

Table Of Content

Journal Cover 2

Author[s] Statement 3

Editorial Team 4

Article information 5

 Check this article update (crossmark) 5

 Check this article impact 5

 Cite this article 5

Title page 6

 Article Title 6

 Author information 6

 Abstract 6

Article content 8

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

**PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO**

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 19 No 3 (2024): August

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1139>

Article type: (Marketing Management)

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

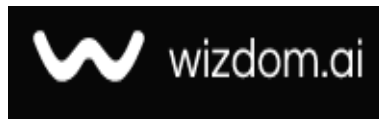
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Unlocking Small Business Growth Strategies for Success in Indonesia

Mengungkap Strategi Pertumbuhan Usaha Kecil untuk Sukses di Indonesia

Oktavia Siti Rochani, bunda.oktavia.rochani@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Muhammad Farid Fathul Huda Pradhana, muhammadfarid031@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Ede Ramadhin S, ederamadhin339@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Nilamsari Zahrina A, nilamzahrin@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Abdul Haris, abdharist@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Imelda Dian Rahmawati, imeldadian@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study analyzes the development strategy of "Kenangan Fried Chicken," a small business in Sidoarjo Regency. Using qualitative research and a phenomenological approach, data were gathered through interviews, observations, and SWOT analysis. The findings highlight that product quality, marketing, and competition are crucial for growth. Strengths include a strategic location, while weaknesses involve limited capital. High community enthusiasm presents opportunities, but competition poses a threat. Recommended strategies include improving product quality, diversifying the menu, and enhancing marketing efforts to boost business competitiveness and sustainability.

Highlights:

📍 **Strategic Location:** Prime spot in a residential area near main road.

📢 **Marketing Importance:** Essential for growth and overcoming competition.

💰 **Capital Constraints:** Major weakness hindering business sustainability.

Keywords: small business development, Kenangan Fried Chicken, qualitative research, SWOT analysis, marketing strategy

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 19 No 3 (2024): August

DOI: <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1139>

Article type: (Marketing Management)

Published date: 2024-06-24 00:00:00

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis terus bergerak sangat cepat dan dinamis seiring dengan perkembangan ekonomi global, salah satunya adalah bisnis yang bergerak di sektor kuliner atau makanan. Bisnis di bidang F&B merupakan bidang bisnis yang sangat populer di kalangan masyarakat, karena bisnis ini dikenal sebagai sebuah usaha yang tidak akan lekang oleh waktu [1]. Kabupaten Sidoarjo, sebagai salah satu daerah yang berkembang di Jawa Timur, menunjukkan potensi besar dalam pertumbuhan bisnis kecil, terutama di sektor kuliner [2]. Di tengah pesatnya perkembangan ekonomi dan pertumbuhan jumlah penduduk, usaha kecil seperti "Kenangan Fried Chicken" (KFC) memiliki peluang untuk berkembang dan memberikan kontribusi positif pada perekonomian lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, tren konsumsi masyarakat Sidoarjo terhadap kuliner, khususnya ayam goreng, telah meningkat secara signifikan [2]. Hal ini menciptakan peluang berharga bagi usaha kecil seperti "Kenangan Fried Chicken" (KFC) untuk tumbuh dan bersaing dalam pasar yang semakin ketat. Karena banyaknya produk sejenis yang tersedia, dan perubahan selera konsumen yang sangat cepat menjadikan persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku usaha. Hal inilah yang menjadi landasan banyak pelaku usaha untuk mencoba melakukan inovasi dan diferensiasi produk, namun hal tersebut belum cukup menarik perhatian konsumen secara penuh dan mendorong mereka untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Seiring berjalannya waktu, industri kuliner yang berfokus pada pengolahan ayam telah tumbuh pesat dan menjamur di kalangan masyarakat. Usaha penjualan ayam goreng crispy merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek bisnis yang sangat cerah, mengingat produk ini relatif banyak disukai oleh hampir semua segmen umur, mulai anak-anak, remaja, maupun dewasa, sehingga, ayam goreng crispy memiliki potensi pasar yang luas karena dapat disukai oleh berbagai kalangan dan usia [3]. Kepopuleran makanan ayam goreng crispy di kalangan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari kemudahan dalam proses mengolah daging ayam menjadi berbagai kreasi masakan. Bagi sebagian masyarakat Indonesia, olahan ayam menjadi bahan makanan yang sangat umum ditemui sehari-hari, baik itu dijual oleh pedagang kaki lima maupun dihidangkan di restoran bintang lima [4]. Perkembangan pemikiran dan gaya hidup modern saat ini telah mendorong sebagian besar masyarakat untuk mengadopsi pola pikir yang lebih praktis dan instan, termasuk dalam hal konsumsi makanan. Makanan siap saji kini menjadi pilihan menu yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

Bisnis kuliner ayam goreng crispy masuk dalam kategori bisnis "Red Ocean" karena pesaing di industri makanan cepat saji ini memang sudah sangat banyak dan menjamur [5]. Beragamnya pilihan makanan cepat saji, tingginya permintaan, dan hambatan masuk yang relatif rendah, semuanya turut memberikan kontribusi pada persaingan yang semakin sengit di pasar kuliner. Melakukan pemasaran produk di pasar yang punya banyak kompetitor tentu tidaklah mudah. Bagaimana suatu usaha tetap bisa bertahan disaat dunia bisnis semakin berkembang dan usaha-usaha baru bermunculan yang menjadikan resiko tersendiri bagi suatu perusahaan untuk dapat bertahan [6]. Oleh karena itu, setiap pemilik bisnis harus mampu menemukan strategi dan metode pemasaran yang optimal untuk memaksimalkan peluang keuntungan dari potensi pelanggan yang melimpah di pasar. Pentingnya penerapan strategi pemasaran menjadi fokus utama yang perlu ditekankan oleh setiap perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran merupakan suatu kerangka konseptual yang bersifat komprehensif, terintegrasi, dan menyeluruh tentang tindakan yang akan diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran yang melibatkan berbagai aspek seperti produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan [7]. Agar dapat memperoleh laba yang memuaskan, penting untuk melakukan analisis yang teliti dalam menjalankan bisnis ayam goreng.

Dalam penelitian ini penulis menentukan "Kenangan Fried Chicken" sebagai objek penelitian karena tertarik untuk menganalisis keberlanjutan dan pengembangan dari usaha kuliner "Kenangan Fried Chicken" (KFC) dalam jangka panjang. Analisis studi kelayakan merupakan tahapan penting yang diperlukan untuk menentukan apakah usaha tersebut layak dijalankan atau tidak. Pentingnya analisis studi kelayakan tidak hanya terbatas pada perencanaan bisnis awal, tetapi juga relevan saat bisnis tersebut telah dioperasikan atau dijalankan, analisis studi kelayakan memberikan landasan yang kokoh untuk perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian bisnis. Keseluruhan proses ini bertujuan untuk meningkatkan peluang kesuksesan bisnis, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan mengurangi risiko kerugian yang mungkin timbul selama operasional bisnis [8]. Penelitian ini diharapkan mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal dan eksternal, untuk memaksimalkan usaha kuliner "Kenangan Fried Chicken" dalam meningkatkan pendapatan.

Secara umum, penentuan strategi yang efektif bagi perusahaan dimulai dengan pengenalan terhadap peluang (opportunity) dan ancaman (threat) yang ada di lingkungan eksternal perusahaan, sekaligus memahami kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) pada aspek internal perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang muncul, mengatasi tantangan yang ada, memaksimalkan keunggulan internal, dan mengatasi kelemahan yang dimiliki. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk bersaing dengan efektif dan efisien, serta mencapai tujuan bisnisnya secara optimal [9]. Penelitian ini akan membahas tentang strategi pengembangan usaha kecil ayam goreng "Kenangan Fried Chicken" di Kabupaten Sidoarjo. Dengan memilih "Kenangan Fried Chicken" sebagai objek penelitian, penulis berharap dapat memberikan kontribusi nyata terkait pemahaman tentang dinamika bisnis kuliner ayam goreng di tingkat lokal, memberikan wawasan berharga bagi pelaku usaha kecil, dan mendorong pertumbuhan keberlanjutan dalam sektor industri kuliner khususnya di wilayah Kabupaten Sidoarjo.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan untuk keberlanjutan usaha kuliner “Kenangan Fried Chicken”
2. Menyusun dan merekomendasikan alternatif strategi pengembangan pada usaha “Kenangan Fried Chicken”

Metode

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif berdasarkan literature review [10]. Di mana literature review merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hasil penelitian yang berhubungan dengan fenomena pada pokok pembahasan sebuah penelitian. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah informasi mengenai efisiensi hasil tambah yang berlebih pada saat musim panen agar dapat memiliki nilai tambah. Data utama pada penelitian ini diperoleh melalui hasil observasi dan analisa berbagai jurnal yang sudah dipublikasikan [11].

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal adalah proses penting dalam perencanaan strategis bisnis [12]. Analisis lingkungan bisnis melibatkan dua unsur utama, yaitu analisis lingkungan industri dan makro [13]. Melakukan analisis ini secara bersama-sama dengan pemilik usaha atau manajemen tingkat atas akan membantu memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi usaha, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dalam meraih peluang dan menghadapi ancaman yang ada.

- Analisis Lingkungan Makro

Lingkungan makro adalah semua faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung suatu usaha, namun memiliki pengaruh signifikan terhadap kelangsungan bisnisnya. Lingkungan makro umumnya tidak terkait secara langsung dengan situasi operasional usaha kecil dan menengah (UKM). Identifikasi faktor-faktor eksternal lingkungan makro bertujuan untuk mengenali kecenderungan dan kejadian di luar kendali yang dapat mempengaruhi UKM.. Faktor lingkungan makro yang mempengaruhi UKM adalah sebagai berikut :

1. Faktor Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah terkait kenaikan tarif dasar listrik (TDL) dan dalam waktu dekat akan disusul dengan kenaikan harga BBM, tentunya akan berdampak langsung pada usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner tidak terkecuali bisnis usaha “Kenangan Fried Chicken”. dengan naiknya harga TDL dan BBM biaya operasional sehari-hari pun menjadi meningkat. Hal ini menjadi dilema bagi Kenangan Fried Chicken, karena meskipun biaya operasional naik, Kenangan Fried Chicken tidak bisa serta merta menaikkan harga produknya. Selain itu laju inflasi berpengaruh pada peningkatan harga bahan baku. Sedangkan harga jual produk tetap, hal ini membuat keuntungan yang diperoleh berkurang.

2. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi yang paling berpengaruh terhadap operasional Kenangan Fried Chicken adalah fluktuasi harga dan kenaikan harga bahan baku seperti daging ayam karkas, beras, gas elpiji, dan kertas laminasi. Kenaikan harga daging ayam, khususnya menjelang bulan puasa hingga lebaran Idul Fitri, menjadi fenomena musiman, namun harga cenderung kembali stabil setelah periode tersebut. Namun dengan memiliki lebih dari satu pemasok, Kenangan Fried Chicken dapat melakukan negosiasi harga yang sedikit menguntungkan. Selain itu, pertumbuhan dalam industri ayam potong juga mempermudah para pengusaha fried chicken dalam mendapatkan pasokan bahan baku. Kendati demikian, dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku, pedagang tidak dapat dengan cepat menyesuaikan harga produk atau mengurangi ukuran produk karena tindakan tersebut akan dapat mengakibatkan perpindahan pelanggan ke pesaing.

3. Faktor Sosial, Budaya dan Demografi

Berdasarkan pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, terjadi peningkatan signifikan dalam permintaan kebutuhan pokok, khususnya daging ayam. Fenomena ini menjadi faktor krusial dalam pendirian usaha rumah potong ayam. Peningkatan tersebut mencatat pertumbuhan sebesar 8,62% dibandingkan tahun sebelumnya. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam laporan Pola Distribusi Perdagangan Komoditas Daging Ayam Ras 2022 menyebutkan bahwa konsumsi rata-rata daging ayam ras di kelompok rumah tangga nasional mencapai 6,048 kg per kapita per tahun pada tahun 2021. Selain itu, permintaan dari sektor rumah makan, warung, restoran, industri, hotel, dan pasar juga menjadi faktor utama dalam permintaan daging ayam. Data dari Kementerian Pertanian (Kementan) menunjukkan bahwa total kebutuhan daging ayam pada tahun 2022 diproyeksikan mencapai 3,195 juta

ton atau sekitar 266,287 ton per bulan. Kondisi ini menandakan adanya peluang yang besar bagi usaha Kenangan Fried Chicken dalam meningkatkan kapasitas penjualan ayam goreng crispy.

Selain itu Konsumen Kenangan Fried Chicken, yang sebagian besar terdiri dari Ibu rumah tangga dan pelajar, memainkan peran penting dalam mempengaruhi pembelian produk kuliner. Secara umum, pelajar dan Ibu rumah tangga cenderung lebih memilih makanan yang ekonomis, hemat, dan memberikan rasa kenyang. Demikian halnya dengan perubahan gaya hidup, pola konsumsi, dan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi turut memberikan dampak signifikan terhadap meningkatnya minat masyarakat terhadap produk makanan cepat saji, termasuk ayam goreng crispy. Perubahan ini menciptakan peluang bagi Kenangan Fried Chicken untuk menarik perhatian konsumen dengan menyajikan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Meskipun konsumen mencari makanan yang ekonomis, hal tersebut tidak berarti bahwa mereka asal-asalan dalam memilih dan membeli makanan. Oleh karena itu, Kenangan Fried Chicken dapat memanfaatkan trend ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang menarik dan menjaga kualitas produk agar tetap memenuhi standar konsumen yang semakin meningkat.

4. Faktor Teknologi

Penggunaan teknologi dalam Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan memberikan efektifitas dan efisiensi secara signifikan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap biaya operasional UKM.

Kemajuan teknologi yang terus berkembang menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan yang menginginkan kemajuan dan pertumbuhan, termasuk Kenangan Fried Chicken. Penerapan secara kreatif pada proses adaptasi teknologi akan berkontribusi positif pada perencanaan, baik melalui inovasi produk baru, peningkatan produk yang sudah ada, maupun pengembangan strategi pemasaran. [14].

Usaha Kenangan Fried Chicken telah memanfaatkan beberapa perkembangan teknologi, seperti penggunaan aplikasi android untuk memproses transaksi penjualan. Aplikasi ini dilengkapi dengan koneksi internet untuk mempermudah transaksi online. Dalam hal produksi, pengolahan, dan pengemasan, Kenangan Fried Chicken menggunakan freezer khusus untuk menyimpan ayam dan warmer/etalase untuk menjaga suhu, memastikan produk ayam goreng tetap dalam kondisi yang baik, dan aman dikonsumsi oleh pelanggan. Penggunaan etalase juga bertujuan untuk menarik perhatian visual konsumen dan meningkatkan minat mereka. Pemanfaatan teknologi ini mencerminkan komitmen Kenangan Fried Chicken untuk menjaga kualitas produk dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi. Meskipun demikian, dalam kegiatan mengolah atau menggoreng ayam, pemilik Kenangan Fried Chicken masih menggunakan peralatan yang sederhana dan belum mengadopsi teknologi canggih..

- Analisis Lingkungan Industri

Analisis lingkungan industri dilakukan sesuai keadaan Kenangan Fried Chicken tempat usaha beroperasi. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah persaingan industri dalam usaha sejenis, ancaman masuknya pesaing baru, ancaman produk substitusi, dan upaya pemasaran yang dilakukan .

1. Persaingan Industri atau Perusahaan Sejenis

Persaingan di industri ayam goreng cepat saji menunjukkan ketatnya persaingan, terutama terlihat dari munculnya bisnis sejenis di sekitar lokasi usaha, khususnya di sekitar Perumahan Graha Kota Sidoarjo. Kemunculan banyak kompetitor, baik dengan modal besar maupun kecil, menggambarkan rendahnya hambatan masuk dalam industri ini. Keadaan ini dapat menjadi ancaman bagi perusahaan yang telah beroperasi [15], termasuk Ayam Goreng Kenangan. Produk Ayam Crispy di pasaran dijual melalui berbagai model bisnis, seperti menggunakan booth sederhana seperti yang diterapkan oleh Hisana Fried Chicken, Basmalah, D'Kress, atau dengan konsep mini resto seperti Presiden Fried Chicken (PFC). Peningkatan jumlah perusahaan di dalam industri ini mencerminkan adanya persaingan yang semakin intens. Menghadapi persaingan yang ketat di industri ayam goreng cepat saji, para pengusaha menerapkan strategi diferensiasi untuk menarik konsumen, Kenangan Fried Chicken menetapkan tujuan untuk menciptakan perbedaan dan memberikan nilai tambah secara umum. Contoh strategi diferensiasi dapat dilihat pada produk-produk yang ditawarkan oleh pesaing, seperti Ayam Goreng Basmalah yang menawarkan ayam goreng tepung bumbu ayam pedas, Hisana dengan ayam goreng tepung bumbu ayam pedas, serta Presiden Fried Chicken yang memberikan ayam goreng tepung bumbu ayam saus sambal beserta teh gratis. Selain itu, terdapat juga inovasi seperti produk ayam goreng tepung dengan irisan pertama yang diadopsi oleh beberapa pesaing. Strategi-strategi ini dikembangkan oleh pesaing untuk mengatasi kejenuhan pasar, membangun citra produk, dan meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Pesaing Baru

Usaha dalam industri ayam goreng tidak memerlukan skala ekonomi yang besar, dan modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha ini relatif rendah. Proses produksi untuk membuat ayam goreng crispy dapat dilakukan dengan menggunakan peralatan dapur sederhana. Keadaan ini mencerminkan rendahnya hambatan masuk ke dalam industri ini. Meskipun demikian, situasi ini juga dapat menjadi ancaman, mengingat tingginya potensi masuknya calon pendatang baru yang mampu bersaing di dalam bisnis ini.

3. Produk Substitusi

Produk substitusi adalah produk yang memiliki sifat yang berbeda, tetapi mampu menyediakan fungsi yang serupa. Dengan demikian, kehadiran produk substitusi untuk ayam goreng tepung dapat mengakibatkan penurunan permintaan terhadap ayam goreng tepung, terutama jika produk substitusi tersebut ditawarkan dengan harga yang lebih rendah. Di sekitar lokasi usaha, produk substitusi dalam kategori ayam goreng cepat saji melibatkan variasi seperti ayam bakar, ayam penyet, ayam goreng kremes, nasi pecel ayam goreng, masakan padang, ayam suwir, dan produk sejenis. Keberadaan produk substitusi menempatkan konsumen dalam posisi memiliki berbagai pilihan, sehingga perusahaan harus memperhatikan hal ini dan mengembangkan strategi kreatif dalam menawarkan produknya. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang tinggi di antara produk substitusi yang juga bertujuan menarik segmen pasar yang sama. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinovasi dalam hal produk, pemasaran, dan layanan untuk mempertahankan daya saingnya di pasar yang penuh dengan produk pengganti.

4. Daya Tawar Pemasok

Pemasok memainkan peran kunci dalam menyediakan bahan baku yang mendukung kelangsungan proses produksi suatu usaha. Kenangan Fried Chicken bergantung pada beberapa pemasok, dan apabila salah satu dari mereka tidak dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan, perusahaan ini memiliki kemampuan untuk beralih ke pemasok lain. Bahan-bahan seperti beras, minyak goreng, saus sambal, dan gas elpiji diperoleh dari toko-toko langganan. Sementara itu, untuk bahan-bahan seperti bumbu marinasi, Kenangan Fried Chicken bekerja sama dengan pemasok bumbu dan tepung di luar wilayah Sidoarjo. Untuk kebutuhan kemasan seperti paper bag dan kotak karton, Kenangan Fried Chicken masih menjalin kerjasama dengan perusahaan percetakan yang berlokasi di wilayah Sidoarjo. Kolaborasi dengan berbagai pemasok ini memberikan fleksibilitas dan kehandalan dalam menjamin pasokan bahan baku serta kelancaran proses produksi Kenangan Fried Chicken.

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah langkah untuk menilai elemen-elemen yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam sebuah perusahaan. Faktor-faktor dari lingkungan internal "Kenangan Fried Chicken" meliputi::

1. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aset yang memainkan peran kunci dalam kesuksesan mengelola operasional bisnis. usaha.

2. Keuangan

Karena pengelolaan keuangan langsung dikelola oleh owner sehingga Kenangan Fried Chicken belum melakukan sistem pencatatan keuangan secara tertib dan rapi. Pada awalnya, Kenangan Fried Chicken menggunakan aplikasi android untuk memasukkan jumlah pembelian yang dilakukan, sehingga transaksi dalam satu hari dapat dilihat dengan jelas.

Namun karena minimnya SDM sehingga sistem pembukuan tersebut belum dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan. Dengan demikian agak sulit untuk dilakukan penghitungan laba/ rugi secara pasti.

3. Pemasaran

Pemasaran adalah tahap terakhir dalam rantai usaha sebuah bisnis kecil atau perusahaan besar. Target dari kegiatan pemasaran adalah agar produk yang dipasarkan mendapat tanggapan positif dari pelanggan, yang pada gilirannya memberikan dampak positif bagi penjual. [13] Keuntungan akan diperoleh melalui pemasaran yang efektif. Aspek pemasaran termasuk dalam bauran pemasaran, yang terdiri dari:

a. Produk

Kenangan Fried Chicken (KFC) menawarkan produk utama berupa ayam goreng tepung, atau biasa disebut sebagai fried chicken. Produk ini dihasilkan dari penggunaan bahan baku utama berupa ayam karkas segar dengan ukuran berkisar antara 0,98 hingga 1,00 kilogram. Produk ayam Kenangan Fried Chicken dihidangkan dengan tambahan saus sambal dan sambel geprek sebagai bahan pendukung. Saus sambal dan sambel geprek yang dihadirkan oleh Kenangan Fried Chicken menggunakan bumbu rempah pilihan sehingga memiliki karakteristik pedas yang lezat dan bercitarasa. Keberadaan saus ini tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga elemen yang dapat meningkatkan citra rasa produk ayam goreng yang dijualnya. Pentingnya menjaga kualitas makanan merupakan fokus utama Kenangan Fried Chicken (KFC) dalam menjalankan usahanya. Hal ini tidak hanya mencakup pemilihan bahan baku berkualitas tinggi, tetapi juga melibatkan proses pengolahan yang hati-hati dan penyajian produk secara optimal. Upaya ini diarahkan untuk memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi konsumen. Dalam perjalanannya, Kenangan Fried Chicken (KFC) telah berhasil mempertahankan standar kualitas makanan yang tinggi, yang diharapkan dapat membentuk citra positif terhadap usaha kecil ayam goreng fast food di kalangan masyarakat. Konsistensi dalam memberikan produk berkualitas menjadi salah satu faktor yang mendukung daya saing Kenangan Fried Chicken (KFC) di pasar kuliner, serta berpotensi meningkatkan popularitas dan kepercayaan

konsumen terhadap brand Kenangan Fried Chicken.

b. Harga

Kenangan Fried Chicken menentukan harga penjualan produk berdasarkan biaya-biaya operasional perusahaan. "Kenangan Fried Chicken" memiliki harga produk sebagai berikut:

- sayap dan paha bawah memiliki harga Rp9.000.
- Paha atas, dan dada memiliki harga Rp12.000.
- Paket minuman, ayam, dan nasi memiliki harga sekitar Rp 11.000-Rp 15.000.

c. Lokasi Usaha

Kenangan Fried Chicken menempati ruko untuk memasarkan produknya yaitu di sekitar perumahan warga tepatnya di Ruko Perumahan Graha Kota Blok CK No. 7 Desa Suko Kabupaten Sidoarjo. Waktu operasional "Kenangan Fried Chicken" mencakup rentang waktu yang luas, dimulai dari pukul 09.00 hingga 22.00 WIB.

d. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh "Kenangan Fried Chicken" belum mencapai tingkat optimal. Saat ini, promosi pada "Kenangan Fried Chicken" masih tergantung pada informasi yang disampaikan melalui komunikasi antar individu dan rekomendasi dari pelanggan yang telah mencoba ayam goreng di tempat tersebut. Dalam upaya meningkatkan daya tarik bagi pelanggan, "Kenangan Fried Chicken" memperkenalkan program promosi berupa paket hemat yang mencakup nasi, ayam goreng, dan minuman es teh. Dengan adanya penawaran hemat ini, diharapkan pelanggan dapat mengurangi pengeluaran mereka.

Identifikasi Peluang, Ancaman, Kekuatan, dan Kelemahan

Hasil analisis faktor lingkungan eksternal mengungkapkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh "Kenangan Fried Chicken". Peluang dan ancaman tersebut berasal dari variabel-variabel di lingkungan mikro, industri, dan makro. Di sisi lain, analisis internal mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, yang melibatkan aspek fungsional "Kenangan Fried Chicken" seperti tenaga kerja, produksi dan operasional, serta keuangan dan pemasaran.

1. Peluang

Kenangan Fried Chicken memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menjalankan operasional bisnisnya. Pemanfaatan handphone dan kendaraan mempermudah transaksi dan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, perusahaan ini menggunakan peralatan memasak modern untuk menghasilkan ayam goreng yang renyah, daging ayam yang lembut dan matang sempurna, serta cita rasa yang lezat. Penggunaan peralatan masak modern juga memberikan keuntungan dalam hal efisiensi waktu dan biaya produksi. Perkembangan bisnis ayam potong di wilayah Sidoarjo juga menjadi peluang bagi Kenangan Fried Chicken karena memudahkan perolehan pasokan daging ayam karkas, memastikan kelancaran produksi tanpa hambatan.

2. Ancaman

Kehadiran persaingan dalam menjalankan bisnis adalah fakta yang perlu dihadapi dengan respons yang tepat. Persaingan dapat menjadi pendorong inovasi dan kreativitas dalam usaha, namun di sisi lain, dapat menjadi ancaman bagi bisnis yang tidak mampu mengadopsi inovasi dan beradaptasi dengan perkembangan. Munculnya banyak pesaing baru di dunia bisnis, meskipun membawa dampak positif pada satu sisi, juga menciptakan persaingan baru yang bersaing untuk merebut pangsa pasar lokal pada sisi yang lain.

Selanjutnya, adanya produk pengganti dari ayam goreng tepung mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan, tetapi dapat mengakibatkan penurunan harga dan margin jika produk pengganti tersebut lebih diminati oleh konsumen. Hal ini dapat terjadi jika terjadi perubahan dalam pola konsumsi masyarakat yang lebih memfavoritkan makanan selain ayam goreng tepung. Selain itu, kekhawatiran terhadap penurunan margin keuntungan juga muncul karena ketidakpastian dalam harga produksi, terutama jika harga daging ayam mengalami kenaikan.

3. Kekuatan

Kekuatan "Kenangan Fried Chicken" merupakan usaha skala kecil yang terletak di wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi. Perumahan Graha Kota adalah zona pemukiman yang padat, mengalami pertumbuhan kompleks perumahan yang cepat, menandakan peningkatan jumlah penduduk, baik dari daerah sekitar maupun dari pendatang. Keadaan ini memberikan peluang dan keunggulan bagi "Kenangan Fried Chicken". Dalam aspek harga, produk mereka dianggap terjangkau, dan strategi promosi seperti penawaran paket hemat berhasil menarik perhatian pelanggan. Harga yang kompetitif dan ukuran produk ayam goreng yang lebih besar

daripada produk pesaing merupakan kelebihan yang dimiliki oleh "Kenangan Fried Chicken".

4. Kelemahan

Faktor Kelemahan utama "Kenangan Fried Chicken" pada faktor internal, yaitu karena adanya keterbatasan modal usaha sehingga kondisi ini memaksa pemilik usaha Kenangan Fried Chicken untuk mengelola dan mengembangkan usahanya secara independen, mulai dari tahap persiapan bahan baku, proses produksi, hingga pelayanan kepada pelanggan. Dalam konteks efisiensi, pengelolaan yang masih dilakukan sendiri menghambat usahanya untuk mencapai tingkat optimal dalam pengelolaan dan perkembangan bisnis ayam goreng.

Keterbatasan modal juga memaksa owner untuk tetap melakukan proses pengelolaan tanpa adanya dukungan karyawan. Proses produksi, yang melibatkan pencucian ayam, meracik bumbu, hingga menggoreng, menjadi tanggung jawab eksklusif owner. Meskipun keahliannya dalam meracik bumbu telah menjadi ciri khas dari "Kenangan Fried Chicken", namun tantangan seorang diri membuatnya harus mengalokasikan waktu secara efisien agar proses produksi berjalan tanpa hambatan.

Pemilik "Kenangan Fried Chicken", menghadapi tantangan serius karena keterbatasan modal dan sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola usahanya. Kondisi ini mengakibatkan ketidakmampuan untuk memulai proses produksi lebih awal, sehingga target pasar pada pagi hari tidak dapat tercapai. Pasar potensial ayam goreng pada pagi hari, saat orang membutuhkan sarapan atau bekal, menjadi suatu peluang yang belum dapat dimaksimalkan. Keterbatasan modal membuat owner tidak dapat menggaji karyawan untuk membantu dalam proses produksi lebih awal. Padahal, pasar potensial pada pagi hari menawarkan peluang besar untuk meningkatkan penjualan "Kenangan Fried Chicken". Orang-orang yang membutuhkan sarapan atau bekal sebelum memulai aktivitas harian mereka merupakan segmen pasar yang signifikan. Namun, keterbatasan SDM dan modal menghambat usaha ini untuk meraih peluang ini secara maksimal. Peran ganda owner juga mencakup pelayanan langsung kepada pelanggan. Ia mengambil pesanan, menyajikan hidangan dengan ramah, dan berusaha memberikan pengalaman kuliner yang optimal. Namun, keterbatasan waktu dan tenaga membuatnya terkadang kesulitan memberikan perhatian yang memadai kepada setiap pelanggan atau menanggapi perubahan kebutuhan pasar secara cepat. Selain itu perlu dicatat bahwa selain keterbatasan modal, usaha promosi juga belum dilakukan secara maksimal dan kontinue. owner menyadari pentingnya strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik usahanya di mata pelanggan potensial. Namun, keterbatasan waktu dan sumber daya membuatnya belum dapat mengimplementasikan kampanye promosi secara efektif.

Dalam mengatasi kendala keterbatasan modal, owner dapat mempertimbangkan berbagai strategi tambahan sumber modal atau pemanfaatan bantuan dari keluarga atau teman. Upaya lebih lanjut dalam perencanaan strategis, mungkin dengan memanfaatkan teknologi atau merekrut tenaga bantu dalam operasional, dapat membantu meningkatkan efisiensi dan mengurangi beban kerja yang terlalu berat. Dengan adanya tekad dan upaya yang berkelanjutan, diharapkan "Kenangan Fried Chicken" dapat menuju tingkat kinerja yang optimal. Dengan pendekatan yang lebih terstruktur, diharapkan usahanya dapat berkembang dan memberikan hasil yang lebih maksimal sesuai dengan visi dan misinya dalam dunia bisnis kuliner ayam goreng.

Simpulan

"Kenangan Fried Chicken" merupakan usaha kecil menengah (UKM) yang menyajikan produk ayam goreng tepung di daerah sekitar tempat tinggal penduduk, menghadapi berbagai faktor strategis eksternal dan internal. Dari hasil analisis, terlihat bahwa peluang terbesar berasal dari antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap makanan ayam goreng. Ancaman utama yang dihadapi adalah bersaing dengan bisnis serupa atau UKM lain yang juga berfokus pada ayam goreng. Sementara itu, kekuatan utama "Kenangan Fried Chicken" terletak pada lokasi usahanya yang strategis, yakni di ruko perumahan Graha Kota yang dekat dengan jalan raya. Namun, kelemahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal. Oleh karena itu, diperlukan upaya dan strategi lebih lanjut untuk meningkatkan daya saing dan mengatasi kendala modal yang menjadi tantangan utama dalam perjalanan bisnis "Kenangan Fried Chicken".

References

1. N. L. Dinda, N. Ekonomi, D. Bisnis, S. Mandala, P. Ekonomi, and H. W. Adda, "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dalam Menetapkan Harga Produk Pada Usaha Ayam Geprek D&A," *J. Ris. dan Inov. Manaj.*, vol. 1, no. 2, 2023.
2. M. Nadya, D. Riza, L. Vahlevi, and M. Nadya, "Investigating the Impact of Brand Image, Price, Location, and Service Quality on Purchasing Decisions: A Case Study of Inna Fried Chicken in Sidoarjo from the Perspective of Islamic Economics," *J. Ris. dan Inov. Manaj.*, vol. 2, no. 2, 2023.
3. M. I. Said, E. Abustam, W. Pakiding, and Hastang, "Analisis Keuntungan Usaha Produksi Ayam Goreng Presto pada Produk Celebes Organik Chicken (COC): Studi Kasus Program IBIKK di Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin," *Agrokreatif J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 143-149, 2017, doi: 10.29244/agrokreatif.3.2.143-149.

4. T. Resmi Asih, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Ayam Goreng Fast Food F-Chick, Kabupaten Bogor," 2014.
5. I. A. Wijaya, S. R. Pratama, and A. Suyatno, "Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Usaha Solo Fried Chicken (SFC)," in Proc. Seminar Nasional & Call for Paper HUBISINTEK, 2022, pp. 574-582.
6. B. Suwarno, "Pengaruh Analisis SWOT Sebagai Dasar Penentuan Strategi Bersaing Pada PT. Indomobil Prima Niaga Medan," 2018. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/355185327>
7. A. Bangsawan and S. Wulan, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Master Fried Chicken di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19," SIBATIK J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik., vol. 1, no. 9, pp. 1693-1706, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i9.226.
8. S. Dian, N. Siahaan, and N. I. Hasibuan, "Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan," NIAGAWAN, vol. 10, no. 2, 2021.
9. M. Sumarni, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kota Langsa," IHTIYATH J. Manaj. Keuang. Syariah, vol. 6, no. 2, pp. 121-136, 2022.
10. T. K. Gunawan, P. E. Ariaji, and J. Pusat, "Penerapan Metode Fenomenologi Bioinspired Pada Desain Fasilitas Rekreasi Kasual Multisensori Alam Indonesia di Jalan Jaksa, Jakarta Pusat," STUPA, vol. 4, no. 2, pp. 2689-2704, 2022, doi: 10.24912/stupa.v4i2.
11. S. Arikunto, Metodologi Penelitian, 2010.
12. R. Heriyoga and B. Rachmat, "Analisis Strategi Pemasaran UMKM Menggunakan Pendekatan Kualitatif Fenomenologi Dalam Era MEA," J. Bus. Bank., vol. 5, pp. 283-298, 2016, doi: 10.14414/jbb.v5i2.555.
13. S. Riyanto, "Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun," JMBI UNSRAT (Jurnal Ilm. Manaj. Bisnis dan Inov. Univ. Sam Ratulangi), vol. 5, no. 3, pp. 159-168, 2018, doi: 10.35794/jmbi.v5i3.21707.
14. T. Resmi Asih, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Ayam Goreng Fast Food F-Chick, Kabupaten Bogor," 2014.
15. Junedi and M. D. Arumsari, "Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng," MASTER J. Manaj. Strateg. Kewirausahaan, vol. 1, no. 2, pp. 175-184, 2021, doi: 10.37366/master.v1i2.223.