

# **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ZONA FRIED CHICKEN DALAM MEMPERTAHANKAN USAHANYA**

## **SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MUHAMAD ASEP RIDWAN**  
**NIM: 2411907533**



**JURUSAN MANAJEMEN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**  
**DEPOK**  
**2023**



JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ZONA FRIED CHICKEN  
DALAM MEMPERTAHANKAN USAHANYA**

Oleh:

Nama : MUHAMAD ASEP RIDWAN  
NIM : 2411907533  
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 24 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,  
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ZONA FRIED CHICKEN  
DALAM MEMPERTAHANKAN USAHANYA**

Oleh:

Nama : MUHAMAD ASEP RIDWAN  
NIM : 2411907533  
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 24 Agustus 2023  
Waktu : 15.40 – 17.00 WIB

DATA YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Yuliawan, SE, M.Si (.....)

Anggota : Jhonson Sitanggang, SP, MM (.....)

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMAD ASEP RIDWAN  
NIM : 2411907533  
Jurusan : Manajemen  
Nomor KTP : 3271021806010002  
Alamat : CIHEULEUT, RT 007/RW 008  
Kelurahan Baranangsiang,  
Kecamatan Bogor Timur, Kota Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Zona *Fried Chicken* Dalam Mempertahankan Usahanya ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan Skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya

Depok, 24 Agustus 2023

MUHAMAD ASEP RIDWAN

## ABSTRAK

**MUHAMAD ASEP RIDWAN. NIM 2411907533. Strategi Pengembangan Bisnis Zona Fried Chicken Dalam Mempertahankan Usahanya.**

---

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 Depok. 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. 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.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor lingkungan Internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi Zona *Fried Chicken*, untuk mengetahui lingkungan Eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Zona *Fried Chicken*, untuk mengetahui alternatif pemilihan strategi pengembangan bisnis di Zona *Fried Chicken*, untuk mengetahui prioritas strategi yang tepat diimplementasikan di Zona *Fried Chicken*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang didapat dari hasil interview, observasi, dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT dan QSPM.

Berdasarkan hasil matriks IFE dengan skor 2.415 dan matriks EFE sebesar 3.165 yang menjadi kekuatan utama Zona *Fried Chicken* adalah Tenaga kerja proses produksi yang memadai dengan skor 0.147, sedangkan yang menjadi kelemahan utama perusahaan ini yaitu Lokasi outlet Zona *Fried Chicken* dengan bobot 0.080, Faktor eksternal yang menjadi peluang utama Zona *Fried Chicken* adalah Daya beli masyarakat dengan bobot 0.160, sedangkan yang menjadi ancaman utama perusahaan ini yaitu Banyaknya penjual tepung bumbu 0.080. Hasil pemetaan pada matriks IE menunjukkan bahwa posisi Zona *Fried Chicken* berada pada kuadran II yaitu tumbuh dan membangun (Grow and Build). Yang menunjukkan bahwa 3 prioritas strategi yang dapat dilakukan untuk Zona *Fried Chicken* berdasarkan matriks QSPM yaitu. Melakukan inovasi produk dengan menambahkan produk seperti kentang goreng, minuman, burger untuk menarik minat customer ( $\Sigma TAS = 7.480$ ), Mencari tempat atau lokasi yang strategis dan ramai penduduk seperti jalan perkampungan dan lingkungan sekolah ( $\Sigma TAS = 7.333$ ) dan Melakukan promosi secara offline dan online ( $\Sigma TAS = 7.187$ )

**Kata Kunci:** *Fried Chicken, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks Swot, Matriks QSPM*

## **ABSTRACT**

**MUHAMAD ASEP RIDWAN. NIM 2411907533. Fried Chicken Zona Business Development Strategy In Maintaining Its Business.**

---

*One of the companies engaged in fast food or fast food is the Fried Chicken Zone. Until now, Fried Chicken Zone already has 6 outlets in two cities, namely Bogor and Depok. This fast food restaurant serves food, namely fried chicken. The target market for this fast food restaurant is the middle class. Lifestyles and trends in food consumption patterns that are practical and quick can stimulate market players to enter this market share. Given the competition in this franchise business environment, companies are required to be able to run their business effectively and efficiently. Fried Chicken Zone also faces several similar competitors. In order to continue to survive and maintain its existence, the Fried Chicken Zone needs to improve the company's internal quality and adapt to changes in the external industrial environment. So it is necessary to formulate a sharp strategy that is in accordance with the company's capabilities.*

*This study aims to determine the internal environmental Faktors which are the strengths and weaknesses of the Fried Chicken Zone, to determine the external environment which is an opportunity and threat to the Fried Chicken Zone, to determine alternative business development strategies in the Fried Chicken Zone, to identify strategic priorities. which is properly implemented in the Fried Chicken Zone. The data sources used in this study are primary and secondary data obtained from interviews, observations, and documentation. The analytical tools used in this study are the IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT Matrix and QSPM.*

*Based on the results of the IFE matrix with a score of 2,415 and the EFE matrix of 3,165, the main strength of the Fried Chicken Zone is adequate production process workers with a score of 0.147, while the company's main weakness is the location of the Fried Chicken Zone outlet with a weight of 0.080, external Faktors that being the main opportunity for the Fried Chicken Zone is the purchasing power of the people with a weight of 0.160, while the main threat for this company is the number of sellers of seasoned flour 0.080. The results of the mapping on the IE matrix show that the position of the Fried Chicken Zone is in quadrant II, namely Grow and Build. Which shows that the 3 priority strategies that can be carried out for the Fried Chicken Zone based on the QSPM matrix are. Carrying out product innovation by adding products such as french fries, drinks, burgers to attract customer interest ( $\Sigma TAS = 7,480$ ), looking for strategic and crowded places or locations such as village roads and school environments ( $\Sigma TAS = 7,333$ ) and conducting offline promotions and online ( $\Sigma TAS = 7.187$ )*

**Keywords: Fried Chicken, IFE Matrix, EFE Matrix, Swot Matrix, QSPM**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Zona *Fried Chicken* Dalam Mempertahankan Usahanya". Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaat-nya di hari kiamat nanti.

Dalam menyusun Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moril maupun materil dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
5. Bapak Dedi Cahyadi selaku pimpinan Zona *Fried Chicken*.
6. Ayahanda Aep Saepudin serta Ibunda Syamsiah tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan Skripsi ini dengan baik.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun penulis harapkan untuk penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Depok, 24 Agustus 2023

Penulis,

MUHAMAD ASEP RIDWAN

NIM: 2411907533

## DAFTAR ISI

|                                                                  |      |
|------------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL .....                                               | i    |
| LEMBARAN PERSERUJUAN DAN PENGESAHAN .....                        | ii   |
| LEMBARAN SIDANG .....                                            | iii  |
| PERNYATAAN.....                                                  | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                             | v    |
| DAFTAR ISI.....                                                  | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                               | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                              | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                             | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN                                               |      |
| 1.1. Latar Belakang.....                                         | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                       | 3    |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                                      | 4    |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                                     | 5    |
| 1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....                              | 5    |
| 1.6. Sistematika Penulis.....                                    | 6    |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA                                         |      |
| 2.1. Makanan Cepat Saji.....                                     | 7    |
| 2.2. Landasan Teori .....                                        | 7    |
| 2.2.1. Pengertian Strategi.....                                  | 7    |
| 2.2.2. Pengertian Manajemen Strategi .....                       | 8    |
| 2.2.3. Manfaat Manajemen Strategi.....                           | 9    |
| 2.2.4. Analisis SWOT .....                                       | 11   |
| 2.2.5. Matriks Evaluasi Internal (IFE) dan Eksternal (EFE) ..... | 12   |
| 2.2.6. Tahap Pencocokan Matriks IE (Internal Eksternal).....     | 17   |
| 2.2.7. Matriks QSPM .....                                        | 23   |
| 2.3. Pengertian Strategi Pengembangan .....                      | 19   |
| 2.4. Penelitian Terdahulu .....                                  | 20   |
| 2.5. Kerangka Pemikiran Penelitian .....                         | 20   |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN                                   |      |
| 3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....                            | 23   |
| 3.2. Jenis dan Sumber Data .....                                 | 23   |
| 3.2.1. Data <i>Primer</i> .....                                  | 23   |
| 3.2.2. Data <i>Sekunder</i> .....                                | 24   |
| 3.3. Metode Pengambilan Sampel dan Pengumpulan Data.....         | 24   |
| 3.4. Metode dan Analisis Data.....                               | 25   |
| 3.4.1. Analisis SWOT .....                                       | 25   |
| 3.4.2. Matriks IFE .....                                         | 26   |
| 3.4.3. Matriks EFE.....                                          | 27   |
| 3.4.4. Matriks IE .....                                          | 28   |

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.4.5. Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM) .....                   | 28 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN                                                   |    |
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....                                            | 31 |
| 4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan .....                                          | 31 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi .....                                               | 31 |
| 4.2. Analisis Lingkungan Internal .....                                        | 32 |
| 4.2.1. Manajemen .....                                                         | 33 |
| 4.2.2. Keuangan .....                                                          | 33 |
| 4.2.3. Pemasaran .....                                                         | 34 |
| 4.2.4. Sumber Daya Manusia.....                                                | 37 |
| 4.3. Analisis Lingkungan Eksternal.....                                        | 38 |
| 4.3.1. Sosial Budaya dan Demografi .....                                       | 39 |
| 4.3.2. Kebijakan Pemerintah.....                                               | 40 |
| 4.3.3. Teknologi.....                                                          | 41 |
| 4.4. Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Zona Fried Chicken .... | 41 |
| 4.4.1. Kekuatan ( <i>Strength</i> ).....                                       | 41 |
| 4.4.2. Kelemahan ( <i>Weakness</i> ).....                                      | 43 |
| 4.4.3. Peluang ( <i>Opportunity</i> ) .....                                    | 44 |
| 4.4.4. Ancaman ( <i>Threat</i> ).....                                          | 47 |
| 4.5. Identifikasi Posisi Zona Fried Chicken .....                              | 49 |
| 4.5.1. Matriks <i>Internal Faktor Evaluation</i> (IFE).....                    | 49 |
| 4.5.2. Matriks <i>External Faktor Evaluation</i> (EFE).....                    | 50 |
| 4.6. Tahap Pencocokan.....                                                     | 52 |
| 4.7. Matriks IE (Internal Eksternal).....                                      | 52 |
| 4.8. Analisis Posisi Zona Fried Chicken.....                                   | 52 |
| 4.9. Tahap Keputusan .....                                                     | 53 |
| 4.10. QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrixs</i> ).....             | 59 |
| 4.11. Business Model Canvas Baru.....                                          | 69 |
| BAB V. SIMPULAN DAN SARAN                                                      |    |
| 5.1. Simpulan.....                                                             | 63 |
| 5.2. Saran .....                                                               | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                           | 65 |
| LAMPIRAN.....                                                                  | 67 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Pesaing Perusahaan Sejenis di Kota Bogor.....                         | 2  |
| Tabel 1.2 Report penjualan All Outlet Zona Fried Chicken 2022 .....             | 3  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                            | 13 |
| Tabel 2.2 Matriks <i>Internal Faktor Evaluation</i> (IFE) .....                 | 15 |
| Tabel 2.3 Matriks <i>External Faktor Evaluation</i> (EFE) .....                 | 15 |
| Tabel 2.4 Matriks <i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM) .....           | 18 |
| Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu .....                                            | 20 |
| Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan.....                                               | 23 |
| Tabel 3.2 Matriks QSPM .....                                                    | 30 |
| Tabel 4.1 Daftar Menu Zona <i>Fried Chicken</i> .....                           | 35 |
| Tabel 4.2 Daftar Harga Menu Zona <i>Fried Chicken</i> .....                     | 36 |
| Tabel 4.3 Sensus Penduduk 2021 Berdasarkan Agama .....                          | 39 |
| Tabel 4.4 Perbandingan Harga Menu Zona <i>Fried Chicken</i> dan D’Kriuk .....   | 46 |
| Tabel 4.5 Hasil Analisis Matriks <i>Internal Faktor Evaluation</i> (IFE) .....  | 50 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Matriks Eksternal <i>Faktor Evaluation</i> (EFE) ..... | 51 |
| Tabel 4.7 Prioritas Strategi Zona <i>Fried Chicken</i> .....                    | 62 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Matriks Internal Eksternal (IE) .....               | 16 |
| Gambar 2.2 Matriks (SWOT) .....                                | 23 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....                 | 17 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Zona <i>Fried Chicken</i> ..... | 32 |
| Gambar 4.2 Menu Chicken Steak .....                            | 48 |
| Gambar 4.3 Matriks IE Zona <i>Fried Chicken</i> .....          | 53 |
| Gambar 4.4 Matriks SWOT Zona <i>Fried Chicken</i> .....        | 54 |
| Gambar 4.5 Hasil Matriks QSPM .....                            | 61 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|             |                                                                                |     |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1  | Daftar Wawancara Awal.....                                                     | 67  |
| Lampiran 2  | Daftar Pertanyaan Perdivisi .....                                              | 72  |
| Lampiran 3  | Hasil Penentuan Faktor-faktor Strategi.....                                    | 75  |
| Lampiran 4  | Kuesioner Penentuan Faktor Strategi Internal dan Eksternal<br>Perusahaan ..... | 77  |
| Lampiran 5  | Hasil Penentuan Faktor Strategi Internal dan Eksternal Perusahaan<br>.....     | 86  |
| Lampiran 6  | Penentuan Tingkat (Rating dan Bobot) .....                                     | 88  |
| Lampiran 7  | Kuesioner Penentuan Strategi QSPM .....                                        | 115 |
| Lampiran 8  | Surat Keterangan Penelitian.....                                               | 108 |
| Lampiran 9  | Dokumentasi .....                                                              | 109 |
| Lampiran 10 | Kartu Bimbingan.....                                                           | 110 |
| Lampiran 11 | Daftar Riwayat Hidup .....                                                     | 11  |