



The Strategy For Increasing The Number Of Customers At Karomah Chicken Fast Food Restaurant Air Muring North Bengkulu

Strategi Peningkatan Jumlah Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara

Weni wulandari ¹⁾; Tito Irwanto ²⁾; Tri febrina Melinda ³⁾

^{1), 2), 3)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ weniwulandar05@gmail.com ²⁾ titoirwanto@unived.ac.id ³⁾ trifebrina@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [19 November 2022]

Revised [29 Desember 2022]

Accepted (05 Januari 2023)

KEYWORDS

Strengths, Weaknesses,
Opportunities, Threats

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara melalui Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan terjadi dimasa yang akan datang dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dengan memilih konsumen yang datang sebagai responden dalam penelitian ini jmlah dari responden yaitu sebanyak 57 orang. 7 faktor Internal atau karyawan yang ada di Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara dan 50 Faktor Eksternal yaitu konsumen yang melakukan transaksi di Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara. Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara didirikan pada tahun 2021 yang berlokasi di jalan Jl. Kota Bani simpang pasar, putri hijau, Bengkulu Utara. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT diketahui bahwa Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara memiliki nilai kekuatan 22,68 kelemahan 8,1 sehingga pelengkap IFAS sehingga kuadran EFAS sebesar $22,68 - 8,1 = 14,50$ sedangkan nilai peluangnya sebesar 14,98 dan ancaman sebesar 7,06 sehingga kuadran EFAS sebesar $14,98 - 7,06 = 7,92$ sehingga terlihat Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara berada pada koordinat (14,77 - 9,84) pada kuadran (1) yang menunjukkan pemasaran untuk meningkatkan jumlah pelanggan yaitu 1.) selalu menjaga keamanan dan kenyamanan di Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara. 2.) lokasi toko yang terletak di tempat yang strategis. 3.) menambah variasi menu pada produk yang ditawarkan.

ABSTRACT

The implementation of a strategy to increase the number of customers in a company is very influential in the performance of the company. The success or failure of a company is largely determined by the way the company has developed to be able to compete for consumers in implementing an effective marketing strategy.

The purpose of this research is to increase the number of customers at Karomah Chicken in Air Muring North Bengkulu through the strengths, weaknesses, opportunities and threats that will occur in the future in increasing the number of customers. This research uses the SWOT analysis method by selecting consumers who come as respondents in this study, the number of respondents is as many as 57 people. 7 internal factors or employees at Karomah Chicken Air Muring North Bengkulu and 50 External Factors namely consumers who make transactions at Karomah Chicken Air Muring North Bengkulu. Karomah Chicken Air Muring North Bengkulu will be established in 2021 which is located on Jalan Jl. City of Bani Pasar Simpang, Putri Hijau, North Bengkulu.

Based on the results of the research that using SWOT analysis, it is known that Karomah Chicken, Air Muring North Bengkulu, has a strength value of 22.68, a weakness of 8.1, so that it complements IFAS so that the EFAS quadrant is $22.68 - 8.1 = 14.50$ while the opportunity value is 14.98 and a threat of 7.06 so that the EFAS quadrant is $14.98 - 7.06 = 7.92$ so it can be seen that Karomah Chicken of the North Bengkulu Air Muring at coordinates (14.77 - 9.84) in quadrant (1) which indicates marketing to increase the number of customers namely 1.) always maintain safety and comfort at Karomah Chicken Air Muring Bengkulu North Branch. 2.) the location of the store is located in a strategic place. 3.) adding menu variations to the products offered.

PENDAHULUAN

Persaingan di dunia bisnis zaman sekarang bersifat dinamis dan tidak dapat dihindari oleh siapapun termasuk bagi para pelaku bisnis atau wirausaha. Persaingan yang ketat tentu menjadi suatu hal yang negatif bagi pelaku bisnis karena akan berdampak terhadap penjualan produk mereka dan konsumen akan terbagi atau berpindah, sehingga pendapatan atau keuntungan juga akan menurun apabila tidak sanggup bersaing. Hal ini juga bisa menimbulkan harga yang tidak stabil dipasaran dan bahan baku yang langka akibat terjadinya persaingan bisnis yang ketat.

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia sudah sangat pesat dan cepat tersebar diseluruh daerah termasuk di Bengkulu. Hal ini dikarenakan makanan siap saji telah beradaptasi dengan budaya masyarakat Indonesia dan disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia. Aktivitas sehari-hari orang

Indonesia dengan kesibukan perkotaan dan pekerjaan membuat pola kehidupan modern dan serba cepat maupun praktis termasuk berubahnya pola makan atau selera makan. Dengan adanya produk makanan siap saji tentu akan mempermudah dan membantu seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dalam hal makanan maupun minuman, sehingga kebutuhan masyarakat terhadap makan siap saji meningkat.

Restoran siap saji adalah salah satu bisnis yang pertumbuhannya tercepat di dunia terutama di daerah perkotaan. Hal ini disebabkan oleh gaya hidup yang serba instan dan praktis membuat makanan siap saji banyak diminati oleh konsumen mulai dari anak-anak hingga orang tua. Meningkatnya minat terhadap produk makanan siap saji tentu berdampak terhadap persaingan yang ketat dan sehat, sehingga para pelaku bisnis di bidang kuliner atau makanan siap saji harus siap dengan persaingan tersebut. Persaingan di bidang kuliner bukan hanya tentang harga dan kualitas produk yang mereka tawarkan saja, tetapi juga persaingan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan.

Secara umum faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis kuliner dengan membuka restoran atau rumah makan adalah kualitas cita rasa yang enak sesuai selera konsumen, memiliki citra rasa yang khas yang menjadi pembeda dari restoran lain, pemilihan lokasi atau tempat yang tepat dan strategis serta pelayanan yang berkualitas (Ferry Kondo Lembang, 2016, hlm. 48). Akan tetapi, persaingan bisnis kuliner atau rumah makan hingga restoran semakin ketat dan persaingan bukan hanya tentang harga dan kualitas produk semata, sehingga pelaku bisnis di bidang kuliner harus memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas untuk kepuasan hingga loyalitas konsumen atau pelanggan. Hal ini yang membuat pelaku bisnis harus membuat strategi peningkatan atau strategi pelayanan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Strategi peningkatan yang dilakukan oleh pelaku bisnis atau wirausaha dalam menjalankan usaha kuliner atau rumah makan siap saji bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang akan berdampak terhadap meningkatnya penjualan. Karomah chicken mempunyai peluang dan tantangan yang sama dengan restoran siap saji lainnya. Konsumen lebih akan membandingkan harga, lokasi, serta fasilitas tambahan lainnya yang diberikan oleh rumah makan siap saji tersebut dengan apa yang diharapkan mereka. Jika konsumen merasa puas, tentu akan kembali makan atau menggunakan jasa tersebut dan menjadi pelanggan yang setia, serta akan menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain.

Karomah Chicken adalah usaha atau bisnis makanan siap saji yang menu utamanya adalah ayam dengan memberikan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang istimewa. Karomah Chicken juga termasuk usaha waralaba yang sangat menjanjikan untuk dijalankan dan dikembangkan, sehingga Karomah Chicken mampu membuka beberapa cabang di kota Bengkulu walaupun Karomah Chicken ini terbilang usaha waralaba yang terbilang baru di kota Bengkulu. Berdasarkan observasi peneliti di Karomah Chicken yang beralamat di Air Muring, Jl. Kota Bani simpang pasar, putri hijau, Bengkulu Utara. tempat usaha ini memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas serta memiliki keuntungan yang relatif stabil. Usaha ini juga menargetkan konsumen dari berbagai kalangan, dilihat dari harga yang mereka berikan tergolong relatif terjangkau.

Maraknya persaingan, menyebabkan para usaha waralaba berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggan, dengan melakukan berbagai strategi usaha dalam mengatasi persaingan tersebut. Kondisi seperti itu, pasti membawa pengaruh terhadap restoran cepat saji. Karomah chicken adalah waralaba yang menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas dituntut dapat memperlihatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Namun apa yang diharapkan kurang terealisasi dengan baik. Adapun faktor-faktor yang dirasakan mempengaruhi kinerja terealisasinya pelayanan yang direncanakan tersebut antara lain Karomah chicken cabang air muring kecamatan putri hijau ini terletak di pinggir kota yang menyebabkan kurang peminat pada restoran cepat saji ini di bandingkan dengan restoran yang serupa yang menjual ayam goreng, dan juga kurang menariknya interior dari restoran cepat saji ini juga menjadi salah satu kurangnya pelanggan, kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap makanan cepat saji atau lebih tepatnya kurang sesuai dengan keinginan masyarakat menengah kebawah..

LANDASAN TEORI

Menurut Rangkuti (2017:3) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Diungkapkan oleh Porter dalam Rangkuti (2017:4) Strategi adalah alat yang sangat untuk mencapai keunggulan bersaing. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti (2017:4) Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus – menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. Richard L. Daft dalam Nisak (2013:482)



mendefinisikan strategi (strategy) secara eksplisit, yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan. Keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah hal yang membedakan suatu perusahaan dari perusahaan lain dan memberikan ciri khas bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar konsumen. Inti perumusan strategi adalah menentukan bagaimana perusahaan kita akan berbeda dengan perusahaan lain. Strategi tentu saja berubah seiring waktu sesuai dengan kondisi lingkungan, namun agar tetap kompetitif Richard.

Menurut Rangkuti (2014:19), Analisis SWOT adalah Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Sedangkan menurut Fahmi (2013:252), Analisis SWOT adalah singkatan dari Strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), Threats (ancaman), SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Permasalahan yang harus diselesaikan dalam penelitian ini ialah bagaimana cara meningkatkan jumlah pelanggan pada restoran cepat saji yang berada di pinggiran kota dan juga dengan kebiasaan masyarakat yang tidak sesuai dengan harga dan juga porsi. Menurut Rangkuti (2017:3) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Diungkapkan oleh Porter dalam Rangkuti (2017:4) Strategi adalah alat yang sangat untuk mencapai keunggulan bersaing. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad dalam Rangkuti (2017:4) Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus – menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies).. Adapun penelitian terdahulu dengan hasil Arie wicaksono (2018) judul penelitian “Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta” Hasil penelitian EFAS dan IFAS, menunjukkan bahwa PT X dalam menggunakan SWOT Tanpa Skala Industri (TSI) menempatkan strategi SWOT> kondisi ini bahwa PT X berada pada posisi memanfaatkan strategi SO yang mempunyai nilai skor tertinggi yaitu = $17,08 - 10 = 7,08$ sehingga berada pada kuadran 1 dalam analisis SWOT Arie wicaksono (2018) judul penelitian “Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta” Hasil penelitian EFAS dan IFAS, menunjukkan bahwa PT X dalam menggunakan SWOT Tanpa Skala Industri (TSI) menempatkan strategi SWOT> kondisi ini bahwa PT X berada pada posisi memanfaatkan strategi SO yang mempunyai nilai skor tertinggi yaitu = $17,08 - 10 = 7,08$ sehingga berada pada kuadran 1 dalam analisis SWOT.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif yaitu menjelaskan strategi peningkatan dengan menggunakan metode analisis SWOT, yaitu diantaranya menggunakan matrik SWOT. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali atau membangun suatu proporsi atau menjelaskan makna di balik realita yang sedang terjadi. Penelitian ini menjelaskan tentang strategi peningkatan jumlah pelanggan pada restoran cepat saji Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara agar diperoleh strategi peningkatan jumlah pelanggan yang tepat di masa yang akan datang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada karyawan Karomah Chicken dan pelanggan yang datang ke Karomah Chicken. Berdasarkan variabel dan indikator yang diteliti, definisi operasional dalam penelitian ini adalah Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam yang mana dalam hal ini dapat berpengaruh dalam kelangsungan Strategi Peningkatan Jumlah Pelanggan Pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar yang mana dalam hal ini dapat berpengaruh dalam kelangsungan Strategi Peningkatan Jumlah Pelanggan Pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara.

Penelitian dilakukan sebanyak 7 orang untuk faktor Internal Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara dan 50 orang untuk faktor Eksternal masyarakat yang menjadi responden adalah orang yang datang ke Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara untuk membeli makanan. Total sampel yang diambil yaitu 57 orang. Namun sebelum mengisi kuesioner, responden diminta terlebih dahulu untuk mengisi identitas responden yang meliputi jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, dan pekerjaan. Dari hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner dapat diketahui karakteristik data responden sebagai berikut.

Karakteristik Responden Internal

1. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil kuesioner yang di bagikan kepada responden internal sebanyak 7 orang maka diketahui bahwa jenis kelamin responden sebagai berikut :

Tabel 1. Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	4	57%
2	Perempuan	3	47%
	Total	7	100%

Dari gambar di atas dapat dilihat jenis kelamin responden internal dimana responen perempuan sebanyak 3 orang yaitu sebesar 43% dan laki-laki sebanyak 4 orang yaitu sebesar 57% hal ini dapat disimpulkan bahwa pengelola/responden internal lebih dominan oleh responden laki-laki karena pekerjaanya lebih membutuhkan pekerja laki-laki.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	presentase
1	SLTA	7	100%
2	Sarjana	0	0%
3	Diploma	0	0%
	Total	7	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2022

Berdasarkan grafik di atas mayoritas responden internal di dominasi dengan tingkat SLTA sebanyak 7 orang yaitu 100%. Ini menunjukkan bahwa semua karyawan di Karomah Chicken Cabang Air Muring tingkat pendidikanya SLTA semua.

3. Karakteristik Responen Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responen Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20-30 tahun	7	100%
2	31-40 tahun	0	0%
3	41-50 tahun	0	0%
	Total	7	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2022,

Gambar di atas menunjukkan bahwa responden berada pada rentang usia 20 sampai 30 tahun yaitu sebanyak 7 orang yaitu 100%. Hal ini menggambarkan bahwa dalam usia produktif mampu bekerja dan berusaha untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistimatis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strenghts), dan peluang (opportunity) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan Ancaman (Threts).

Berdasarkan analisis SWOT yang di lakukan, diketahui nilai kekuatan 22,68 sedangkan Kelemahan 8,1 jadi kuadran internal factors Analysis summary (IFAS) yaitu $22,68 - 8,1 = 14,50$ sedangkan nilai peluang 14,98 dan nilai Ancaman 7,06 jadi kuadran Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) yaitu, $14,98 - 7,06 = 7,92$ sehingga bisa dilihat bahwa Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara terletak pada koordinat (14,50 – 7,92) berada pada kuadran pertama (1) hal ini sangat menguntungkan bagi Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara karena bisa memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yang sebaik-baiknya.



Berdasarkan hasil analisis tersebut maka penulis merekomendasikan strategi agresif merupakan prioritas utama yang sebaiknya dijalankan terlebih dahulu oleh Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara sehingga perusahaan dalam melakukan peningkatan jumlah pelanggan lebih agresif. Strategi yang menjadi prioritas kedua yang dilakukan adalah pengembangan usaha. Hal ini dikarenakan persaingan yang ketat diantara sesama perusahaan yang sama-sama menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang lebih baik.

Dari hasil analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yang dihasilkan yaitu strategi SO yaitu meningkatkan fasilitas untuk konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen, strategi ST yaitu harga dan promosi harus mampu bersaing dengan pesaing dan meningkatkan kemampuan tenaga pemasaran, strategi WO meningkatkan pemasaran dengan menggunakan media sosial maupun papan reklame serta menyediakan pesan antar, strategi WT yaitu melakukan promosi yang lebih agresif, dan melakukan perluasan area parkir.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat kekuatan yang ada pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara dalam menjalankan usaha memiliki tempat yang sangat strategis karena berada di pertengahan pasar, harga produk yang di tawarkan masih terjangkau oleh konsumen, dan konsumen yang dapat membeli secara online. Sedangkan kelemahan yang ada pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara adalah tempat parkir yang tidak luas, jumlah yang di hasilkan masih terbatas dan distribusi yang masih terbatas. Untuk mengatasi kelemahan tersebut maka diperlukan adanya peningkatan pada modal yang tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran kuesioner untuk karyawan dan juga pelanggan dari Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara di Temukan Hasil Yaitu Berdasarkan analisis SWOT yang di lakukan, diketahui nilai kekuatan 22,68 sedangkan Kelemahan 8,1 jadi kuadran internal factors Analysis summary (IFAS) yaitu $22,68 - 8,1 = 14,50$ sedangkan nilai peluang 14,98 dan nilai Ancaman 7,06 jadi kuadran Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS) yaitu, $14,98 - 7,06 = 7,92$ sehingga bisa dilihat bahwa Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara terletak pada koordinat (14,50 – 7,92) berada pada kuadran pertama (1) hal ini sangat menguntungkan bagi Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara karena bisa memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yang sebaik-baiknya.

Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT yang merupakan kombinasi dari semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara. Dari analisis matriks SWOT terdapatlah berbagai alternatif strategi untuk Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran usaha, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi ini merupakan strategi yang sangat menguntungkan karena perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat digunakan untuk kemajuan usaha, strategi yang diterapkan dalam konsisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif.

Langkah –langkah strategi yang digunakan Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara untuk mencapai strategi tersebut adalah :

- Selalu menjaga keamanan dan kenyamanan di Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara
- Lokasi toko berada di tempat yang strategis
- Menambahkan variasi pada produk yang di tawarkan

2. Strategi ST

Strategi ini diterapkan pada posisi suatu usaha memiliki kekuatan internal tetapi pesaing dan lingkungan memberikan ancaman. Diversifikasi juga membuka kesempatan penguasaan pasar yang lebih kuat dengan mengoptimalkan kemampuan kompetisi yang sudah dimiliki.

Langkah-langkah strategi yang dilakukan Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara sebagai berikut :

- Haraga dan promosi harus mampu bersaing dengan pesaing
- tetap menjaga dan meningkatkan pelayanan yang baik kepada pelanggan/konsumen.

3. Strategi Wo

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan caea meminimalisir kelemahan yang ada. Strategi ini juga menggambarkan bagaimana agar perusahaan dapat menjangkau konsumen sebaik mungkin.

Langkah strategi yang di lakukan karomah chicken Cabang Air Muring bengkulu Utara adalah sebagai berikut :

- a. Menyediakan layanan pesan-antar di luar wilayah Air Muring Bengkulu Utara
- b. Meingkatkan pemasaran dengan menggunakan media sosial maupun papan reklame

4. Strategi WT

Startegi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalisirkan kelemahan yang ada serta mengindari ancaman. Serangan datang dari banyak pesaing yaitu usaha-usaha sejenis yang bermunculan yang berusaha memperbaiki dan memantapkan posisinya ditengah persaingan yang ketat. Strategi defensif bertujuan mengurangi kemungkinan diserang, mengarahkan ke arah yang tidak membahayakan.

Langkah strategi untuk mendukung pencapaian strategi tersebut adalah ;

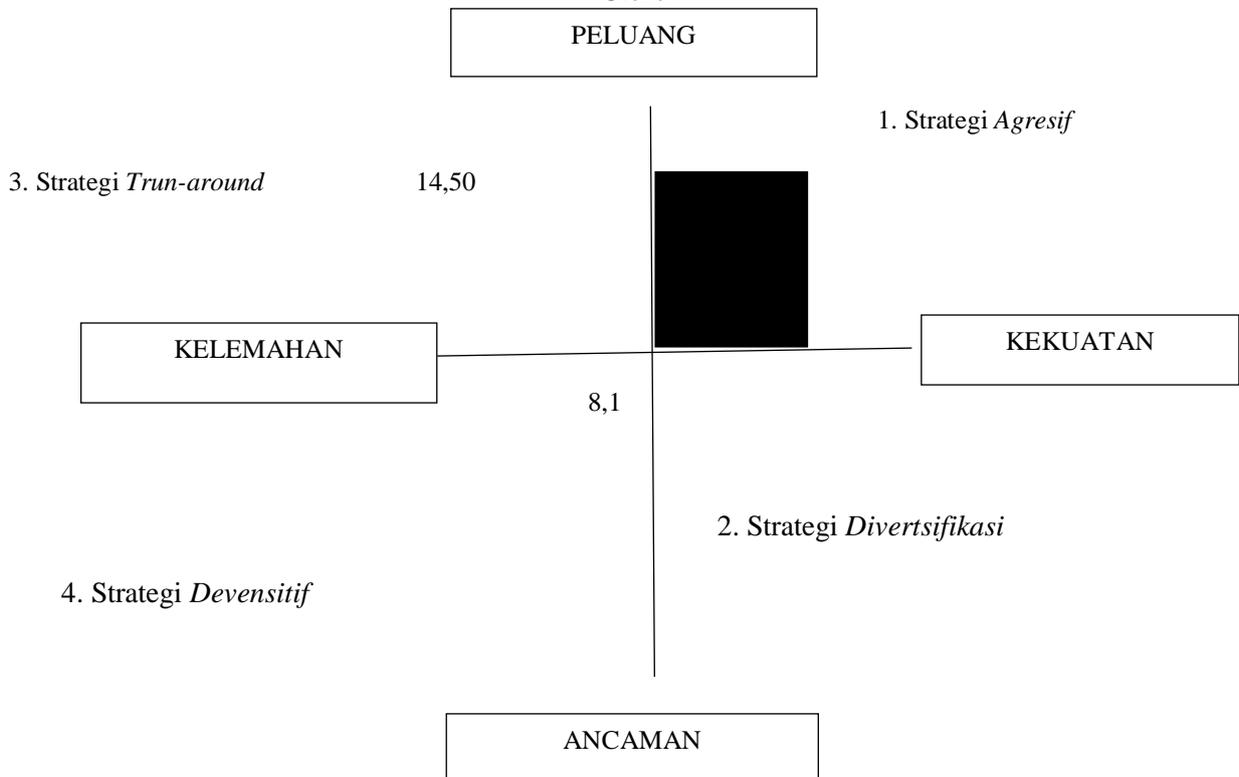
- a. Membuat lahan parkir yang luas
- b. Melakukan poromosi yang lebih agresif lagi

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS dapat dibuat rekapitulasi skoe kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki orlh Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara sebagai berikut :

Tabel 4. Rekapitulasi IFAS dan EFAS

Keteranagn	IFAS		EFAS	
	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Strategi peningkatan	22,68	8,1	14,98	7,06
Kuadran	22,68 – 8,1 = 14,50		14.98 – 7,06 = 7,92	

Gambar 1. Diagram cartesius Analisis SWOT Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara





Berdasarkan gambar diatas menggambarkan posisi strategi pada Kraomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara berdasarkan analisis faktor-faktor strategi internal dan faktor-faktor strategi eksternal yang dapat dilihat pada diagram analisis SWOT, dimana posisi kKaromah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara berada pada kuadran 1 yang menunjukkan strategi SO dalam matrik SWOT yaitu strategi agresif. Strategi agresif adalah strategi strategi yang menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi ini merupakan strategi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat digunakan untuk kemajuan Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara.

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka penulis merekomendasikan strategi agresif merupan prioritas utama yang sebaiknya dijalankan terlebih dahulu oleh Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara sehingga perusahaan dalam melakukan peningkatan jumlah pelanggan lebih agresif. Strategi yang menjadi proiritas kedua yang dilakukan adalah pengembangan usaha. Hal ini dikarenakan persaingan yang ketat diantara sesama perusahaan yang sama-sama menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang lebih baik.

Dari hasil analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi yang dihasilkan yaitu strategi SO yaitu meningkatkan fasilitas untuk konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen, strategi ST yaitu harga dan promosi harus mampu bersaing dengan pesaing dan meningkatkan kemampuan tenaga pemasaran, strategi WO meningkatkan pemasaran dengan menggunakan media sosial maupun papan reklame serta menyediakan pesan antar, strategi WT yaitu melakukan promosi yang lebih agresif, dan melakukan perluasaan area parkir.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat kekuatan yang ada pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara dalam menjalankan usaha memiliki tempat yang sangat strategis karena berada di pertengahan pasar, harga produk yang di tawarkan masih terjangkau oleh konsumen, dan konsumen yang dapat

membeli secara online. Sedangkan kelemahan yang ada pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara adalah tempat parkir yang tidak luas, jumlah yang di hasilkan masih terbatas dan distribusi yang masih terbatas. Untuk mengatsi kelemahan tersebut maka diperlukan adanya peningkatan pada modal yang tersedia.

Jika dilihat dari peluang yang ada pada Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara terlihat dari persediaan bahan baku yang melimpah, serta tingginya keinginan masyarakat untuk mencoba proudk varian yang baru. Namun masih terdapat ancaman bagi Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara yaitu adanya pesaing yang sejenis dan kondisi ekonomi yang belum setabil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT yang di lakukan diketahui nilai kekuatan 22,68 sedangkan nilai Kelemahan 8,1 jadi kuadran internal analisis factors summary (IFAS) yaitu $22,68 - 8,1 = 14,50$ sedangkan nilai peluang 14,98 dan nilai ancaman yaitu 7,06 jadi kuadran Eksternal analisis factors summary (EFAS) yaitu, $14,98 - 7,06 = 7,92$, sehingga bisa dilihat bahwa Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara terletak pada koordinat (14,50 – 7,92) berada pada kuadran satu (1) alternatif strategi yang direkomendasikan yaitu SO yaitu :

1. Selalu menjaga keamanan dan kenyamanan di Kaeomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara
2. Lokasi toko berada di tempat yang strategis
3. Menambahkan varian menu pada produk yang di tawarkan

Saran

1. Toko sebaiknya mengutamakan kepuasan pelanggan, salah satunya yaitu memberikan penjelasan terkait harga, dan semua informasi yang dibutuhkan konsumen. Jika cara penyampaian yang dilakukan oleh karyawan baik maka hal itu dapat mempertahankan pelanggan dan mengundang pelanggan yang lainnya.
2. Tetap mempertahankan pelayanan yang baik terhadap konsumen agar konsumen merasa nyaman dan dihargai sehingga pelanggan/konsumen merasa betah berada di Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara
3. Menemukan varian baru pada olahan ayam, agar pelanggan/konsumen memiliki rasa penasaran untuk datang ke Karomah Chicken Cabang Air Muring Bengkulu Utara dan juga tentunya masyarakat tidak merasa bosan dengan menu yang itu-itu saja
4. Melakukan promosi dengan menggunakan media sosil maupun memasang papan reklame di depan toko, agar masyarakat mudah menegetahui lokasi dari Karomah Chicken Cabang Air

Muring dan tentunya masyarakat terbantu dengan adanya promos-promosi yang ada di media sosial sebagai informasi bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Irwanto, Tito, et al. Strategi Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga Melalui Penerapan Digital Marketing Di Rt. 06 Rw. 03 Kelurahan Padang Jati Kota Bengkulu. Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 2022, 1.2: 67–72-67–72.
- Rangkuti, Ferddy. (2017). Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis perhitungan bobot (Jakarta : Pt Gramedia pustaka utama) hal, 1.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Freddy Rangkuti. 2017. Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kashmir.2017. Customer Service Excellent, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Kashmir.2018. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi.2015. Study Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D