

**ANALISIS SWOT D'VUL RERSTAURANT AND CAFE DI LOMBOK  
INTERNATIONAL AIRPORT DALAM UPAYA Mendukung  
PENGHARGAAN *WORLD'S BEST HALAL HONEYMOON DESTINATION AND  
WORLD'S BEST HALAL TOURISM DESTINATION***

**Muhammad Habibullah Aminy**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Islam Al-Azhar – Mataram**  
[mhabibullahaminy@unizar.ac.id](mailto:mhabibullahaminy@unizar.ac.id)

**ABSTRACT**

*SWOT analysis is one way to determine the business strategy used for planning, organizing, actuating, and controlling (POAC) business strategies in the long and short term. From the description above, the researcher tried to examine the "SWOT Analysis of the Dul Rerstaurent And Cafe at Lombok International Airport in an effort to support the World's Best Halal Award. Honeymoon Destination And World's Best Halal Tourism Destination". The purpose of the SWOT analysis is to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats that are owned and or faced by the company.*

*The research method used was descriptive qualitative with data collection techniques using observation, interviews and documentation, the location of this study was at Lombok International Airport, Praya, Central Lombok Regency, NTB.*

*The results of the strength factor were greater than the weaknesses owned by D'Vul restaurant and cafe and the opportunity factor was also greater than the threat factor. Therefore, with conditions like this, D'Vul restaurant and cafe should be able to compete with other restaurants and cafes around Lombok International Airport and have been able to participate in supporting Lombok as the World's Best Halal Honeymoon Destination and World's Best Halal Tourism Destination*

**Keywords:** *SWOT Analysis, Halal Tourism Destination and Lombok International Airport*

**PENDAHULUAN**

NTB adalah Provinsi dengan Perda Wisata Halal pertama di Indonesia. Ini merupakan bukti kesiapan kami sebagai destinasi wisata halal, kata L.M. Faizal selaku kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata NTB. Tertulis di dalam Perda No. 2 Tahun 2016 itu tentang pariwisata halal, bahwa ruang lingkup pengaturan Pariwisata Halal dalam Peraturan Daerah ini meliputi destinasi, pemasaran dan promosi, industri, kelembagaan, pembinaan, pengawasan dan pembiayaan. Pengelola destinasi pariwisata halal harus membangun fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan halal. Misalnya tempat dan perlengkapan ibadah wisatawan Muslim,

serta fasilitas bersuci yang memenuhi standar syariah (<https://www.kompasiana.com/noviasyahidah/2017>).

Berbicara tentang perkembangan destinasi halal di Indonesia, pastilah pikiran masyarakat akan langsung mengarah kepada Pulau Lombok. Pulau Lombok menjadi pemenang salah satu meraih penghargaan sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination* dalam acara *The World Halal Travel Summit/Exhibition* di Abu Dhabi pada tahun 2015 yang lalu. Dalam hal ini Pulau Lombok meraih penghargaan sebagai tujuan wisata halal bulan madu dan destinasi wisata halal terbaik di dunia yang dapat mengalahkan kandidat negara-negara muslim lainnya (<http://marlionllc.com/syafiqhasan/> 2017).

Sejak memenangkan dan menyandang predikat penghargaan *World's Best Halal* tersebut, nama Pulau Lombok semakin dikenal hingga di dunia, khususnya di kalangan para wisatawan mancanegara (wisman) Muslim atau *Muslim Travellers*. Tak heran kalau Pemda NTB sekarang kian bersemangat untuk terus mengembangkan wisata halal atau *Moslem friendly tourism* di Pulau Lombok. *Moslem friendly tourism* ini menjadi destinasi wisata yang ramah terhadap pelancong Muslim. "Mereka ini memiliki kesadaran tinggi ingin mendapatkan pariwisata yang lebih nyaman, akomodatif dengan nilai-nilai yang diyakini. Tentu ini merupakan pasar yang bagus buat Indonesia khususnya Lombok yang ingin masuk segmen tersebut," kata Gubernur NTB TGB H Zainul Majdi (<https://www.kompasiana.com/noviasyahidah/2017>).

Sebagai tindak wujud nyata dukungan terhadap pengembangan pariwisata halal di Lombok, Pemda NTB merencanakan akan melakukan berbagai macam langkah untuk dapat terus menarik wisatawan mancanegara dan domestik agar berkunjung ke Pulau Lombok. Salah satunya, kata Gubernur NTB, nantinya segera dibangun dua proyek infrastruktur berkonsep syariah. Yakni, *Mandalika Resort* dan Kota Baru Global Hub Bandar Kayangan di Kabupaten Lombok Utara, NTB.

*Cafe* dan *restaurant* merupakan suatu industri makanan yang cukup menarik untuk dijadikan salah satu objek wisata kuliner di Lombok NTB, karena *Cafe* dan *restaurant* mempunyai keunggulan yaitu suatu tempat makan yang bernuansa modern dapat dijadikan tempat santai atau kumpul bersama keluarga atau kerabat. Diantara daya tarik lain "menu makanan daerah" atau "menu makanan khas", merupakan andalan wisata kuliner yang ada di suatu kota di Indonesia yang menjadi objek wisata yaitu

Lombok NTB. Industri makanan yaitu industri yang berkembang mengikuti perkembangan zaman dan tingkat gaya hidup serta kebutuhan konsumen dalam memenuhi kebutuhan di Indonesia, yang menyebabkan terjadinya perubahan selera dalam masyarakat.

Semakin tingginya tingkat persaingan bisnis *food service* modern, menyebabkan tersisihnya usaha bisnis *food service* tradisional. *Food service* tradisional khususnya rumah makan atau restoran yang menyajikan hidangan tradisional khas Indonesia harus memiliki strategi keunggulan kompetitif dibandingkan restoran yang menyajikan hidangan asing, agar dapat terus bersaing dan bertahan. Hal tersebut merupakan tantangan besar bagi pelaku bisnis *food service* tradisional yang ada di Indonesia khususnya pulau Lombok NTB.

D'Vul *restaurant dan cafe* merupakan restoran yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang berlokasi di Bandara Internasional Lombok, restoran ini berdiri sejak bulan Agustus tahun 2015 silam, dengan modal awal ± Rp. 500.000.000 pemilik *D, vul restaurant and cafe* Bapak Syaifurahman Salman mengoperasikan *restaurant and cafenya*. *D'Vul restaurant and cafe* menyediakan hidangan khusus masakan Indonesia diantaranya yang menjadi menu makanan dan minuman yang disediakan oleh *D'Vul restaurant and café* adalah : Nasi goreng, soto ayam, bakso, nasi campur, es teh, es jeruk, aneka macam kopi, dan aneka jus (Salman, 2018).

Beraneka ragamnya hidangan masakan khas Indonesia yang ditawarkan oleh *D'Vul restaurant and cafe* tidak serta merta menjadikan *D'Vul restaurant and cafe* menjadi pionir pada industri bisnis resto dan kafe di Bandara Internasional Lombok, karena ketika berbicara bandara maka yang terbesit di dalam pikiran dan benak orang banyak adalah harga yang mahal hal inilah yang membuat daur hidup bisnis *D'Vul restaurant and cafe* tidak menentu mengingat juga banyaknya bisnis yang serupa dengan *D'Vul restaurant and cafe* ini di Bandara Internasional Lombok.

Semenjak *D'Vul restaurant and cafe* mulai beroperasi konsumennya semakin hari semakin meningkat. Meski *D'Vul restaurant and cafe* memiliki pesaing yaitu dengan *restaurant and cafe* yang serupa dan lebih unggul, serta lebih dulu ada, konsumennya selalu mengalami peningkatan tiap bulannya. Dari produk hidangan yang dijual dengan usaha sejenis, bisa dibilang persaingannya sangat ketat. Oleh karena itu,

D'Vul *restaurant and cafe* harus lebih inovatif terhadap produk yang dijual kepada para konsumen jika ingin tetap bertahan di tengah munculnya persaingan bisnis serupa.

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh D'Vul *restaurant and cafe* adalah tidak bisa memasarkan secara langsung produk yang dijual kepada penumpang pesawat lokal maupun manca negara yang hendak mendarat (*Landing*) maupun terbang (*Take off*) karena lokasi D'Vul *restaurant and cafe* berada di luar gedung bandara dan tepatnya di lokasi parkir mobil bersebelahan langsung dengan Alfa Mart.

Untuk mengambil suatu kebijakan strategis produk yang dijual, D'Vul *restaurant and cafe* perlu menganalisis lingkungan baik yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan peluang maupun ancaman terhadap produk yang di jual oleh D'Vul *restaurant and cafe* itu sendiri. Dari hasil analisis tersebut perusahaan/pebisnis dapat menentukan lingkungan dan mengambil suatu kebijakan strategis yang berdasarkan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha D'Vul *restaurant and cafe*. Dengan demikian, kita memerlukan perencanaan bisnis yang akurat. Sehingga dapat memusatkan perhatian posisi dalam bisnis tersebut, mengetahui kearah mana perusahaan atau bisnis yang dijalankan akan pergi, bagaimana mencapainya serta tindakan apa yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada sehingga berhasil. Oleh karena itu, perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang sangat berguna, dari latar belakang yang telah diuraikan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Swot D'vul *Restauran And Cafe* Di Lombok International Airport Dalam Upaya Mendukung Penghargaan *World's Best Halal Honeymoon Destination And World's Best Halal Tourism Destination*”

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman) d'vul *restaurant and cafe* di Lombok International Airport (LIA) dalam upaya mendukung Penghargaan *World's Best Halal Honeymoon Destination And World's Best Halal Tourism Destination*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Analisis SWOT**

SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) Intern perusahaan atau organisasi serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan atau organisasi (Robinson, 1997).

Analisis SWOT merupakan salah satu instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan (*Strengths*) dan pemanfaatan peluang (*Opportunities*) sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan (*Weaknesses*) yang terdapat dalam organisasi dan menekankan dampak ancaman (*Threats*) yang timbul dan harus dihadapi (Rangkuty, 2016).

### **Logika Strategis**

Menetapkan logika strategi juga merupakan hal yang penting. Pernyataan mengenai kekuatan dalam persoalan SWOT adalah untuk lebih mudah dipahami. Faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang telah disusun sesuai dengan urutan rangkingnya, dimasukkan dalam matrik tersebut. Kemudian dilakukan analisis lanjutan berdasarkan pada pedoman masing-masing kotak pilihan strategi: misalnya pada pilihan strategi SO: “paket kekuatan untuk memanfaatkan peluang”, maksudnya agar kekuatan yang ada dalam organisasi dimobilisasi untuk memanfaatkan peluang yang ada (Akdon, 2011).

### **Tujuan Analisis SWOT**

Untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan menciptakan kelemahan itu menjadi suatu kekuatan, serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang, maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistic dalam mewujudkan misi dan visinya, maka tujuan analisis SWOT adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan atau dihadapi perusahaan (Romi, 2018).

### **Proses Analisis**

Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu

apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah. Dalam proses pembuatan analisis SWOT, penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT membandingkan antara eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan (Rangkuty, 1997).

**Tabel 1**  
**Matriks SWOT**

<b>Faktor Internal</b>	<b>(S)Strengths(kekuatan)</b>	<b>(W)Weakness (kelemahan)</b>
<b>Faktor Eksternal</b>		
<b>(O) opportunities (peluang)</b>	<b>Strategi SO :</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	<b>Strategi WO :</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<b>(T) Treatss (Ancaman)</b>	<b>Strategi ST :</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	<b>Strategi WT :</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Mayasari tahun (2010), dengan judul “Strategi Bersaing Usaha Sate Bebek H. Syafe’I Cibeber, Kota Cilegon, Provinsi Banten”. Dengan tujuan menganalisis lingkungan eksternal dan internal usaha sate bebek H. Syafe’I Cibeber, Menganalisis posisi bersaing usaha sate bebek H. Syafe’I Cibeber, serta Merumuskan alternative strategi dan merekomendasikan prioritas strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan pada usaha sate bebek H. Syafe’i Cibeber. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif dengan alat analisis SWOT, Matriks EFE, IFE, IE, CPM, QSPM. Hasil penelitian matriks IE menempatkan pada sel II yaitu tumbuh dan membangun. Adapun urutan prioritas strategi berdasarkan hasil QSPM adalah : (1) Memperbaiki upaya pemasaran, (2) Memperbaiki perencanaan dan

keuangan, (3) Meningkatkan kualitas produk, (4) Pengembangan pasar, (5) Menambah fasilitas produksi dan karyawan, (6) Konversi bahan bakar, dan (7) Meningkatkan kualitas hubungan kerja antara pengelola dan karyawan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayah tahun (2014), dengan judul “Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pantai Ama Hami Kelurahan Dara Kota Bima)”. Dengan tujuan untuk menganalisis dengan menggunakan matriks SWOT 4-Kuadran dengan mendeskripsikan hasil dari pembobotan, selisih nilai tertimbang serta diagram posisi usaha. Ada hal yang perlu dipertimbangkan terlebih dahulu untuk menjadi dasar dari perhitungan pembobotan, yaitu Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*).

Berdasarkan hasil analisis dari data penelitian pada responden penelitian bahwa: a). Posisi usaha mikro berada pada posisi kuadran I dengan selisih positif 5,29 pada indikator internal, dan selisih positif 3,09 pada indikator eksternal; b). Posisi usaha kecil berada pada posisi kuadran I dengan selisih positif internal 11,25 dan 7,75 pada eksternal; c). Pengusaha mengetahui manajemen syari’ah dengan keumuman pengetahuan yaitu tidak menjual barang yang diharamkan pada al-qur’an, hadist, dan undang-undang yang berlaku.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif, menurut (Lexy J. Moleong, 2014) metode deskriptif ini adalah bagian dari karakteristik metode penelitian kualitatif, yang artinya adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Zuriah, 2005).

Dalam penelitian ini, peneliti akan terjun langsung di lapangan untuk mengumpulkan data dengan metode-metode yang digunakan yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui observasi, peneliti akan mendapatkan data atau informasi mengenai Analisis Swot Usaha D’vul *Restaurant And Cafe* Di Lombok International Airport (LIA) Dalam Upaya Mendukung wisata halal *tourism*. Peneliti di

sini akan lebih banyak menggunakan wawancara dengan responden yaitu bapak Saifurrahman Salman sebagai owner D'vul *Restaurant And Cafe*, karena itu dirasa cukup memudahkan peneliti untuk mengambil informasi yang lebih banyak dan lebih dipercaya (akurat). Lokasi penelitian ini terletak di Lombok Internasional Airport tepatnya di D'vul *Restaurant And Cafe*. Dalam penelitian ini, langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut:

- a. Melakukan pengklasifikasian data, faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan sebagai faktor internal organisasi, peluang dan ancaman sebagai faktor eksternal organisasi. Pengklasifikasian ini akan menghasilkan tabel informasi SWOT.
- b. Melakukan analisis SWOT, yaitu membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal organisasi Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*).
- c. Dari hasil analisis kemudian diinterpretasikan dan dikembangkan menjadi keputusan pemilihan strategi yang dipilih biasanya hasil yang paling memungkinkan (paling positif) dengan resiko dan ancaman yang paling kecil.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

D'Vul *restaurant and cafe, restaurant and café* ini pertama kali didirikan oleh Bapak Syaifurrahman Salman pada tanggal 3 Agustus 2013 berlokasi di kawasan Lombok International Airport (LIA) praya Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat (Salman, 2018).

### Struktur Kepemilikan Permodalan D'Vul *restaurant and cafe*

D'Vul *restaurant and cafe* adalah Perusahaan jenis (CV), dengan demikian maka struktur kepemilikan permodalan D'Vul *Restaurant and Cafe* bersifat perseorangan yaitu milik Bapak Syaifurrahman Salman (Salman, 2018).

### Produk D'Vul *restaurant and café*

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>a. Menu special khas Lombok</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayam Taliwang Bakar...45 k</li> <li>- Ayam Taliwang Goreng.45 k</li> <li>- Plecing Kangkung.....10 k</li> <li>- Nasi Putih .....5 k</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebalung.....50 k</li> </ul> <p><b>b. Aneka lalapan D'vul</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayam Goreng.....20 k</li> <li>- Ikan Nila Bakar/Goreng 20 k</li> </ul> <p><b>c. Favorit D'Vul</b></p> |
|---|---|

- Gado-gado.....15 k
  - Bakso.....15 k
  - Soto Ayam.....15 k
  - Nasi Goreng Helikopter..15 k
  - Nasi Goreng Turbo.....20 k
  - Nasi Campur Ekonomi..10 k
  - Nasi Campur Boeing Special.....20 k
  - Mie Goreng + Telur....10 k
  - Mie Kuah + Telur.....10 k
- d. Aneka Snack D’Vul**
- Pisang Goreng.....10 k
  - Kentang Goreng Small..15 k
  - Kentang Goreng Big...20 k
- Tahu Goreng.....10 k
- e. Beverage (Hot&Cool)**
- Hot Lemon.....12 k
  - Hot Tea.....7 k
  - Lombok Coffee.....15 k
  - Coffee Ekonomi....7 k
  - Air Mineral.....4 k
  - Ice Tea.....10 k
  - Ice Lemon.....12 k
- f. Juice**
- Avocado Juice.....15 k
  - Apple Juice.....15 k
  - Pinnapple Juice.....10 k
  - Orange Juice.....15 k

**Analisis SWOT D’vul Restaurant And Cafe Di Lombok International Airport (LIA) Dalam Upaya Mendukung Penghargaan *World’s Best Halal Honeymoon Destination And World’s Best Halal Tourism Destination***

Tujuan dari Analisis SWOT untuk mengetahui kelemahan perusahaan dan menciptakan kelemahan itu menjadi suatu kekuatan, serta mencoba menghilangkan ancaman untuk dijadikan suatu peluang, maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui penelaahan terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi organisasi yang realistic dalam mewujudkan misi dan visinya, maka tujuan analisis SWOT adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan atau dihadapi perusahaan (Rangkuty, 2016).

Dengan hasil temuan yang digambarkan untuk melihat SWOT D’Vul restaurant and café, peneliti menguraikan hasilnya sebagai berikut :

**1. Strengths( Kekuatan )**

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, pertama peneliti menganalisis dari segi kekuatan yang di miliki D’Vul restaurant and cafe, yaitu :

- a. Tempat strategis yang berada di lingkungan bandara internasional Lombok.
- b. Cita rasa yang khas khususnya menyajikan makanan khas daerah NTB. Cita rasa merupakan bagian terpenting juga dalam makanan. Pada restoran ini ,dan juga merupakan kekuatan awal dalam bisnis kuliner. Dalam bisnis kuliner D’Vul *restaurant and cafe* yang menjadi ciri khas adalah menyediakan masakan daerah dan Indonesian *food*.
- c. Ketersediaan dan mudahnya mendapatkan bahan baku. Bahan baku merupakan pokok dalam fungsi dari bisnis rumah makan/restoran. Bahan baku atau bahan dasar yaitu rempah-rempah yang didapatkan langsung dari pasar tradisional terlengkap di pulau Lombok juga merupakan kekuatan tersendiri karena, bahan baku tersebut di distribusikan dari produsen ke rumah makan ini setiap hari yang merupakan bahan-bahan segar sehingga kualitas terjamin.
- d. Menu makan yang beragam. Banyaknya olahan makanan yang berbahan dasar ayam menjadikan banyak pilihan dari rumah makan ini.
- e. Makanan yang halal yang dapat menjangkau semua kalangan. Sebab mengingat banyaknya juga wisatawan atau masyarakat non-muslim yang sering datang ke pulau Lombok merupakan target pasar untuk menarik konsumen lebih banyak.
- f. Makanan yang bersih. Tempat yang bersih menghasilkan makan yang bersih dan sehat. Tempat *foodcourt* Lombok Internasional Airport memberikan tempat dapur yang bersih. Dengan melakukan penyemprotan dari pihak “terminix” untuk menghindarkan dari kecoa maupun tikus agar menjamin kebersihan tempat yang ada.

## 2. *Weakness ( Kelemahan)*

Dengan hasil temuan yang digambarkan pada bab sebelumnya, bahwa kelemahan atau kekurangan yang sering dihadapi oleh D’Vul *restaurant and cafe* adalah :

- a. Citra merek D’Vul *restaurant and cafe* belum banyak dikenal di Provinsi NTB. Nama D’Vul *restaurant and cafe* belum terlalu dikenal di seluruh NTB. Belum secara nasional dikenal.
- b. Karyawan yang kadang tidak ramah disaat sudah semakin banyak orderan .karena mereka sudah tidak mementingkan lagi keramahan. Ini dapat membuat pelanggan kurang nyaman. Hal ini karena SDM yang ada tidak di training untuk menciptakan

SDM yang berkualitas. Sehingga perasaan kurang nyaman dari konsumen karena kurangnya keramahan.

- c. Masih membagi keuntungan 30% dengan pihak *management* PT. Angkasa Pura Indonesia sehingga semakin besar yang di dapat maka semakin besar pula pembagian. Pembagian 70% ke pemilik dan 30% ke management Angkasa Pura cukup menjadikan kelemahan karena hal tersebut membuat semakin berkurangnya keuntungan yang di hasilkan belum juga dikurangi air, gas dan listrik.
- d. Banyaknya pilihan restorandisekitar bandara yang memiliki menu yang sama. Hal ini membuat banyaknya pengunjung yang memilih restoran lainlain karena memiliki menu yang sama.karena selera konsumen berbeda beda.
- e. Evaluasi kerja karyawan yang kurang efektif. Sistem evaluasinya menggunakan sistem kekeluargaan sehingga atasan dalam melakukan evaluasi sering memiliki perasaan tidak enak dalam menegur karyawan yang melakukan kesalahan.

### 3. *Opportunities* (Peluang)

Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh D'Vul *restaurant and cafe* karena hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya. Faktor faktor tersebut adalah ;

- a. Meningkatnya jumlah penduduk yang terus meningkat mempengaruhi pertumbuhan usaha karena dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk maka kebutuhan akan makanan akan bertambah, dengan demikian permintaan akan produk meningkat.
- b. Promosi di media sosial dengan semakin mengglobalisasi dan perkembangan teknologi sehingga restoran ini juga tidak mau ketinggalan dengan melakukan promosi di media cetak maupun via internet.
- c. Mendiversifikasi (menganekaragamkan) menu. Dalam hal ini D'Vul *restaurant and cafe* harus membuat inovasi – inovasi dalam menu makanan yang berbahan dasar ayam atau makanan halal. Hal ini dapat membuat berbagai pilihan dari konsumen.
- d. Jika ada *event* yang diadakan pemerintah provinsi di NTB maka secara otomatis pengunjung bertambah di Provinsi NTB dan membuat banyak omset bertambah.
- e. Peluang yang ada juga disaat menjelang hari raya Idul Fitri, natal ataupun menjelang tahun baru semakin banyak pengunjung Lombok Internasioal Airport yang datang liburan ke pulau lombok.

- f. Banyaknya *special* promo yang di adakan oleh *management* D'Vul *restaurant and cafe* membuat peluang mendapatkan pelanggan yang banyak.

#### 4. *Threats* (Ancaman)

Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh D'Vul *restaurant and cafe*. Faktor faktor tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing lain. Karena banyaknya counter di sebelah D'Vul *restaurant and cafe* ini yang memiliki variant menu juga.
- b. Ancaman naiknya inflasi mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih berhemat memasak dirumah daripada membeli di rumah makan. Dan jika ada ancaman inflasi pasti harus ada kenaikan harga di rumah makrestoran ini secara bertahap.
- c. Adanya kenaikan BBM Hal ini membuat terjadi terjadinya kenaikan harga transport yang menurunkan niat beli masyarakat.
- d. Adanya perubahan selera konsumen perubahan selera masyarakat dalam mengkomsumsuisuatu produk atau menyurutkan minat konsumen terhadap produk yang biasa di komsumsi. Sehingga hal ini berpengaruh cukup signifikan bagi volume penjualan. adanya perubahan pola dan gaya hidup masyarakat dengan semakin banyaknya variant menu makanan yang banyak.
- e. Persaingan yang kurang sehat. Persaingan yang kurang sehat sangat menghambat perkembangan usaha. dalam makanan banyak sekali pasti isu isu yang akan berkembang untuk mempengaruhi opini publik terhadap restoran tersebut sehingga citra restoran tersebut menjadi kurang baik.

Untuk mengetahui langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh D'Vul *restaurant and cafe* dalam menentukan kebijakan strategi dalam memajukan restorannya serta upaya mendukung halal tourism diperlukan matriks SWOT yang bisa menunjukkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki D'Vul *restaurant and cafe*.

Berdasarkan matriks SWOT oleh Fredy Rangkuti (2016), maka diperoleh hasil analisis SWOT D'Vul *restaurant and cafe*, sebagai berikut :

Interpretasi Analisis SWOT untuk pengembangan D'Vul *restaurant and cafe*.

**Tabel 2**  
**Matriks SWOT**  
**D'Vul restaurant and cafe**

Internal          Eksternal	<p><b>Strengths (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tempat yang strategis</li> <li>- Cita rasa yang khas</li> <li>- Kemudahan mendapat bahan baku</li> <li>- Menu yang beragam</li> <li>- Makanan yang halal</li> <li>- Makanan yang bersih</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Merk belum banyak dikenal</li> <li>- Karyawan kadang tidak ramah</li> <li>- Masih membagi profit dengan pihak bandara</li> <li>- Competitor sejenis</li> <li>- Evaluasi kerja karyawan yang kurang efektif</li> </ul>
<p><b>Opportunities (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatnya jumlah penduduk</li> <li>- Promosi di media social</li> <li>- Mendiversifikasi menu</li> <li>- Hari-hari perayaan umat beragama/libur nasional</li> <li>- Special promo <i>for price</i></li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kualitas pelayanan SDM</li> <li>- Menu makanan yang bervariasi</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga yang bersaing</li> <li>- Lebih mengutamakan kualitas pelayanan</li> </ul>
<p><b>Threats (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kehilangan konsumen karena pindah ke competitor</li> <li>- Naiknya inflasi</li> <li>- Adanya kenaikan BBM</li> <li>- Perubahan selera konsumen</li> <li>- Persaingan kurang sehat</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan promosi/pemasaran</li> <li>- Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengembangkan dan meningkatkan kemampuan SDM</li> <li>- Menjalin hubungan baik dengan para pelanggan</li> <li>- Menyediakan menu dengan rasa yang khas</li> <li>- Mempelajari dunia bisnis kuliner lebih mendalam</li> <li>- Mengikuti setiap</li> </ul>

		event makanan
--	--	---------------

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari SWOT di atas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh D'Vul *restaurant and cafe* dan faktor peluang juga lebih besar dari faktor ancaman. Oleh sebab itu, dengan kondisi seperti ini D'Vul *restaurant and cafe seharusnya* sudah cukup mampu bersaing dengan restoran dan cafe lainnya yang berada di sekitar area Lombok Internasional Airport dan sudah mampu dalam upaya ikut serta mendukung pulau Lombok sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah peneliti kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan oleh peneliti sebagai berikut :

D'Vul *restaurant and cafe* memiliki lokasi yang cukup baik dan strategis yaitu di Lombok Internasional Airport dimana sudah terciptanya pasar. Sebab semakin banyak pengunjung/wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang berlibur dan berwisata di NTB khususnya pulau Lombok, semenjak Pulau Lombok menjadi pemenang salah satu penghargaan sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination* dalam acara *The World Halal Travel Summit/Exhibition* di Abu Dhabi pada tahun 2015, para wisatawan menyempatkan makan di D'Vul *restaurant and cafe* karena secara langsung D'Vul *restaurant and cafe* turut serta berkontribusi mempromosikan penghargaan tersebut melalui menu makanan khas daerah yang dijualnya dan semua menu yang dijual adalah halal.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas ada beberapa saran yang bisa diberikan peneliti adalah :

1. Melakukan ekspansi pasar, dengan membuka cabang di daerah-daerah yang potensial. Hal ini bertujuan untuk memperluas daerah pemasaran yang akan meningkatkan omset penjualan.

2. Pengelola harus meningkatkan kualitas dan pelayanan agar pelanggan merasa nyaman.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akdon.2011.*Strategic Management*, Bandung: Alfabeta.
- Freddy Rangkyu.2016.*Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Lexy J. Meleong.2014.*Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- M. Romi, “Analisis SWOT”, dalam <http://www.repository.uinjkt.ac.id/nesknes-fsh.pdf>, diambil tanggal 30 April 2018, pukul 20.00 WITA.
- Nurul Zuriah. 2005.*Metodelogi Penelitian Sosial dan pendidikan Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara,
- Pearce Robinson. 1997.*Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Sugiyono.2016.*Metodelogi Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- <http://marlionllc.com/syafiqhasan/wisata-halal-lombok-indonesia/>, Akses, 4 November 2017.
- <https://www.kompasiana.com/noviasyahidah/lombok-sebagai-contoh-destinasi-wisata-halal-indonesia/> akses, 4 November 2017.
- <http://marlionllc.com/noviasyahidah/wisata-halal-lombok-indonesia/>, diakses 1 April 2018, jam 18.00 Wita.
- wawancara dengan bapak Syaifurahman Salman, selaku owner D’Vul *restaurant and café*.