

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk di Indonesia khususnya di Jawa Barat mengalami kenaikan di setiap tahunnya, terhitung dari tahun 2021 sampai 2022 penduduk Indonesia mengalami kenaikan dari 48,22 juta jiwa menjadi 48,64 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022). Peningkatan jumlah penduduk maka akan disertai juga dengan kenaikan konsumsi. Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat ditunda pemenuhannya. Makanan diperlukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan energi yang digunakan untuk beraktivitas demi keberlangsungan hidupnya. Namun, sekarang ini terjadi perubahan gaya hidup dan pola konsumsi, termasuk makanan. Adanya gaya hidup, kesibukan yang padat dan mobilitas yang tinggi mengubah pola konsumsi masyarakat yang cenderung menginginkan makanan yang disajikan secara cepat, praktis maupun *prestige*.

Pendapatan masyarakat yang semakin meningkat cenderung merubah pola makan seseorang dan semakin banyak orang mengonsumsi pangan yang berorientasi pada kesenangan. Selain itu, masyarakat kota yang semakin sibuk dengan pekerjaan sehari-harinya yang menyita waktu, pikiran serta jam kantor yang semakin meningkat menyebabkan mereka tidak mempunyai waktu yang cukup untuk memasak dan menyiapkan makanan untuk keluarganya. Hal ini menimbulkan kebiasaan baru di komunitas pekerja yaitu makan di luar rumah terutama pada restoran siap saji.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang makanan siap saji atau *fast food* adalah *Zona Fried Chicken*. Sampai saat ini *Zona Fried Chicken* sudah mempunyai 6 *outlet* di dua Kota yaitu Bogor dan Bekasi. Restoran siap saji ini menyajikan makanan yaitu *fried chicken*. Target pasar dari restoran siap saji ini adalah kalangan menengah.

Gaya hidup dan kecenderungan pola konsumsi makanan yang praktis dan cepat mampu menstimulasi pelaku pasar untuk masuk dalam pangsa pasar ini. Mengingat adanya persaingan dalam lingkungan bisnis *franchise* ini, perusahaan dituntut untuk dapat menjalankan usahanya dengan efektif dan efisien. *Zona Fried Chicken* juga menghadapi beberapa pesaing yang sejenis, seperti pada Tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1 Pesaing Perusahaan Sejenis di Kota Bogor**

No.	Nama Perusahaan	Jumlah Outlet
1	Sabana <i>Fried Chicken</i>	35
2	D'Besto	29
3	D'Kriuk	20
4	Enak <i>Chicken</i>	8
5	Zona <i>Fried Chicken</i>	6

Sumber: Observasi, 2023

Dapat dilihat tabel diatas jika dilihat dari jumlah *outlet* yang dimiliki pada posisi pertama ditempati oleh Sabana *Fried Chicken* dengan jumlah *outlet* sudah mencapai 35 *outlet*, kemudian disusul Zona *Fried Chicken*, D'Kriuk dan pada posisi keempat Enak *Chicken*. Hal ini menunjukkan bahwa Zona *Fried Chicken* masih berada di bawah perusahaan pesaing dari segi jumlah *outlet*. Sedangkan visi Zona *Fried Chicken* yaitu” menjadi *Market Leader* untuk bisnis kuliner resto *fried chicken* dan burger di segmen kelas menengah di Indonesia, khususnya Kota Bogor”. Saat ini masih dalam proses pencapaian dengan melihat internal dan eksternal yang dihadapi. Dari sisi persaingan, jarak lokasi pesaing dengan *outlet* Zona *Fried Chicken* kurang dari 250 meter, sisi harga serta menu yang ditawarkan relatif sama sehingga membuat persaingan semakin ketat.

Adanya persaingan bidang usaha *franchise Fast Food* karena adanya pelaku sejenis maupun produsen produk pengganti dengan berbagai varian makanan cepat saji diharapkan Zona *Fried Chicken* mampu mengatur strategi dalam pengembangan bisnisnya. Adanya pengaruh baik dari lingkungan *Internal* dan lingkungan *Eksternal* perusahaan khususnya yang memperlambat dalam peningkatan skala produksi dan peningkatan laba, selain itu juga ada faktor persaingan di dunia usaha makanan cepat saji dapat menjadi salah satu faktor yang bisa menghambat pertumbuhan bisnis Zona *Fried Chicken*. Berikut adalah report penjualan 14 cabang Zona *Fried Chicken* tahun 2022.

**Tabel 1.2 Report penjualan All Outlet Zona Fried Chicken 2022**

Sumber: Zona Fried Chicken pusat

<b>Tabel Report Penjualan Zona Fried Chicken Tahun 2022</b>			
<b>Bulan</b>	<b>Pemasukan</b>	<b>Pengeluaran</b>	<b>Omset</b>
<b>Januari</b>	Rp 78,146,800	Rp 75,593,810	Rp 2,552,990.00
<b>Februari</b>	Rp 66,913,701	Rp 64,235,550	Rp 2,678,151.00
<b>Maret</b>	Rp 48,690,300	Rp 48,200,900	Rp 489,400.00
<b>April</b>	Rp 48,690,300	Rp 47,567,645	Rp 1,122,655.00
<b>Mei</b>	Rp 33,776,600	Rp 38,276,535	-Rp 4,501,035.00
<b>Juni</b>	Rp 43,314,000	Rp 43,420,505	-Rp 106,505.00
<b>Juli</b>	Rp 37,265,500	Rp 35,830,735	Rp 1,434,765.00
<b>Agustus</b>	Rp 42,096,200	Rp 39,041,567	Rp 3,054,633.00
<b>Septembe r</b>	Rp 35,139,500	Rp 34,078,105	Rp 1,061,395.00
<b>Oktober</b>	Rp 38,718,833	Rp 35,677,911	Rp 3,040,922.00
<b>November</b>	Rp 35,206,758	Rp 29,949,060	Rp 5,257,698.00
<b>Desember</b>	Rp 34,293,000	Rp 36,151,372	-Rp 1,858,372.00
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 542,251,492</b>	<b>Rp 528,023,695</b>	<b>Rp 14,226,697.00</b>

Dalam menghadapi persaingan dan untuk tetap bertahan dalam bisnis, maka Zona *Fried Chicken* perlu untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis berdasarkan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Kajian strategi ini juga tidak terlepas dari perkembangan bisnis di masa lalu untuk sebagai indikator permasalahan perusahaan yang kemudian merumuskan alternatif strategi agar mampu mengantisipasi perubahan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu, **Strategi Pengembangan Bisnis Zona *Fried Chicken* Dalam Mempertahankan Usahanya.**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Gaya hidup dan pola konsumsi makanan yang praktis dan cepat membuat kecenderungan masyarakat memilih makanan cepat saji untuk dikonsumsi. Saat ini, bisnis makanan cepat saji banyak diminati oleh pelaku bisnis, dengan munculnya perusahaan sejenis maupun produk substitusi menjadi kompetitor bagi Zona *Fried Chicken*. Setiap perusahaan tentunya tidak dapat menghindari ancaman yang datang. Dalam dunia bisnis, masing-masing perusahaan berusaha untuk menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produknya melalui baik dari segi inovasi, harga, promosi maupun pelayanan

terbagi bagi konsumen. Selain itu manajemen perusahaan menentukan cepat dan lambatnya pertumbuhan bisnis. Sistem manajemen perusahaan yang kurang baik akan menjadi salah satu kelemahan perusahaan yang dapat menghambat berjalannya bisnis perusahaan.

Agar dapat terus bertahan dan menjaga eksistensinya maka *Zona Fried Chicken* membutuhkan peningkatan kualitas internal perusahaan dan menyesuaikan dengan perubahan lingkungan industri eksternalnya. Sehingga diperlukan perumusan strategi yang tajam yang sesuai dengan kemampuan perusahaan. Hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan untuk dapat menjaga hubungan produsen dengan konsumennya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor lingkungan internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi *Zona Fried Chicken*?
2. Faktor-faktor lingkungan internal apa yang menjadi peluang dan ancaman bagi *Zona Fried Chicken*?
3. Bagaimana alternatif pemilihan strategi pengembangan bisnis di *Zona Fried Chicken*?
4. Apa prioritas strategi yang tepat untuk diimplementasikan di *Zona Fried Chicken*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi *Zona Fried Chicken*.
2. Untuk mengetahui lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi *Zona Fried Chicken*.
3. Untuk mengetahui alternatif strategi untuk pengembangan bisnis di *Zona Fried Chicken*.
4. Untuk mengetahui prioritas strategi yang tepat diimplementasikan di *Zona Fried Chicken*.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Manfaat bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana pengembangan bisnis khususnya teori dan implementasi SWOT pada perspektif ilmu Ekonomi pada *Zona Fried Chicken*.
2. Manfaat bagi universitas yaitu sebagai referensi perpustakaan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha pada produsen makanan cepat saji.
3. Manfaat bagi pembaca yaitu menambah wawasan dan dapat dijadikan acuan pembandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha pada produsen makanan cepat saji.
4. Manfaat bagi perusahaan *Zona Fried Chicken* yaitu hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai dasar pertimbangan untuk perencanaan strategi dan kebijakan

#### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Berikut adalah ruang lingkup penelitian dalam penelitian, diantaranya:

1. Penelitian ini dilakukan di *Zona Fried Chicken*, Bogor Utara, dengan kriteria responden merupakan *key people* dalam perusahaan, yaitu manajer pemasaran, manajer produksi, manajer
2. Penelitian ini dilakukan untuk strategi pengembangan bisnis pada *Zona Fried Chicken* di bawah dan ditanggung seluruhnya oleh *Zona Fried Chicken* pusat.
3. Penelitian ini menggunakan metode EFE dan IFE untuk mengetahui faktor *Eksternal* dan *Internal* yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, matriks SWOT dan Matriks IE untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan bisnis *Zona Fried Chicken* dan QSPM digunakan untuk mengetahui prioritas alternatif strategi pengembangan usaha *Zona Fried Chicken*.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penelitian dan pemahaman dalam Skripsi ini, peneliti membuat sistematika yang terdiri dari beberapa bagian supaya tersusun secara sistematis dan sesuai dengan prosedur penelitian. Adapun sistematika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Mengenai bab I berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan juga sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisikan teori yang berupa pengertian yang diambil buku dan jurnal yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Teori pada bab ini mengenai Manajemen Strategi, Pengertian Strategi serta penjelasan tentang alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab III berisikan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data penelitian yang lebih dijelaskan lebih detail mengenai langkah-langkah dalam proses penelitian ini.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi Berisi gambaran hasil dan pembahasan *Zona Fried Chicken* kondisi lingkungan internal dan eksternal pembahasan hasil analisis dan strategi pengembangan *Zona Fried Chicken*.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir yaitu bab V ini berisikan Simpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian, juga saran berisi masukan untuk pihak obyek penelitian

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.