlihat pada rumah makan Padang (Munir, 2013).

Restoran didefinisikan sebagai tempat makan yang termasuk dalam kategori usaha menengah dan besar, sementara warung makan dikategorikan sebagai usaha kecil. Perbedaan klasifikasi ini memengaruhi cara pengelolaan dan penyajian makanan. Secara umum, pengelolaan restoran merupakan usaha keluarga yang ditandai dengan keterlibatan anggota keluarga (Naim et al., 1987).

Di rumah makan Padang, sistem kepegawaiannya berlandaskan asas "Badunsanak," yang menekankan pada kekeluargaan dan pembagian tugas yang jelas di antara pekerja. Tugas utama di rumah makan Padang meliputi memasak, menyambut dan melayani pelanggan, mencuci piring, serta tugas kasir. Pemilik rumah makan dan pekerja bertanggung jawab untuk memastikan kebutuhan hidup minimum karyawan terpenuhi melalui pekerjaan mereka. Pembayaran dilakukan dalam bentuk upah harian atau bulanan, bukan berdasarkan hasil penjualan.

Dalam hal penyajian, makanan biasanya disajikan dalam bentuk campuran. Untuk rumah makan Padang yang berukuran sedang atau besar, sistem pengupahan menggunakan metode bagi hasil atau “sistem mato,” yang juga dikenal sebagai “babagi” atau “bare tong.” Sistem ini bertujuan untuk menciptakan keadilan dalam pengelolaan pekerjaan sehari-hari dan meningkatkan rasa tanggung jawab di antara karyawan. Pengupahan dalam sistem mato didasarkan pada pembagian kerja dan prestasi, dengan hasil dihitung setiap 100 hari atau setiap 3 bulan (Naim et al., 1987) dalam (Hastuti et al., 2015).

Terdapat dua rumah makan padang di sekitar kampus Universitas Pelita Bangsa yang berada di jalan inspeksi kalimalang, no. 9 Cibat, Cikarang Selatan. Kedua rumah makan tersebut adalah Rumah Makan Padang Minang dan x Kedua rumah makan padang tersebut termasuk dalam kategori usaha kecil menengah dan mikro. Keberadaan rumah makan padang disekitar kampus Universitas Pelita Bangsa cukup memberikan kontribusi sehingga proses bisnisnya layak dikembangkan. Terkait pengembangan bisnis tersebut diatas, diperlukan suatu kajian untuk dapat mengidentifikasi faktor faktor eksternal dan internal dengan analisis SWOT dan Teknik Delphi.

II. KAJIAN TEORI

Pengembangan Bisnis

Menurut Sholihin (2006:26) dalam (Malik, 2020), pengembangan bisnis yang dilakukan oleh seorang wirausaha biasanya melibatkan beberapa tahap, sebagai berikut:

1. **Menghasilkan Ide Bisnis**

Setiap usaha yang akan dikembangkan oleh wirausahawan dimulai dari sebuah ide. Ide ini bisa berasal dari berbagai sumber, seperti inspirasi dari kesuksesan orang lain atau kemampuan wirausahawan dalam melihat peluang bisnis.

2. **Penyaringan Ide/ Konsep Usaha**

Ide usaha yang muncul masih berupa gambaran awal dan perlu diperjelas lebih lanjut. Pada tahap ini, wirausahawan harus merumuskan ide menjadi konsep yang lebih spesifik serta melakukan seleksi untuk menentukan ide mana yang paling potensial untuk dijadikan bisnis.

3. **Pengembangan Usaha**

Salah satu aspek penting yang harus diperhatikan wirausahawan adalah perhitungan laba rugi dari usaha yang akan dijalankan. Selain itu, perlu juga memprediksi kecenderungan

pasar, baik yang sedang berlangsung maupun yang akan datang. Rencana usaha ini menjadi pedoman dalam pelaksanaan bisnis.

4. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian

Saat melaksanakan rencana usaha, wirausahawan perlu mengarahkan sumber daya yang diperlukan, seperti modal, bahan, dan tenaga kerja, untuk memastikan kegiatan usaha dapat berjalan dengan baik.

Metode Delphi

Ciri khas Metode Delphi adalah perlakuan anonim terhadap semua peserta, seperti yang diungkapkan oleh Schroeder (2000) dalam (Herdhiansyah et al., 2013), untuk mengurangi pengaruh rasa sungkan atau penilaian terhadap posisi sosial peserta lain. Ciptomulyo (2001) menambahkan bahwa Metode Delphi memiliki beberapa karakteristik: (1) kemampuan untuk menampung opini subyektif individu secara iteratif dengan umpan balik yang terkontrol, (2) sifat anonim yang memungkinkan peserta menyampaikan pendapat tanpa adanya dominasi, dan (3) partisipasi aktif seluruh responden sejak awal dan dalam setiap putaran survei.

Barry dkk (2000) dalam (Herdhiansyah et al., 2013), mengidentifikasi tiga kelompok dalam Metode Delphi: (1) pengambil keputusan, yaitu sekelompok ahli yang berfungsi sebagai panel, (2) koordinator, yang bertanggung jawab untuk menyiapkan, mendistribusikan, dan merangkum informasi selama proses pengambilan keputusan, dan (3) responden, yang merupakan individu yang keputusan mereka dinilai.

Dalam praktiknya, responden diperlukan jika pengambil keputusan membutuhkan masukan sebelum mengambil keputusan. Namun, jika pengambil keputusan sudah dapat membuat keputusan secara mandiri, keberadaan responden menjadi tidak esensial. Oleh karena itu, Metode Delphi umumnya melibatkan dua kelompok: pengambil keputusan dan koordinator.

Pendekatan dapat dilakukan melalui wawancara langsung atau email, di mana tanggapan para pakar dianalisis dan dibandingkan, kemudian dilaporkan kembali kepada mereka untuk mendapatkan feedback (Graham dkk, 2003). Penggunaan Metode Delphi dalam pengambilan keputusan melalui wawancara berulang memungkinkan partisipan untuk menyampaikan pendapat tanpa tekanan dari pihak lain (Ciptomulyo, 2001). Penelitian ini memilih Metode Delphi karena (1) kemudahan dalam memperoleh informasi dan kebebasan berpendapat dari para ahli tanpa mengganggu aktivitas mereka, (2) cepatnya mencapai konsensus, (3)

fleksibilitas lokasi peserta, (4) jangkauan berbagai keahlian, (5) pencegahan groupthink, (6) peramalan yang lebih spesifik dan terarah, serta (7) kemampuan untuk memberikan gambaran yang lebih akurat dan profesional tentang kondisi di masa depan, sehingga penelitian diharapkan mendekati realitas.

Metode SWOT

Menurut Suriono (2022) dalam (Rika, 2024), analisis SWOT adalah suatu proses yang digunakan untuk menemukan kecocokan strategis antara peluang yang ada di lingkungan eksternal perusahaan dan kondisi internal perusahaan, sambil mempertimbangkan ancaman dari luar serta kelemahan yang dimiliki. Metode ini berfungsi untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi organisasi. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman.

Pada tahap awal analisis SWOT, penting untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness) internal perusahaan. Kekuatan bisa mencakup reputasi merek yang baik, keunggulan dalam teknologi, kualitas sumber daya manusia, atau efisiensi operasional yang tinggi. Di sisi lain, kelemahan dapat mencakup keterbatasan infrastruktur, kekurangan tenaga kerja, proses produksi yang tidak efisien, atau kurangnya inovasi dalam produk dan layanan.

Setelah menentukan kekuatan dan kelemahan, langkah selanjutnya adalah menganalisis lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan. Peluang mungkin meliputi ekspansi ke pasar baru, peningkatan permintaan konsumen, kemajuan teknologi, atau perubahan regulasi industri. Sedangkan ancaman dapat berasal dari peningkatan persaingan, perubahan kebijakan pemerintah, perubahan tren pasar, atau pergeseran preferensi konsumen (Syahputra, 2024) dalam (Rika, 2024).

Analisis SWOT juga merupakan alat yang efektif dalam merumuskan strategi, karena dapat membantu pengambil keputusan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sekaligus mengurangi kelemahan internal dan dampak dari ancaman yang ada.

Matriks IFAS dan EFAS

Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) atau IFE (Internal Factors Evaluation) adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dalam

perusahaan, yang mencakup kekuatan dan kelemahan yang penting bagi perusahaan atau objek yang diteliti (Malonda & Moniharapon, 2019). Di sisi lain, Matriks EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary) atau EFE (External Factors Evaluation) berfungsi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor eksternal, termasuk peluang dan ancaman yang relevan. Kedua matriks ini membantu dalam menyusun faktor-faktor strategis dalam analisis SWOT, menggambarkan bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan peluang dan ancaman eksternal berdasarkan kekuatan dan kelemahannya. Dari analisis ini, dihasilkan empat alternatif strategi: strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT (Tambunan & Agushinta R, 2020) dalam (Rika, 2024).

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan akan dilaksanakan dari bulan Oktober hingga November 2024. Penelitian ini dilakukan di rumah makan Padang yang berada di sekitar kampus Universitas Pelita Bangsa, Kecamatan Cikarang Selatan. Responden terdiri dari pihak internal, yaitu pemilik rumah makan, dan pihak eksternal, yaitu konsumen tetap. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode Delphi, analisis IFE (*Internal Factors Evolution*) dan EFE (*Exsternal Factors Evolution*), analisis tersebut digunakan guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan yang menyertakan potensi peluang dan ancaman yang berhubungan dengan perusahaan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)

FAKTOR STRATEGIS	BOBOT	RATING	SKOR
<i>Strenght (S)</i>			
Selalu menjaga cita rasa	3	4	12
Memberikan pelayanan terbaik	2	3	6

FAKTOR STRATEGIS	BOBOT	RATING	SKOR
Opportunity (O)			
Permintaan konsumen yang meningkat	3	3	9
Berinovasi dengan menambahkan varian menu	3	4	12
Kemudahan akses	4	3	16
SKOR TOTAL OPPORTUNITY	10		37
Threats (T)			
Harga bahan baku yang tinggi	4	3	12
Perubahan selera konsumen	4	1	4
Tidak adanya pengembangan ide yang berlanjut	2	2	4
SKOR TOTAL THREATS	10		20

Berdasarkan tabel 1. IFAS terlihat bahwa warung makan Padang (nama resto) memiliki skor kekuatan (strength) sebesar 34. Hal ini menunjukkan bahwa banyak faktor internal yang mendukung keunggulan kompetitif rumah makan Padang. Di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan (weakness) yang perlu diperbaiki dengan skor sebesar 24. Kelemahan-kelemahan ini mungkin dapat menghalangi warung makan Padang (nama resto) untuk mencapai tujuannya. Skor ini menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar daripada kelemahannya. Namun, perlu diingat bahwa warung makan Padang (nama resto) harus terus fokus dalam mengatasi kelemahan yang dimiliki untuk terus meningkatkan persaingan dan mencapai tujuan bisnisnya.

Table 1. EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary)

Harga yang relatif terjangkau	2	3	4
Lokasi usaha yang strategis	3	4	12
SKOR TOTAL STRENGHT	10		34
Weakness (W)			
Strategi promosi yang kurang	2	2	4
Fasilitas untuk makan di tempat kurang nyaman	3	4	12
Jumlah tenaga kerja yang sedikit	3	2	6
Tidak menyediakan layanan Grabfood dan Gofood	2	1	2
SKOR TOTAL WEAKNESS	10		24

Berdasarkan tabel 2. EFAS memiliki peluang besar untuk berkembang dengan skor 37 yang menunjukkan banyak faktor eksternal yang mendukung pencapaian tujuannya. Namun, terdapat ancaman dengan skor 20 yang perlu diwaspadai karena dapat menghambat pencapaian tujuan. Skor ini menunjukkan kekuatan lebih dominan daripada kelemahan. Meskipun

demikian, penting bagi warung makan Padang (nama resto) untuk mengatasi kelemahannya agar terus meningkatkan daya saing dan mencapai tujuan bisnis.

V. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengembangan bisnis rumah makan Padang di sekitar kampus Universitas Pelita Bangsa, melalui analisis SWOT dan metode Delphi, menunjukkan kekuatan signifikan dalam cita rasa dan lokasi yang strategis, namun masih terdapat kelemahan seperti strategi promosi yang kurang efektif dan fasilitas makan di tempat yang perlu ditingkatkan. Peluang utama terletak pada peningkatan permintaan konsumen dan inovasi varian menu, sedangkan ancaman meliputi harga bahan baku yang tinggi dan perubahan selera konsumen. Dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman, diharapkan rumah makan Padang ini dapat mempertahankan daya saing dan mencapai tujuan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, P. C., Thoyib, A., Troena, E. A., & Setiawan, M. (2015). The Minang Entrepreneur Characteristic. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 819–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.108>
- Herdhiansyah, D., Sutiarto, L., Purwadi, D., & Taryono. (2013). Kriteria Kualitatif Penentuan Produk Unggulan Komoditas Perkebunan dengan Metode Delphi di Kabupaten Kolaka-Sulawesi Tenggara. *Agritech*, 33(01), 60–69.
- Hesti Sita Komala, A. H. D. P. (2024). *Tantangan dan Peluang Restoran Padang di Indonesia*. <https://unair.ac.id/tantangan-dan-peluang-restoran-padang-di-indonesia/>
- Malik, I. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.29103/njiab.v3i1.3051>
- Munir, M. (2013). Hidup Di Rantau Dengan Damai: Nilai-Nilai Kehidupan Orang Minangkabau Dalam Menyesuaikan Diri dengan Lingkungan Budaya Baru. *Prosiding The 5th International Conference on Indonesian Studies: "Ethnicity and Globalization,"* 27–41.
- Rika, T. U. (2024). *MENYAJIKAN KELEZATAN DAN KEUNTUNGAN DENGAN METODE ANALISIS SWOT PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN PADANG PILIANG JAYA)* Ri. 2(2), 1806–1818.