

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kewirausahaan

Kewirausahaan di sektor kuliner, khususnya rumah makan, telah menjadi salah satu pilihan utama bagi banyak individu yang ingin memulai bisnis. Kewirausahaan adalah usaha yang dilakukan secara mandiri oleh individu atau kelompok yang memiliki tujuan dan persepsi yang sama (Muniarty et al., 2021). Upaya ini mencakup pencarian ide dan inovasi untuk membuat atau memperoleh barang atau jasa, yang kemudian digunakan untuk mencapai keuntungan komersial dan sosial. Sedangkan, menurut Askandar & Susyanti (2018) Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menghasilkan nilai melalui inovasi dan kreativitas. Sementara itu, menurut Robbin & Coulter dalam (Rahim & Basir, 2019) Kewirausahaan adalah proses dimana seseorang atau kelompok orang menggunakan upaya dan peluang yang terorganisir untuk menciptakan nilai untuk tumbuh dan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui inovasi dan keunikan, terlepas dari sumber daya yang digunakan.

Sehingga, kewirausahaan adalah proses di mana individu atau kelompok berusaha untuk membangun dan mengelola bisnis salah satunya di bidang kuliner, dengan tujuan menghasilkan nilai melalui kreativitas dan inovasi. Dalam upaya ini, perlunya mencari ide baru untuk membuat menu yang menarik, mengelola operasi dengan baik, dan membangun strategi pemasaran yang menarik pelanggan. Kewirausahaan rumah makan juga memerlukan kemampuan untuk mengatasi masalah seperti persaingan yang ketat dan menjaga kualitas dan konsistensi layanan serta beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi pelanggan.

2.1.1 Produksi

Menurut Mahfuz (2020) “Produksi adalah kegiatan ekonomi utama. Tujuan utama produksi adalah untuk menghasilkan barang dan jasa atau untuk menghasilkan dan menambah nilai dari barang dan

tersebut. Produksi juga dapat dilihat sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan mendapatkan keuntungan”.

Dalam teori produksi memberikan penjelasan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya (Ali, 2013). Beberapa poin yang menggambarkan dalam kondisi produksi, yaitu pemilihan bahan baku berkualitas dan proses produksi efisien. Teori produksi menjelaskan hubungan antara faktor-faktor produksi, yang juga dikenal sebagai input, dengan tingkat produksi yang dihasilkan, yang disebut output, dan dapat dinyatakan dalam bentuk fungsi produksi serta tingkat produksi yang tercipta (Hutauruk, 2023).

2.1.2 Pemasaran

Menurut Ariyanto et al (2023) “Pemasaran adalah sebuah proses manajerial yang mengakibatkan individu atau kelompok yang ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan, yaitu dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang mempunyai nilai kepada pihak lain”. Menurut Kotler dalam (Rambe & Aslami, 2021) mengatakan bahwa pemasaran adalah bekerja dengan pasar sasaran untuk membuat kesepakatan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Oleh karena itu, keberhasilan pemasaran dianggap sebagai kunci keberhasilan suatu perusahaan. Sementara itu, menurut Stanton dalam (Arjuna et al., 2024), “Pemasaran adalah keseluruhan sistem operasi perusahaan yang difokuskan pada perencanaan, penetapan harga, periklanan, dan pendistribusian jasa atau produk yang memenuhi permintaan pelanggan, baik pembeli sekarang maupun calon pembeli”.

Pengusaha harus memiliki strategi pemasaran yang efektif dalam keadaan pasar yang semakin kompleks ini untuk memastikan bahwa barang mereka tidak hanya laku dijual dipasaran, tetapi juga mampu bersaing dan bertahan dalam persaingan saat ini. Strategi pemasaran

adalah kumpulan tujuan, sasaran, dan kebijakan yang mengarahkan upaya pemasaran perusahaan pada berbagai tingkatan dan acuan, terutama sebagai tanggapan perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan persaingan (Arjuna et al., 2024). Terdapat 4 indikator dalam strategi pemasaran untuk sebuah bisnis usaha rumah makan yaitu strategi produk, strategi harga penjualan, strategi distribusi, dan strategi promosi.

2.1.3 Sumber Daya Manusia

Menurut Huzain (2021) “Sumber daya manusia adalah sumber daya yang memiliki potensi, kontribusi dan peran yang berpengaruh terhadap upaya pencapaian tujuan organisasi. Jadi, sumber daya manusia (SDM) adalah semua orang yang terlibat yang bekerja untuk mencapai tujuan perusahaan”. Menurut Hasibuan dalam (Samsuni, 2023) “Sumber daya manusia merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan daya fisik yang dimiliki individu”.

Untuk meningkatkan kinerja SDM maka dilakukan penyaringan selama proses seleksi melalui wawancara, tes, dan pemeriksaan latar belakang pelamar (Abdullah, 2017). Selain itu, dalam meningkatkan kinerja karyawan, perlu ada sistem yang dirancang secara strategis agar kebutuhan perusahaan dan kebutuhan karyawan dapat dipenuhi dengan mudah (Samsuni, 2023).

2.1.4 Keuangan

Menurut Diani, (2020) “Keuangan adalah mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung risiko dalam menjalankan proyek mereka”. Sedangkan menurut (Utami, 2022) “Keuangan dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menemukan dan mengelola uang, sehingga keuangan berkaitan dengan bagaimana mendapatkan uang dari berbagai sumber

dan bagaimana mengalokasikan dana atau uang yang terbatas”.

Fungsi keuangan merupakan salah satu fungsi yang vital dalam sebuah organisasi, baik dalam bidang bisnis maupun non bisnis, yang mendorong mobilisasi tabungan untuk digunakan secara produktif melalui investasi, sehingga sektor keuangan menjadi penting bagi keberlanjutan organisasi, terutama organisasi bisnis (Astuti et al., 2022).

2.2 Analisis SWOT

2.2.1 Pengertian Analisis SWOT

Menurut Phadermrod et al (2019), menyatakan analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang membantu organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal mereka, serta peluang dan ancaman eksternal. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi sebuah alat strategi bisnis untuk menilai bagaimana suatu organisasi dibandingkan dengan pesaingnya (Phadermrod et al., 2019). Menurut Hasbullah et al (2021) empat bagian dalam analisis SWOT ini mengidentifikasi pertimbangan internal atau eksternal yakni, kekuatan (strengths) mengacu pada elemen internal organisasi yang memfasilitasi pencapaian tujuannya, sedangkan kelemahan (weaknesses) adalah elemen internal yang mengganggu keberhasilan organisasi, peluang (opportunities) menjadi aspek eksternal yang membantu organisasi mencapai tujuannya, dan ancaman (threats) di sisi lain, merupakan aspek lingkungan eksternal organisasi yang menjadi hambatan atau hambatan potensial untuk mencapai tujuannya.

Matriks SWOT merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk menyusun faktor –faktor strategis perusahaan , matriks SWOT ini dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan oleh perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, matriks SWOT ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis dengan kata lain matriks SWOT dapat digunakan untuk menentukan keputusan atau kebijakan

strategis perusahaan (Kamaluddin, 2020).

Matriks IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary) atau IFE (Internal Factors Evaluation) berdasarkan konsep David (2017) adalah matriks yang digunakan untuk mengetahui faktor internal perusahaan yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting kepada perusahaan atau objek penelitian. Sedangkan, Matriks EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary) atau EFE (External Factors Evaluation) berdasarkan konsep David (2017) adalah matriks yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor eksternal perusahaan terkait peluang dan ancaman perusahaan atau penelitian objek. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan di pasar industri tempat perusahaan berada, serta data eksternal lain yang relevan. Hal ini penting karena faktor eksternal mempengaruhi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung (Afifah & Formen, 2023). Faktor eksternal perusahaan berkaitan dengan peluang dan ancaman (Husein et al., 2008).

Menurut Wiagustini & Permatawati (2015) setelah identifikasi faktor langkah selanjutnya adalah perhitungan bobot dan rating yang berfungsi sebagai landasan penentuan posisi perusahaan dalam bisnis. Hal ini penting diketahui sebagai dasar perusahaan untuk menjalankan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Bobot ditentukan mulai dari angka 0 – 1, artinya hasil akumulasi dari kekuatan dibandingkan kelemahan dan hasil akumulasi dari peluang dibandingkan dengan ancaman.

2.2.2 Tujuan Analisis SWOT

Tujuan analisis SWOT adalah menuntun pada analisis metode dengan mengarahkan analisa kepada kelebihan, kekurangan, kesempatan dan resiko (Mufarridun et al., 2023). Tujuan lain analisis SWOT adalah

guna membenarkan sebab-sebab baik dari dalam maupun luar lembaga yang sudah diteliti. Jika ditemukan kekeliruaan, maka harus mengelola strategi guna menjaga serta memaksimalkan kesempatan yang ada secara maksimal supaya strategi tersebut dapat berjalan sebaik mungkin. Selain itu suatu lembaga juga harus memperbaiki kekurangan yang muncul agar menjadi kelebihan serta menangani resiko yang ada (Salim & Siswanto, 2019:3).

2.2.3 Manfaat Analisis SWOT

Manfaat analisis SWOT adalah merupakan strategi bagi para stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepan terhadap kualitas internal maupun eksternal (Relina et al., 2019). Selain itu, menurut Wibowo (dalam Harita et al., 2022), secara umum manfaat analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan jadi lebih memahami kekuatannya dan memberi rekomendasi untuk meningkatkannya.
2. Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
3. Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.

2.2.4 Unsur-Unsur Analisis SWOT

Analisis SWOT ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman. Berikut unsur-unsur analisis SWOT menurut Salim & Siswanto (2019:2).

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri,

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek, atau konsep yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.

3. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri misalnya, *competitor*, kebijakan pemerintah, dan kondisi lingkungan sekitar.

4. *Threat* (Ancaman)

Threat merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek, atau konsep itu sendiri.