

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner, khususnya bisnis restoran, mengalami pertumbuhan yang signifikan di Provinsi Bali, terlebih lagi setelah pandemi Covid-19. Merujuk data terbaru Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali, jumlah restoran dan warung makan di Provinsi Bali melesat signifikan dari 2.864 pada 2019 menjadi 4.429 pada 2023. Artinya, terjadi kenaikan 55% (BPS Provinsi Bali, 2024).

Sektor restoran dan penyediaan makanan dan minuman berkontribusi signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) non-migas di Provinsi Bali. Berdasarkan data terbaru, sektor ini menyumbang sekitar 17% hingga 18,4% terhadap total Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Bali, menjadikannya salah satu kontributor utama di antara sektor non-migas lainnya. Kontribusi ini bahkan meningkat selama beberapa triwulan terakhir, terutama didorong oleh pemulihan pariwisata setelah dampak pandemi Covid-19 (BPS Provinsi Bali, 2024).

Sektor ini termasuk dalam kategori akomodasi dan penyediaan makanan-minuman, yang bersama dengan sektor transportasi dan jasa lainnya, membentuk tulang punggung ekonomi Provinsi Bali yang sangat bergantung pada pariwisata. Dalam konteks pemulihan ekonomi, sektor ini tumbuh sekitar 25,69% tahun-ke-tahun atau *year on year* (yoy) pada 2022, menyoroti perannya yang krusial dalam meningkatkan daya saing ekonomi Bali (Data boxes, 2022).

Pertumbuhan industri kuliner ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat, peningkatan daya beli, serta tren wisata kuliner yang semakin digemari. Restoran tidak hanya menjadi tempat untuk makan, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman sosial, budaya, dan hiburan yang bernilai bagi konsumen. Dalam konteks ini, setiap restoran perlu terus meningkatkan daya saingnya agar tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang kompetitif. (Mashuri, 2020)

Persaingan di industri restoran semakin ketat, seiring dengan banyaknya restoran baru yang muncul dengan konsep inovatif. Hal ini menambah kompleksitas bagi restoran yang sudah lama berdiri karena harus bersaing tidak hanya dengan sesama restoran konvensional, tetapi juga dengan layanan kuliner lainnya, seperti

food truck, *street food*, dan aplikasi pesan antar yang semakin digemari oleh konsumen (Wahyudi, 2021). Situasi ini menunjukkan pentingnya strategi yang berfokus pada peningkatan daya saing untuk menjaga loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

Restoran perlu memahami berbagai faktor yang mempengaruhi daya saing mereka, baik dari aspek internal maupun eksternal. Analisis terhadap faktor internal seperti kualitas produk, pelayanan, dan efisiensi operasional, dapat membantu restoran mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan mereka (Pratama, 2019). Di sisi lain, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perubahan pola konsumsi, dan perkembangan teknologi juga sangat mempengaruhi performa restoran di pasar yang kompetitif (Handoko, 2018). Pengenalan dan pemahaman mendalam terhadap kedua faktor ini sangat penting untuk menentukan strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan daya saing.

Dalam hal ini, analisis faktor internal dan eksternal menjadi pendekatan yang strategis untuk memahami kondisi bisnis secara lebih mendalam. Dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan, restoran dapat mengenali area yang memerlukan perbaikan sekaligus aspek yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Sementara itu, analisis faktor eksternal memungkinkan restoran untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar, mengantisipasi perubahan, dan merespons perkembangan teknologi yang relevan bagi industri kuliner (Adam Kurniawan, 2023).

Selain faktor-faktor tersebut, tren digitalisasi yang semakin pesat juga mempengaruhi daya saing restoran. Kehadiran media sosial dan aplikasi pesan antar, misalnya, menciptakan saluran baru yang memudahkan restoran untuk berinteraksi dengan konsumen dan memperluas jangkauan pemasaran mereka (Setiawan, 2020). Restoran yang mampu mengadaptasi teknologi dengan baik dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan menawarkan pengalaman yang lebih personal. Namun, adaptasi teknologi ini juga memerlukan pemahaman terhadap tren dan preferensi konsumen, sehingga analisis eksternal menjadi penting untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran.

Perubahan preferensi konsumen juga memainkan peran penting dalam menentukan strategi bisnis restoran. Konsumen saat ini lebih mengutamakan faktor kesehatan, keberlanjutan, dan kenyamanan dalam memilih tempat makan. Misalnya, banyak konsumen yang mulai mencari makanan sehat dan ramah lingkungan, sehingga

restoran perlu menyesuaikan menu dan konsep mereka agar sesuai dengan preferensi ini (Nugraha, 2021). Menyusun strategi yang berorientasi pada pelanggan menjadi salah satu cara bagi restoran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing.

Dalam persaingan yang ketat ini, restoran juga perlu memperhatikan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, yang mencakup kualitas makanan, kecepatan layanan, kebersihan, dan atmosfer yang nyaman. Restoran yang dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan cenderung memiliki daya tarik yang lebih kuat dan mampu membangun loyalitas pelanggan (Hidayat, 2023). Pengalaman pelanggan yang positif ini dapat menjadi nilai tambah bagi restoran dan membedakan mereka dari pesaing.

The Lawn *Restaurant* di Canggu Bali, telah menjadi salah satu destinasi kuliner yang populer di kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara. Berlokasi strategis di tepi pantai, The Lawn *Restaurant* menawarkan suasana yang santai dengan pemandangan laut yang menawan, menjadikannya pilihan utama untuk bersantai dan menikmati makanan khas. Namun, persaingan di industri restoran di kawasan wisata seperti Canggu Bali semakin ketat, dengan munculnya berbagai restoran dan beach club baru yang menawarkan konsep serupa.

Dalam menghadapi dinamika pasar ini, sangat penting bagi The Lawn *Restaurant* untuk memahami posisinya di antara kompetitor yang ada. Salah satu pendekatan yang efektif untuk mencapai hal ini adalah dengan melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan yang dapat diperkuat, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi. Dengan demikian, hasil analisis ini tidak hanya memberikan gambaran tentang posisi The Lawn *Restaurant* saat ini, tetapi juga membantu menyusun strategi untuk meningkatkan daya saingnya di pasar yang terus berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, restoran perlu melakukan suatu analisis SWOT secara menyeluruh sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada, restoran dapat merumuskan strategi yang lebih terarah dan efektif untuk mempertahankan serta meningkatkan daya tarik mereka di mata konsumen. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) dapat

diimplementasikan dalam perencanaan strategi restoran guna mendukung daya saing mereka di industri yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat pemaparan yang disampaikan pada latar belakang diatas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dapat mempengaruhi daya saing restoran dalam industri makanan dan minuman?
2. Strategi apa yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing restoran?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang disampaikan yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang mempengaruhi daya saing restoran dalam industri makanan dan minuman.
2. Merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing restoran berdasarkan hasil analisis SWOT.

1.4 Batasan Masalah.

Batasan masalah untuk penelitian berjudul "Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Kasus pada *The Lawn Restaurant* Canggu Bali)":

1. Lingkup Analisis

Penelitian ini berfokus pada analisis internal (kekuatan dan kelemahan) serta analisis eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi daya saing *The Lawn Restaurant* di Canggu, Bali. Faktor-faktor yang dianalisis dibatasi pada aspek yang berkaitan langsung dengan strategi pemasaran, manajemen operasional, dan daya tarik pelanggan.

2. Objek Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada *The Lawn Restaurant* di Canggu, Bali, sehingga hasil analisis tidak secara langsung mencakup restoran lain di wilayah tersebut atau di luar Bali.

3. Metode Analisis

Metode yang digunakan dibatasi pada analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk identifikasi faktor strategis serta evaluasi dampaknya terhadap daya saing usaha.

4. Aspek Daya Saing yang Dianalisis

Daya saing usaha yang dianalisis dibatasi pada tiga aspek utama:

- Keunggulan layanan dan produk (misalnya, kualitas makanan, suasana, dan konsep restoran).
- Strategi pemasaran (misalnya, promosi, segmentasi pasar, dan hubungan pelanggan).
- Pengaruh lingkungan eksternal (misalnya, tren wisatawan, perubahan kebijakan, atau kondisi ekonomi lokal).

1.5 *State Of The Art*

State of the art dalam penelitian adalah proses merangkum penelitian sebelumnya untuk menemukan kesenjangan dalam penelitian dan mengklaim ceruk pasar untuk penelitian baru. *State of the art* merupakan bagian penting dalam pengembangan materi atau topik penelitian. Penelitian terdahulu penulis tampilkan agar mendapatkan acuan dan bahan perbandingan terkait dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Disamping itu penelitian terdahulu ditampilkan untuk menghindari kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Berikut adalah akan ditampilkan 5 penelitian dari Jurnal Nasional:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Wijaya dan Mario Andrias Kiton tahun 2021 dengan judul Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kuliner (Studi Kasus Pada Doppio Me Cofee), pada Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia Volume II No. 1 Desember 2021 Halaman 14-21 ISSN 2746-6302.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Doppio me coffee Medan dalam meningkatkan daya saing menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: sudah ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Doppio. me *coffee* Medan namun belum sepenuhnya dijalankan, seperti dari strategi WO yaitu membuat daftar menu yang tidak tersedia pada hari tersebut, menambah area lokasi parkir kendaraan roda 4 (empat) dan selalu menyediakan stok bahan kopi untuk setiap menu yang ada di daftar menu (Desi Wijaya, 2021)

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Winda Hardiyanti Damanik, Novia Endiyani, Rakhmawati Purba pada tahun 2022 dengan judul Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi, pada jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3), Oktober 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Batanghari Jambi, ISSN 1411-8939 (Online), ISSN 2549-4236, DOI 10.33087/jiubj.v22i3.2859

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi dan manfaatnya dapat memberikan bahan masukan bagi perusahaan Lim's Cafe and Resto dalam meningkatkan daya saing dengan menggunakan strategi analisis SWOT serta memberikan manfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Hasil penelitian ini adalah:

- a. Berdasarkan hasil identifikasi dari faktor internal Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi mempunyai nilai 3,35 menunjukkan strategi perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan berada di atas rata-rata dan kondisi internal pada perusahaan ini cenderung kuat. Hal ini sangat bagus karena telah berada diatas total nilai 2,5. Sedangkan total nilai yang dibawah 2,5 menunjukkan ciri organisasi yang lemah secara internal.
 - b. Berdasarkan hasil penilaian dari faktor eksternal Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi mempunyai nilai 2,60 menunjukkan strategi perusahaan dalam memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman yang akan dapat mempengaruhi perusahaan berada di atas rata-rata dan kondisi eksternal pada perusahaan ini cenderung kuat. Hal ini sangat bagus karena telah berada diatas total nilai 2,5. Sedangkan total nilai yang dibawah 2,5 menunjukkan ciri organisasi yang lemah secara eksternal.
 - c. Dari hasil perbandingan sektor internal dan eksternal posisi kemampuan perusahaan dalam persaingan, berada di posisi strategi pertumbuhan yang agresif, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki (Sri Winda Hardiyanti Damanik, Novia Endiyani, 2022)
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Afsari dan Eva Rachmawati dengan judul Tinjauan Tentang Penerapan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing

Perusahaan (Studi Kasus Pada King Café), pada Jurnal JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan) Volume 1 Nomor 2 Halaman 109-119 Bandung, Juli 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada King Cafe. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi berbagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman).

Hasil dari penelitian ini adalah Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Perusahaan pada King Cafe dengan tabel Matrik IFAS dan EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,97 dan nilai EFASnya adalah 2,83 Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing perusahaan pada king cafe berada di sel nomor lima (growth), yaitu suatu keadaan dimana usaha mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integritas Horizontal. Dari hasil diagram cartesius, sangat jelas menunjukkan bahwa King Cafe berada pada kuadran II (dua) yaitu strategi diversifikasi, dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki keadaan yang sangat baik namun sedang menghadapi beberapa tantangan berat. Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan yang ada untuk meraih omzet yang maksimal. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan pada King Café (Afsari Ayu, 2019).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Cendria Tj. Tasdik dengan judul Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Perusahaan, pada Jurnal Business Innovation and Entrepreneurship Volume 4 No, 3 tahun 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT sebagai strategi perencanaan serta untuk mengetahui hambatannya pada PT. Bank Pembangunan Daerah Banten, Tbk.

Hasil penelitian ini adalah strategi analisis SWOT meningkatkan daya saing PT. Bank Pembangunan Daerah Banten, Tbk menggunakan strategi pertumbuhan (Survival Strategy) karena kondisi internal perusahaan masih lemah mengingat Bank Banten adalah Bank yang baru tumbuh dan berevolusi dari Bank sebelumnya yang mengalami kondisi keterpurukan akibat kredit macet yang sangat tinggi. Dukungan pemerintah

daerah turtu memberikan dukungan untuk dapat mengatasi hambatan yang muncul baik dari faktor internal maupun eksternal. Upaya efisiensi juga dilakukan untuk dapat meningkatkan profit. Hambatan dalam meningkatkan daya saing PT. Bank Pembangunan Daerah Banten, Tbk berupa: meningkatnya risiko TI (*cyber security*) dampak dari pesatnya perkembangan teknologi informasi, potensi pesaing bank-bank nasional dengan brand yang kuat pada segmen tertentu, produk substitusi dari financial technology untuk kredit dengan size dan karakter market tertentu, serta mudah diakses oleh masyarakat, regulasi terkait pengaturan bisnis perbankan yang dikeluarkan oleh otoritas semakin kompleks, pemahaman produk Bank Banten bagi masyarakat belum optimal karena pemahaman dan kesadaran masyarakat yang masih rendah, sosialisasi produk Bank Banten belum dilakukan secara optimal untuk memaparkan keunggulan produk serta layanan di mata masyarakat, database nasabah belum dimanfaatkan secara maksimal karena adanya keterbatasan teknologi sehingga belum bisa dimanfaatkan secara optimal, SDM secara kuantitas dan kualitas belum memenuhi kebutuhan pasar, mengakibatkan pengelolaan dana yang tidak optimal dan berimbas ke seluruh sektor produk-produk perbankan, baik sektor pembiayaan maupun sektor penghimpunan dana.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Herlinda Novitasari, Didi Samanhudi dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan QSPM *Integrasi Analytic Hierarchy Process* Di Coffe Shop Moja Kitchen dalam Jurnal Ilmiah, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan Submit : 7 Juni 2021, Revised 21 Juni 2021, Accepted : 30 Juni 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan merumuskan alternatif pemasaran yang dapat dilihat dari kondisi internal dan eksternal pada Usaha Kedai Kopi Moja Kitchen di Jln Bhaskara No.5 Kota Surabaya.

Hasil dari penelitian ini adalah dari analisis lingkungan internal dan eksternal yang ada pada Coffee Shop Moja Kitchen dapat disimpulkan selama ini masih kurang tepat dalam penerapan strategi khususnya pada masa pandemi seperti ini. Analisis strategi yang diterapkan oleh Moja Kitchen adalah berdasarkan Matriks SWOT yaitu pada strategi SO, Dalam hal peningkatan citra rasa yaitu memberikan variasi menu yang menarik, memberikan pelayanan yang maksimal dalam hal kenyamanan tempat serta membuat promo secara agresif sehingga calon pelanggan penasaran ingin melakukan

kunjungan ke coffee shop, mempermudah pembayaran dengan cara bekerja sama dengan beberapa provider keuangan Cashless (pembayaran non tunai), mengeluarkan produk menu inovatif secara berkala dan mempercepat waktu penyajian baik dalam pemesanan langsung maupun online. Dalam analisis QSPM dapat disimpulkan bahwa perlu adanya refreshment tentang variasi menu, startegi promosi yang tepat agar dapat meningktan revenue coffee shop Moja Kitchen. (Herlinda Novitasari, 2021).

Tabel 1-1 Tabel perbandingan dengan penelitian sebelumnya

No.	Judul Jurnal dan Peneliti	Tahun dan Tempat Penelitian	Metode Penelitian	Obyek Penelitian	Perbandingan yang dijadikan tinjauan penelitian
1.	Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Kuliner (Studi Kasus Pada Doppio Me Cofee). Peneliti: Desi Wijaya dan Mario Andrias Kiton	2021. STMB Multi Smart	Deskriptif kualitatif	Doppio. me coffee Medan	Penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada strategi yang dihasilkan lebih luas, mencakup elemen pemasaran strategis, pengelolaan daya tarik wisata kuliner, dan adaptasi terhadap perubahan tren wisata. Fokus utama adalah meningkatkan daya saing dengan memanfaatkan peluang pasar wisatawan di Bali.
2.	Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi. Peneliti: Sri Winda Hardiyanti	2022. Universitas Batanghari Jambi	Deskriptif kualitatif	Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi	Penelitian yang penulis lakukan nantinya lebih menekankan pada branding, pengalaman pelanggan (suasana klasik-modern), dan integrasi nilai budaya lokal.

	Damanik, Novia Endiyani, Rakhmawati Purba				
3.	Tinjauan Tentang Penerapan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada King Café) Peneliti: Ayu Afsari dan Eva Rachmawati	2019. Universitas Sangga Buana YPKP Bandung	Deskriptif kualitatif	King Café Bandung	Penelitian yang penulis lakukan lebih menekankan pada strateginya lebih kompleks, mencakup peningkatan daya tarik pariwisata kuliner melalui branding, inovasi konsep, dan penguatan pengalaman pelanggan. Diversifikasi yang diterapkan lebih mengarah pada pengembangan daya tarik yang sesuai dengan preferensi wisatawan internasional.
4.	Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Peneliti: Cendria Tj. Tasdik	2022 Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran	Kualitatif	Bank Pembangunan Daerah Banten Tbk	Penelitian yang penulis lakukan lebih relevan untuk bisnis di sektor pariwisata internasional, dengan fokus pada adaptasi terhadap tren global dan pengalaman unik untuk mempertahankan daya tarik wisatawan.
5	Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan	2021 Universitas 45 Surabaya.	Deskriptif kualitatif	Coffe Shop Moja Kitchen	Selain menggunakan SWOT, penelitian yang penulis lakukan mengkombinasikan

	QSPM Integrasi Analytic Hierarchy Process Di Coffe Shop Moja Kitchen. Peneliti: Herlinda Novitasari, Didi Samanhuri				pendekatan manajemen strategis yang lebih sehingga menghasilkan strategi yang lebih terintegrasi untuk memanfaatkan peluang pasar wisata.
--	--	--	--	--	--

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian "Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha (Studi Kasus pada *The Lawn Restaurant* Canggu Bali)" bagi berbagai pihak antara lain:

Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan analisis SWOT dalam konteks industri restoran. Peneliti dapat memperdalam keterampilan analisis strategis dan merumuskan solusi untuk masalah-masalah nyata dalam bisnis, khususnya dalam mempertahankan daya saing. Hal ini juga memperkaya wawasan tentang dinamika pasar dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis restoran, terutama dalam menghadapi perubahan tren konsumen.

Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi tambahan pada literatur mengenai strategi bisnis dan daya saing, khususnya dalam industri kuliner. Akademisi dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi atau acuan dalam mengembangkan materi pengajaran di bidang manajemen bisnis, pemasaran, dan kewirausahaan. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk penelitian lanjutan terkait strategi dan inovasi di industri restoran.

Bagi Industri Restoran

Bagi pelaku industri, penelitian ini memberikan wawasan praktis untuk meningkatkan daya saing melalui pemahaman yang lebih baik tentang faktor

kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Rekomendasi strategis yang dihasilkan dari penelitian ini dapat membantu restoran dalam mengambil langkah-langkah efektif untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar, meningkatkan kualitas layanan, dan menarik lebih banyak konsumen. Manfaat ini sangat relevan dalam industri yang sangat kompetitif, di mana restoran perlu terus berinovasi untuk mempertahankan pangsa pasar

