

ABSTRAK

Seiring dengan peran Ekonomi Kreatif sebagai Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 yang dicanangkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang mana menjadikan kuliner sebagai subsektor baru dalam Ekonomi Kreatif Indonesia, penelitian ini dilakukan pada salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan kuliner, yakni Waroeng Spesial Sambal “SS”. Penelitian ini bersifat deskriptif eksploratori dan berusaha memformulasikan strategi operasi menggunakan pendekatan manajemen strategik, yang mana terdiri dari: tahap 1–Analisis EFE dan EFI, tahap 2–Analisis SWOT/TOWS, serta tahap 3–QSPM. Adapun kriteria yang digunakan pada Analisis QSPM tersebut adalah menggunakan sasaran-sasaran kinerja berdasarkan konsep Strategi Operasi. Sebagai sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dominan dengan data sekunder sebagai pendukung. Pada penelitian ini ditemukan tiga alternatif strategi operasi yang paling menarik sesuai visi dan misi Waroeng SS, yakni: strategi kapasitas, strategi proses teknologi, dan strategi pengembangan dan organisasi melalui indikator kunci kinerja. Ketiga strategi tersebut kemudian dikembangkan dalam bentuk rencana implementasi strategi operasi untuk tahun 2015 hingga 2020.

Kata kunci: formulasi strategi, strategi operasi, Waroeng Spesial Sambal “SS”, layanan kuliner, ekonomi kreatif.

ABSTRACT

Along with the role of Creative Economy as a New Strength of Indonesia Towards 2025 by the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) which makes the culinary as a new subsector in the Indonesia' Creative Economy, this research is done on one of the companies engaged in the field of culinary services, Waroeng Spesial Sambal "SS". This is a descriptive exploratory research that try to formulate strategies using strategic management approach, which consists of: stage 1-EFE and IFE Analysis, stage 2-SWOT/TOWS Analysis, and stage 3-QSPM. The criterions used in this QSPM analysis are performance objectives based from the concept of operations strategy. As source of data, this study used the dominant primary data with secondary data as supporting. Three most attractive operations alternative strategies according to the vision and mission of Waroeng SS were found: capacity strategy, process technology strategy, and development and organization strategy through key performance indicators. Those strategies are then developed to form operations strategy implementation plan for the year 2015 until 2020.

Keywords: *strategy formulation, operations strategy, Waroeng Spesial Sambal "SS", foodservice, the creative economy.*