

ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MASTER FRIED CHICKEN DI BANDAR LAMPUNG

Rian Saputra¹, Yusnita Sarnanda², Arina Pramudita³, Vicky F Sanjaya⁴

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung^{1,2,3,4}

rnspra05@gmail.com¹, yusnitanda1234@gmail.com², pramudita@gmail.com³, vicky@radenintan.ac.id⁴

Abstract

This study aims to evaluate the strategic position of Master Fried Chicken in Bandar Lampung, utilizing the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis framework. The rapid growth of the fast-food industry, coupled with increasing competition from major international brands and local players, highlights the need for effective business strategies. The research investigates internal strengths, such as competitive pricing and distinct taste, as well as weaknesses like limited menu variety and underutilized digital promotions. The methodology employs a descriptive design, combining qualitative and quantitative approaches, involving customer surveys, interviews with business owners, and operational observations. Data analysis integrates descriptive statistics and SWOT analysis to provide actionable insights. Results indicate significant opportunities in leveraging digital platforms and evolving consumer interest in local cuisine while addressing threats from market competition and changing consumer preferences.

Keywords: *SWOT analysis, business development, fast-food industry, digital marketing, consumer preferences, competitive strategy*

PENDAHULUAN

Industri makanan cepat saji telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir, baik secara global maupun di Indonesia. Salah satu jenis makanan cepat saji yang paling diminati adalah ayam goreng, yang menjadi pilihan utama konsumen karena cita rasanya yang khas, harga yang terjangkau, dan penyajiannya yang praktis. Bandar Lampung, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki pasar yang kompetitif untuk bisnis makanan cepat saji, termasuk usaha ayam goreng. Dalam persaingan yang semakin ketat, bisnis perlu menerapkan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang.

Master Fried Chicken merupakan salah satu pemain di industri ini yang telah beroperasi di Bandar Lampung. Meskipun telah memiliki pelanggan setia, persaingan dengan merek-merek besar seperti KFC, McDonald's, serta pemain lokal lainnya, menjadi tantangan yang signifikan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen, tren digitalisasi, dan kebutuhan untuk memenuhi standar kesehatan dan kebersihan semakin mendorong perlunya inovasi dan strategi yang relevan. Sebagai bisnis yang beroperasi di sektor yang dinamis, Master Fried Chicken juga menghadapi tantangan dari fluktuasi harga bahan baku, kebutuhan untuk memperluas distribusi, serta adaptasi terhadap tren pemasaran modern seperti penggunaan media sosial dan platform pengantaran makanan (Bangsawan & Wulan, 2022).

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah salah satu alat strategis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh suatu bisnis. Dengan memahami posisi strategisnya, Master Fried Chicken dapat merumuskan langkah-langkah pengembangan yang lebih efektif dan efisien. Analisis SWOT tidak hanya membantu dalam memahami faktor-faktor internal dan eksternal, tetapi juga memberikan gambaran menyeluruh tentang cara memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang dan mengurangi risiko dari ancaman yang ada (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis Master Fried Chicken di Bandar Lampung

melalui analisis SWOT. Penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya saing bisnis dan memperluas pangsa pasar. Dengan memahami kebutuhan pasar lokal, analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana bisnis ini dapat berinovasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Penelitian ini didukung oleh teori-teori manajemen strategis yang relevan, termasuk konsep analisis SWOT yang diperkenalkan oleh Albert Humphrey, serta penelitian-penelitian terdahulu terkait strategi pengembangan bisnis di industri makanan cepat saji. Studi ini juga mengacu pada pendekatan-pendekatan modern dalam manajemen bisnis seperti pentingnya customer-centric approach, pengoptimalan rantai pasok, dan strategi diferensiasi produk.

Dengan demikian, makalah ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku bisnis makanan cepat saji, khususnya UMKM, dalam memahami pentingnya analisis strategis untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Master Fried Chicken dalam menentukan prioritas pengembangan bisnisnya dan memberikan nilai tambah bagi konsumen di Bandar Lampung, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar lokal dan nasional (Sevriana, 2016).

METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk memastikan hasil yang relevan dan dapat diandalkan. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Berikut adalah rincian metodologi yang diterapkan:

1. Pemilihan Responden atau Audiens Target Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Master Fried Chicken di Bandar Lampung, manajer atau pemilik gerai, serta pihak terkait lainnya yang memiliki wawasan tentang operasional bisnis. Pemilihan responden dilakukan dengan metode purposive sampling untuk memastikan data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.
2. Material dan Alat yang Digunakan Penelitian ini menggunakan beberapa alat dan material, termasuk:
 - Kuesioner untuk mendapatkan data dari konsumen mengenai preferensi, kepuasan, dan harapan.
 - Wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi mendalam dari pemilik atau manajer bisnis.
 - Perangkat lunak analisis data seperti Microsoft Excel atau SPSS untuk mengolah data kuantitatif.
3. Desain Instrumen serta Kinerja dan Produktivitasnya Instrumen penelitian dirancang untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Kuesioner dirancang dengan skala Likert untuk mengukur tingkat kepuasan dan persepsi konsumen. Instrumen ini diuji coba terlebih dahulu untuk memastikan kejelasan dan konsistensi pertanyaan.
4. Teknik Pengumpulan Data Data dikumpulkan melalui:
 - Observasi langsung pada gerai Master Fried Chicken untuk memahami proses operasional.
 - Pengisian kuesioner oleh konsumen yang dipilih sebagai responden.
 - Wawancara mendalam dengan pemilik atau manajer gerai.
 - Studi dokumentasi untuk memperoleh data sekunder, seperti laporan penjualan dan profil perusahaan.
5. Teknik Analisis Data Data yang terkumpul dianalisis dengan metode berikut:
 - Analisis deskriptif untuk menggambarkan temuan utama berdasarkan data kuantitatif.
 - Analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi bisnis.
 - Interpretasi hasil wawancara untuk melengkapi analisis dan memberikan wawasan strategis yang lebih mendalam.

Metodologi ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kondisi bisnis Master Fried Chicken dan menghasilkan rekomendasi strategi yang dapat diimplementasikan secara praktis (Kusbandono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan temuan-temuan penting yang memberikan gambaran tentang posisi strategis Master Fried Chicken di pasar Bandar Lampung. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki sejumlah kekuatan yang dapat dioptimalkan, meskipun ada beberapa kelemahan yang perlu diatasi.

Salah satu kekuatan utama adalah harga produk yang kompetitif dan rasa ayam goreng yang khas, yang telah berhasil menarik pelanggan setia. Lokasi gerai yang strategis juga menjadi nilai tambah, memungkinkan bisnis ini untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kelemahan, seperti kurangnya variasi menu yang dapat mengurangi daya tarik bagi konsumen yang mencari pilihan yang lebih beragam. Selain itu, keterbatasan dalam promosi digital dan ketergantungan pada bahan baku lokal yang harganya fluktuatif menjadi tantangan signifikan (Muhammad, 2018).

Peluang besar ditemukan dalam tren digitalisasi, di mana meningkatnya penggunaan layanan pesan-antar makanan memberikan kesempatan bagi Master Fried Chicken untuk memperluas jangkauan pasarnya. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pengantaran makanan, bisnis ini dapat meningkatkan visibilitas dan menarik segmen konsumen yang lebih luas. Selain itu, minat konsumen terhadap makanan lokal dapat menjadi peluang untuk memperkuat identitas merek sebagai pemain lokal yang berkualitas.

Namun, ancaman dari persaingan yang ketat dengan merek internasional seperti KFC dan McDonald's tidak dapat diabaikan. Perubahan preferensi konsumen terhadap makanan yang lebih sehat juga menjadi tantangan yang harus diatasi. Untuk menghadapi ancaman ini, Master Fried Chicken perlu meningkatkan kualitas layanan dan mengadopsi inovasi produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen modern.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Master Fried Chicken memiliki peluang besar untuk berkembang jika mampu memanfaatkan kekuatannya dengan baik dan mengatasi kelemahannya secara strategis. Misalnya, pengembangan variasi menu dan optimalisasi promosi digital dapat meningkatkan daya saing bisnis ini. Strategi pemasaran yang lebih agresif, seperti penawaran diskon khusus melalui aplikasi pengantaran makanan, juga dapat menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, diversifikasi pemasok bahan baku dapat membantu mengurangi risiko fluktuasi harga dan memastikan stabilitas operasional.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam yang dapat digunakan oleh Master Fried Chicken untuk merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif. Pembahasan ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap faktor internal dan eksternal untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Master Fried Chicken memiliki kekuatan utama dalam bentuk harga produk yang kompetitif, rasa ayam goreng yang khas, serta lokasi gerai yang strategis. Faktor-faktor ini menjadi fondasi bagi keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang ketat. Namun, terdapat kelemahan seperti kurangnya variasi menu, keterbatasan dalam promosi digital, dan ketergantungan pada bahan baku lokal yang harganya fluktuatif. Analisis SWOT menunjukkan bahwa peluang besar tersedia melalui pemanfaatan tren digitalisasi dan minat konsumen terhadap makanan lokal. Di sisi lain, ancaman dari persaingan dengan merek internasional serta perubahan preferensi konsumen terhadap makanan sehat menjadi tantangan yang harus diantisipasi.

Untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman tersebut, beberapa rekomendasi strategis dapat diusulkan. Pertama, diversifikasi menu dengan menambahkan pilihan makanan baru yang sesuai dengan preferensi konsumen modern, seperti opsi makanan sehat

atau menu khas lokal yang lebih menarik. Kedua, penguatan strategi pemasaran digital melalui media sosial, kolaborasi dengan influencer lokal, serta promosi khusus di aplikasi layanan pesan-antar. Ketiga, menjalin kemitraan dengan lebih banyak pemasok bahan baku untuk mengurangi risiko fluktuasi harga dan memastikan keberlanjutan pasokan.

Selain itu, pelatihan bagi staf untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan efisiensi operasional juga sangat penting. Dengan implementasi strategi ini, Master Fried Chicken diharapkan dapat mempertahankan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di Bandar Lampung.

REFERENSI

- Bangsawan, A., & Wulan, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Master Fried Chicken Di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1693–1706. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i9.226>
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Muhammad, M. (2018). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 11(1), 28. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.11.1.28-37>
- Sevriana, L. (2016). *Pemanfaatan Neraca Sebagai Penerapan Fungsi Pengelolaan Permodalan Umkm (Hasil Pemikiran Konseptual)*. IV(2), 167–178. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>