

***BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE “HISANA FRIED CHICKEN” FRANCHISE IN KEBONAGUNG VILLAGE, SUKODONO DISTRICT***

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA FRANCHISE “HISANA FRIED CHICKEN” DI DESA KEBONAGUNG KECAMATAN SUKODONO**

**Adinda Irayanti<sup>1</sup>, Putri Purnama Sari<sup>2</sup>, Nadia Salsabillah<sup>3</sup>, Orient Maulya Dwi Pramesti<sup>4</sup>, Maulana Ali Syahidin<sup>5</sup>, Maudy Nur Arifianti<sup>6</sup>, Sriyono<sup>7</sup>**  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>  
[maudynura@gmail.com](mailto:maudynura@gmail.com)<sup>6</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the business strategies implemented by the franchise entrepreneur of “Hisana Fried Chicken” in Kebonagung Village, Sukodono District, in an effort to develop the business. This study focuses on how a company can manage its business well in accordance with the concept of Global Business Management. The research method used is qualitative research. The results of the study indicate that the Hisana Fried Chicken franchise business has implemented the Market Segmentation Concept and the 4P Marketing Mix Strategy. The market segmentation concept focuses on families, office workers, and students. The 4P Marketing Mix Strategy includes product, price, place, and promotion. The product strategy is implemented by creating high-quality products, while the price strategy focuses on setting affordable prices. Additionally, the place strategy is used to analyze the appropriate business location, and the promotion strategy is employed to analyze how to market products to consumers. Efforts to increase product sales can be made through SWOT analysis, such as improving product quality and standards, enhancing product branding activities, collaborating with investors, and providing training to employees. It can be concluded that the implementation of the right business strategy can help the Hisana Fried Chicken franchise business grow and succeed. A suggestion that can be given is to conduct product promotion activities so that the business becomes more popular among the general public.*

**Keywords:** Business Development Strategy, Franchise Business, Market Segmentation, Marketing Mix, SWOT Analysis.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh pengusaha franchise “Hisana Fried Chicken” di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono dalam upaya pengembangan bisnis. Penelitian ini berfokus pada bagaimana suatu perusahaan dapat mengelola usahanya dengan baik sesuai dengan konsep *Global Business Management*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha franchise Hisana Fried Chicken telah menerapkan Konsep Segmentasi Pasar dan Strategi Marketing Mix 4P. Adapun konsep segmentasi pasar berfokus pada keluarga, pekerja kantoran, dan mahasiswa atau pelajar. Kemudian Strategi Marketing Mix 4P meliputi *product, price, place, dan promotion*. Strategi product dilakukan dengan menciptakan produk yang unggul berkualitas, sementara strategi price berfokus pada penetapan harga yang terjangkau. Selain itu, strategi place berfungsi untuk menganalisis lokasi bisnis yang tepat serta strategi promotion digunakan untuk menganalisis bagaimana memasarkan produk kepada konsumen. Upaya peningkatan penjualan produk dapat dilakukan melalui analisis SWOT yaitu dengan meningkatkan kualitas dan mutu produk, meningkatkan kegiatan branding produk, menjalin kerjasama dengan beberapa investor serta memberikan pelatihan kepada karyawan. Dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi bisnis yang tepat dapat membantu usaha franchise Hisana Fried Chicken dapat berkembang dan sukses. Saran yang bisa diberikan ialah melakukan kegiatan promosi produk supaya usahanya semakin digemari oleh masyarakat luas.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan Bisnis, Bisnis Franchise, Segmentasi Pasar, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT.

**PENDAHULUAN**

Pada saat ini sudah mulai memasuki masa globalisasi dimana semuanya sudah serba canggih dan modern. Sehingga seluruh wirausaha ingin

berlomba-lomba untuk mengembangkan pangsa sayapnya di bidang bisnis maupun retail. Dengan adanya peran dari para kewirausahaan, maka dapat memberikan kontribusi terhadap

pendapatan pemilik usaha, pendapatan daerah hingga pendapatan negara. Adapun Global Business Management merupakan suatu upaya tentang bagaimana mengelola dan menjalankan bisnis secara efektif dan efisien dengan memperhatikan faktor budaya setempat. Dalam pengembangan usaha bisnis, perlu diterapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis yang benar dan sesuai. Dengan harapan bahwa seluruh usaha kewirausahaan yang ada saat ini bisa menerapkan prinsip yang ada di dalam Global Business Management. Usaha kewirausahaan telah dilakukan oleh semua para pengusaha termasuk UMKM. Jenis kewirausahaan yang sedang dijalankan sangat beragam, mulai dari usaha makanan dan minuman, makanan siap saji, olahan susu dan olahan kopi. Dengan semakin banyaknya jenis kewirausahaan yang bermunculan, maka perlu dilakukan strategi pengembangan bisnis atau usaha. Hal tersebut bertujuan agar bisnis yang dijalankan semakin sukses dan diminati oleh para pelanggan (*customer*). Adapun usaha untuk pengembangan bisnis bisa dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan menggunakan model canvas melalui analisis SWOT. Jenis usaha saat ini yang paling banyak diminati oleh masyarakat adalah usaha *franchise* dalam bentuk makanan cepat saji atau biasa disebut dengan *fast food*. Fast food merupakan hasil olahan ayam goreng tepung yang diolah dan diberi bumbu sehingga dikenal dengan nama *fried chicken*. Modal awal yang dibutuhkan bervariasi tergantung skala bisnis, jenis produk, dan lokasi, tetapi bisa dimulai dengan modal kecil. Fokus utama dari usaha *Franchise Fried Chicken* adalah menjaga kualitas produk, membangun branding dan strategi pemasaran yang efektif. Kecamatan Sukodono merupakan wilayah pemerintahan yang sangat strategis,

dimana banyak dibangun industri, perumahan dan real estate, pusat perbelanjaan dan retail, serta fasilitas kesehatan dan fasilitas umum lainnya. Adapun usaha yang saat ini sedang terkenal ialah usaha franchise “**Hisana Fried Chicken**”. Usaha tersebut mulai didirikan untuk memenuhi karena semakin tingginya permintaan masyarakat untuk mengonsumsi makanan ayam goreng. Usaha tersebut dirasa sangat menguntungkan karena hanya membutuhkan modal biaya yang relatif terjangkau bisa menghasilkan produk olahan makanan ayam goreng yang renyah dan enak serta berkualitas tinggi. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan upaya pengembangan bisnis supaya usaha franchise Hisana Fried Chicken dapat tetap survive di pangsa pasar ekonomi serta bisa meningkatkan penjualan produk. Adapun untuk upaya pengembangan bisnis bisa menggunakan Analisa SWOT, Segmentasi Pasar dan Marketing Mix 4P.

## **RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaiman profil gambaran umum usaha franchise Hisana Fried Chicken di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono ?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis pada usaha franchise Hisana Fried Chicken di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono ?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh usaha franchise Hisana Fried Chicken supaya bisa meningkatkan penjualan produk ?

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Strategi Bisnis**

Menurut pendapat dari Mahmud dan Anomsari, bahwa Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha atau perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan,

perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. Variabel ini diukur dengan 3 dimensi yaitu : *differentiation*, *low cost*, dan *focus strategy*. [1] Strategi bisnis sangat diperlukan dalam hal pengembangan usaha yang sedang dijalani, karena bisnis merupakan aktivitas atau kegiatan berbagai perusahaan penghasil barang maupun jasa untuk memenuhi keperluan sehari-hari masyarakat. Usaha bisnis yang dilakukan biasanya melakukan pertukaran baik barang maupun jasa yang memberikan keuntungan. Adapun menurut pendapat dari Wulandary dkk, bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laju pertumbuhan perusahaan ialah bisa dianalisis dari faktor eksternal maupun internal. Model pengembangan bisnis yang dapat dilakukan ialah bisa melalui berbagai macam teknik, misalnya menggunakan business model canvas, analisis SWOT, Marketing Mix baik 4P maupun 7P. [2]

### **Usaha Franchise**

Menurut pendapat Salim H.S. bahwa Franchise berasal dari bahasa Prancis, yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak. Pengertian franchise dapat dilihat dari 2(dua) aspek, yaitu aspek yuridis dan bisnis. [3] Bahwa Franchise adalah pemilik dari sebuah merek dagang, nama, dagang, sebuah rahasia dagang, paten, atau produk (biasanya disebut “franchisor”) yang memberikan lisensi ke pihak lain (biasanya disebut “franchisee”) untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama franchisor. Franchisee biasanya membayar semacam fee (royalty) kepada franchisor terhadap

aktivitas yang mereka lakukan. Karena bisnis franchise begitu menarik dan menguntungkan, pemerintah berkepentingan untuk mengembangkan bisnis ini di Indonesia guna terciptanya iklim kemitraan usaha melalui pemanfaatan lisensi sistem franchise. [4]

Franchise adalah salah satu cara dalam menjual produk atau jasa oleh inti perusahaan (franchisor) dan memberikan kepada individu atau perusahaan lain (franchisee) hak istimewa untuk menjual kembali produk atau jasa yang telah dibeli dari franchisor. [5] Di Indonesia bisnis penjualan secara retail semacam franchise mulai dikembangkan, misalnya, dengan memberi izin lisensi kepada perusahaan Coca Cola, Kentucky Fried Chicken, Dunkin Donat, dan lain-lain. Maka dari itu, perkembangannya pun semakin pesat dari kota besar hingga ke kota kecil. Dengan bantuan International Labour Organization (ILO) dan Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia, kemudian didirikan Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) pada tanggal 22 November 1991. Asosiasi ini bertujuan mengembangkan sumber daya manusia berkualitas di bidang usaha restoran franchise serta mengembangkan informasi dan inovasi teknologi di bidang usaha restoran terutama mengenai teknologi makanan, peralatan masak, kemasan, kesehatan dan gizi, pengawetan, dan manajemen pelayanan. Melalui sistem franchise ini, kegiatan usaha pengusaha kecil di Indonesia dapat berkembang secara wajar dengan menggunakan resep, teknologi, kemasan, manajemen pelayanan, dan merek dagang/jasa pihak lain dengan membayar sejumlah royalti berdasarkan lisensi franchise.

### **Usaha Fried Chicken**

Fried Chicken atau yang biasa disebut dengan makanan siap saji adalah

makanan yang disajikan dengan cara dipanaskan, sehingga tidak membutuhkan proses yang rumit. Biasanya produknya berupa sandwich, burger, pizza, fried chicken, french fries, chicken nuggets, fish and chips, ice cream dan sebagainya. [6] Fried Chicken merupakan olahan ayam yang dibalut dengan tepung dan digoreng kering yang menjadi simbol makanan masyarakat modern. Berasal dari negara Amerika yang sangat mendunia melalui jaringan restoran fastfood. Banyak orang menyukai makanan ini karena renyah dan gurih. [7] Makanan cepat saji adalah jenis makanan yang mudah dikemas, mudah disajikan, praktis, atau diolah dengan cara sederhana. Makanan tersebut umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi tinggi dan memberikan berbagai zat aditif untuk mengawetkan dan memberikan cita rasa bagi produk tersebut. [8] Menurut Wandansari (2015) makanan cepat saji dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu: [9]

1. Fast Food western.

Beberapa fast food yang tergolong Fast Food modern adalah ayam goreng (fried chicken), pizza, sosis, nugget, hamburger, sandwich, french fries (kentang goreng), donat, ice cream, milk shake, dan soft drink.

2. Fast food lokal.

Beberapa fast food yang tergolong fast food tradisional adalah bakso, mie goreng, mie ayam, nasi goreng, soto ayam, sate, siomay, batagor dan martabak. Kehadiran makanan cepat saji dalam industri makanan di Indonesia juga bisa mempengaruhi pola makan kaum remaja di kota. Khususnya bagi remaja tingkat menengah ke atas, restoran makanan cepat saji merupakan tempat yang tepat untuk bersantai. Makanan di restoran fast food ditawarkan dengan harga terjangkau dengan kantong

mereka, servisnya cepat dan jenis makanannya memenuhi selera. [10]

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menganalisa dan menjelaskan bagaimana suatu fenomena itu terjadi. Menurut Sugiyono (2015) metode penelitian kualitatif berfokus pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. [11] Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1994) dalam Rodsyada (2020:213-217) menyatakan bahwa proses pengumpulan data dilakukan 3 kegiatan penting diantaranya reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), verifikasi (*verification*). [12] Dalam penelitian ini, data-data yang terkumpul dari informan yaitu pengusaha bisnis franchise Hisana Fried Chicken di wilayah Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono akan dianalisis. Kemudian hasil analisis tersebut akan dirangkum, dan memfokuskan pada hal yang penting sehingga hasil dari reduksi data memberikan gambaran yang jelas untuk mempermudah dalam penarikan kesimpulan. Setelah proses reduksi data, data tersebut dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, flowchart dan sejenisnya. Data yang telah disajikan kemudian akan diambil kesimpulan dan verifikasi. Uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dan triangulasi. Objek penelitian ini ialah Pebisnis Franchise Hisana Fried Chicken. Adapun jumlah responden yaitu sejumlah 3 orang. Metode yang digunakan adalah Purposive Sampling, dengan pertimbangan bahwa Desa Kebonagung merupakan desa di

Kecamatan Sukodono yang usaha industri dan bisnisnya sudah mulai maju dan berkembang dan banyak terdapat pusat perbelanjaan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN Profil Usaha Franchise “*Hisana Fried Chicken*”

Desa Kebonagung merupakan salah satu desa di Kecamatan Sukodono yang mempunyai beragam kearifan lokal dan potensi desa yang indah. Fenomena yang ada saat ini ialah masyarakat sangat gemar untuk membeli produk makanan cepat saji, sehingga berbagai pengusaha UMKM maupun pebisnis juga memulai membuka gerai atau outlet baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Adapun beberapa outlet masakan cepat saji yang ada di Desa Kebonagung ialah *Hisana Fried Chicken*, *RnB Fried Chicken*, dan lain-lain. *Hisana Fried Chicken* adalah merek ayam goreng krispi buatan Indonesia yang populer dan dikenal karena harga terjangkau dan kualitas yang bagus. *Hisana Fried Chicken* memiliki menawarkan berbagai menu misalnya ayam goreng, seperti kentang goreng, katsu, dan es krim. Bisnis ini dikenal cepat oleh masyarakat sekitar karena menerapkan pendekatan pemasaran yang efektif dan pelayanan pelanggan yang ramah. Usaha *fried chicken* tersebut sudah berdiri mulai Tahun 2001 dengan pemilik usahanya yaitu Bapak Tatang. Bapak Tatang dalam sehari-hari dibantu oleh 3 orang pegawai dalam memasak dan menyajikan makanan tersebut. Modal awal usaha dalam memulai bisnis *Hisana Fried Chicken* ialah Rp. 50.000.000,- dan jumlah keuntungan atau omzet yang didapat ialah sebesar Rp. 80.000.000,-. Setiap hari produk yang terjual adalah sejumlah 135 box ayam, sehingga bisnis franchise tersebut bisa dianggap sudah berkembang dan sangat diminati oleh

masyarakat. *Hisana Fried Chicken* setiap hari selalu berjualan, dimulai dari jam 6 pagi sampai dengan jam 10 malam. Adapun lokasi outlet *Hisana Fried Chicken* ialah di sepanjang jalan Desa Kebonagung, sehingga sangat strategis dan masyarakat bisa dengan mudah untuk datang membeli produk tersebut. Usaha franchise *Hisana Fried Chicken* maupun *RnB Fried Chicken* di Desa Keboagung bisa dikatakan sudah sukses dan berkembang, akan tetapi pebisnis harus mempunyai strategi atau upaya agar usahanya bisa tetap eksis di pangsa pasar. Dengan strategi bisnis yang tepat akan mempermudah para pebisnis franchise dalam meningkatkan penjualan. Strategi bisnis merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan/outlet untuk mencapai tujuan bisnisnya. Dengan begitu para pebisnis franchise dan masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Berikut ini ialah daftar menu makanan dan minuman dalam *Hisana Fried Chicken* di Desa Keboagung Kecamatan Sukodono:

**Tabel 1. Daftar Menu Makanan dan Minuman pada Usaha Franchise *Hisana Fried Chicken* Di Desa Keboagung Kecamatan Sukodono Tahun 2025**

No.	Menu Makanan/Minuman	Harga	Keterangan
1	Paket Geprek Sayap	Rp. 15.000	-
2	Paket Geprek Paha Bawah	Rp. 15.000	-
3	Paket Geprek Paha Atas	Rp. 18.000	-
4	Paket Geprek Dada	Rp. 19.000	-
5	Paket Geprek Fillet	Rp. 14.000	-
6	Sayap Alacarte	Rp. 10.000	-
7	Paha Bawah Alacarte	Rp. 10.000	-
8	Paha Atas Alacarte	Rp. 13.000	-
9	Dada Alacarte	Rp. 14.000	-
10	Ayam 1 Ekor Plus 3 varian Sambal/Saus	Rp. 60.000	-
11	Ayam 1 Ekor Plus Sambal/Saus	Rp. 55.000	-
12	Kentang Crispy	Rp. 9.000	-
13	Jamur Crispy	Rp. 7.000	-
14	Kulit Crispy	Rp. 14.000	-
15	Kebab	Rp. 8.000	-
16	Nugget	Rp. 2.000	-
17	Pentol Crispy	Rp. 6.000	-
18	Fruit Tea	Rp. 4.000	-
19	Milkido	Rp. 4.000	-
20	Air Mineral Prima	Rp. 4.000	-
21	Hydrococo	Rp. 7.000	-
22	Milo	Rp. 7.000	-

## **Strategi Bisnis Yang Digunakan Dalam Pengembangan Usaha Franchise “Hisana Fried Chicken” Di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono**

Seluruh pebisnis maupun pengusaha diharapkan dapat membuat strategi bisnis yang tepat supaya usahanya bisa terus berkembang. Selain itu, dengan strategi bisnis yang tepat, para pengusaha UMKM dapat menarik minat para konsumen (pembeli) sehingga volume penjualan dapat meningkat. Strategi bisnis yang bisa diterapkan ialah menggunakan Strategi Segmentasi Pasar serta Marketing Mix 4P. Adapun Segmentasi pasar adalah proses membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang memiliki karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang berbeda-beda. Tujuan utama segmentasi pasar adalah untuk memahami lebih dalam kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Dalam perkembangan bisnisnya. Usaha Franchise Hisana Fried Chicken menerapkan tiga segmen pasar yaitu keluarga, pekerja kantoran, dan mahasiswa atau pelajar. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar penduduk di Desa Keboangung ialah para pekerja serta pelajar atau mahasiswa yang sangat gemar untuk membeli produk fried chicken. Untuk konsep Marketing Mix 4P merupakan sebuah kerangka kerja pemasaran yang terdiri dari empat elemen kunci: Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi). Strategi ini digunakan untuk mengoptimalkan pemasaran produk atau layanan di pasaran dengan mempertimbangkan keempat elemen ini secara bersamaan. Strategi 4P merupakan dasar yang kuat untuk pemasaran, karena membantu bisnis untuk memahami kebutuhan konsumen,

menentukan strategi pemasaran yang efektif, dan mengoptimalkan semua aspek pemasaran. Berikut ini ialah hasil analisis Strategi Marketing Mix 4P dalam Usaha Franchise Hisana Fried Chicken :

### **Product (Produk)**

Hisana Fried Chicken memiliki berbagai produk yang ditawarkan, misalnya paket ayam goreng krispi, kentang goreng, nugget, kebab, pentol crispy, sambal, dan aneka minuman. Seluruh menu masakan dan minuman yang ada di Hisana Fried Chicken dimasak langsung secara manual oleh 3 koki yang sudah sangat handal dan berkompeten. Sang pemilik usaha (owner) memiliki resep rahasia yaitu untuk Ayam Goreng sudah dikirim langsung dari Kantor Pusat Hisana serta hasil olahan bumbu yang bisa merasuk sampai ke tulang para konsumen. Setiap harinya jumlah produk yang terjual ialah sejumlah 135 dus serta jumlah pendapatan yang masuk yaitu sebesar Rp. 2.600.000,- per hari. Sehingga bisa dikatakan warga sekitar khususnya Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono sangat gemar mengkonsumsi masakan cepat saji Hisana Fried Chicken maupun RnB Fried Chicken.

### **Price (Harga)**

Hisana Fried Chicken menawarkan berbagai varian harga produk, mulai dari harga yang paling rendah dan paling tinggi. Untuk menu makanan khususnya Paket Ayam Goreng Krispi, harganya rata-rata ialah Rp. 15.000 s.d. Rp. 19.000,-, kemudian untuk menu Alacarte harganya rata-rata mulai dari Rp. 2.000 s.d. Rp. 14.000,- serta untuk menu minuman harganya rata-rata mulai dari Rp 4.000 s.d. Rp. 7.000.

Hisana Fried Chicken menawarkan harga produk yang murah

dan terjangkau dengan kualitas dan rasa produk yang sangat enak dan gurih di lidah para konsumen. Sehingga masyarakat sekitar banyak yang membeli produk Hisana tersebut.

### **Place (Tempat)**

Hisana Fried Chcken berlokasi di Jalan Raya Saimbang, Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono. Lokasi tersebut sangat strategis, karena berhadapan langsung dengan Kantor Desa Kebonagung, sehingga sangat mudah untuk didatangi oleh para konsumen Hisana Fried Chicken saat ini masih menyewa tempat, sehingga untuk ke depannya diupayakan mempunyai tempat berjualan dan lahan parkir supaya bisa lebih luas lagi dalam mengembangkan usaha bisnis franchisenya.

### **Promotion (Promosi)**

Hisana Fried Chicken dalam memasarkan produknya melalui online dan offline. Adapun secara online, produk hisana dipasarkan melalui aplikasi online misalnya instagram, whatsapp, tiktok, facebook, line, dan sebagainya. Sedangkan untuk sistem pemasaran offline yakni melalui penyebaran brosur yang dibagikan kepada konsumen.

Hal tersebut dilakukan supaya mempermudah proses penawaran produk, sehingga akan semakin banyak konsumen yang berminat membeli produk tersebut.

### **Strategi Yang Dilakukan Oleh Usaha Franchise Hisana Fried Chicken Agar Bisa Meningkatkan Penjualan**

Para pebisnis usaha Franchise dalam meningkatkan penjualan produk bisa dengan upaya menganalisis apa saja yang konsumen butuhkan supaya volume penjualan bisa meningkat.

Apabila volume penjualan

meningkat, maka laba atau profit UMKM juga semakin besar. Strategi yang bisa digunakan ialah melalui Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam sebuah proyek atau bisnis. Metode ini membantu organisasi atau perusahaan untuk memahami posisi strategis mereka dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan mereka. Berikut ini ialah hasil analisis SWOT terbagi menjadi 2 aspek, yaitu Faktor Internal (IFAS) serta Faktor Eksternal (EFAS).

### **Faktor Internal (IFAS)**

Dalam analisis IFAS yang akan diteliti ialah dalam aspek Strength (kekuatan) serta Weakness (kelemahan). Dari Data yang diperoleh dapat dianalisis sebagai berikut:

#### **Kekuatan (Strength)**

- a. Harga produk Hisana Fried Chicken dan RnB Fried Chicken lebih murah
- b. Biaya produksi dan franchising lebih terjangkau
- c. Pengemasan produk yang super menarik
- d. Mempunyai resep rahasia perusahaan
- e. Lokasi outlet Hisana Fried Chicken yang strategis
- f. Menjalani mitra kerjasama dengan platform digital (Gofood, Grabfood, Shopee Food, dan lain-lain)
- g. Adanya layanan dine-in serta makan di tempat.

#### **Kelemahan (Weakness)**

- a. Tempat berjualan masih sistem sewa
- b. Belum memiliki lahan parkir untuk konsumen
- c. Produk kurang bervariasi

- d. Kurangnya jumlah pegawai yang bisa menyajikan makanan dan minuman

### **Faktor Eksternal (EFAS)**

Dalam EFAS yang akan dianalisis ialah meliputi faktor Opportunity (peluang) serta Threats (ancaman). Dari data yang diperoleh dari Usaha Franchise Hisana Fried Chicken, maka dapat dianalisis sebagai berikut :

#### **Peluang (Opportunity)**

- a. Olahan ayam adalah makanan kegemaran semua masyarakat
- b. Lokasi outlet Hisana Fried Chicken sangat strategis
- c. Menjalinkan kerjasama dengan beberapa pebisnis
- d. Bahan Baku produksi dikirim langsung dari Kantor Pusat Hisana Fried Chicken
- e. Resep makanan yang sangat enak dan mudah
- f. Sang Pemilik Usaha (Owner) serta para karyawan memiliki kemampuan yang kompeten di bidang penyajian makanan

#### **Ancaman (Threats)**

- a. Banyaknya bermunculan usaha maupun bisnis baru
- b. Perubahan daya beli masyarakat
- c. Biaya bahan baku produksi meningkat

#### **Analisis Pembahasan**

Dari data-data yang sudah diperoleh kemudian dilakukan analisa. Kegiatan ini ialah menganalisa dan membandingkan dari setiap IFAS dan EFAS yang ada, sehingga bisa ditentukan strategi guna mengembangkan usaha Hisana Fried Chicken. Sesuai dengan matrik SWOT, maka strategi terbagi menjadi 4 yaitu : Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Strategi tersebut kemudian bisa digunakan oleh Usaha

Franchise Hisana Fried Chicken dalam mengembangkan bisnisnya.

### **Strategi SO**

Strategi SO menggunakan kekuatan (Strength) dengan memanfaatkan peluang bisnis yang ada (Opportunity).

- a. Meningkatkan kualitas dan mutu produk.
- b. Meningkatkan kegiatan promosi produk misalnya bekerjasama dengan penyedia online (Gofood, Grabfood, dan Shopeefood).
- c. Menjalinkan kerjasama dengan investor dan pebisnis lain supaya usaha Hisana Fried Chicken lebih cepat berkembang.
- d. Mengikutsertakan pegawai dalam kegiatan pelatihan memasak maupun menyajikan makanan.

### **Strategi WO**

Strategi WO merupakan strategi untuk meminimalisir berbagai kelemahan dan kekurangan (weakness) untuk kemudian menghasilkan peluang yang bagus (opportunity).

- a. Menambahkan varian menu Hisana Fried Chicken agar konsumen semakin berminat membeli produk tersebut.
- b. Menambahkan aneka sambal supaya konsumen tidak cepat bosan dan berganti ke usaha franchise lainnya.
- c. Menambah jumlah karyawan atau pegawai supaya kegiatan produksi makanan dan minuman bisa dengan cepat.
- d. Memperluas lokasi stan untuk berjualan supaya kegiatan jual beli bisa berjalan lancar.

### **Strategi ST**

Strategi ST merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan perusahaan (strength) supaya bisa mengantisipasi adanya hambatan

maupun permasalahan yang terjadi (threats).

- a. Memilih penyedia bahan baku makanan yang sudah dikenal supaya mendapatkan harga yang relatif murah dengan kualitas yang bagus
- b. Meningkatkan kegiatan promosi dan branding produk, supaya usaha franchise Hisana Fried Chicken semakin terkenal dan digemari oleh masyarakat luas.
- c. Menambahkan menu makanan dan minuman sesuai dengan permintaan konsumen, supaya konsumen tidak cepat bosan.
- d. Meningkatkan kemampuan dan keahlian dalam kegiatan memasak dan menyajikan makanan.

### **Strategi WT**

Straategi WT merupakan strategi dengan meminimalkan kekurangan (weakness) untuk dapat menghindari segala macam hambatan maupun permasalahan perusahaan (threats).

- a. Mewujudkan pelayanan yang ramah dan unggul dalam melayani konsumen
- b. Menambahkan kreatifitas menu makanan dan minuman
- c. Melakukan evaluasi secara teratur supaya kegiatan penjualan produk bisa semakin bagus dan lebih baik lagi

Dari berbagai macam strategi tersebut, maka perusahaan Hisana Fried Chicken bisa menggunakan semua usaha tersebut yaitu meliputi Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. Keempat strategi tersebut dirasa perlu untuk digunakan, karena antar strategi satu dengan yang lainnya fungsinya sangat berhubungan dalam kegiatan usaha Hisana Fried Chicken. Dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat, maka diharapkan usaha Hisana Fried Chicken akan selalu mengalami keunggulan kompetitif supaya bisa

bersaing di pangsa pasar ekonomi. Karena peluang yang ada saat ini ialah masyarakat sangat membutuhkan makanan dan minuman yang cepat saji mengingat banyaknya aktifitas maupun pekerjaan yang sedang dilakukan. Usaha Hisana Fried Chicken harus bisa memnuhi kebutuhan konsumen supaya dapat mempertahankan loyalitas pelanggan serta meningkatkan volume penjualan barang.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Para pebisnis usaha Franchise Hisana Fried Chicken Di Desa Kebonagung perlu untuk menetapkan strategi bisnis sebelum memulai melakukan proses penjualan barang. Karena dengan strategi bisnis yang tepat, maka usaha bisnis juga akan lancar dan sukses. Strategi bisnis yang dimaksud ialah tentang bagaimana proses memproduksi barang, memasarkan produk, dan mengelola keuangan. Para pengusaha UMKM telah menerapkan Strategi Segmentasi Pasar dan Marketing Mix 4P dalam menjalankan usahanya, sehingga volume penjualan dapat meningkat. Selain itu, melalui strategi analisis SWOT, perusahaan franchise Hisana Fried Chicken dapat menganalisa berbagai aspek supaya perusahaan tersebut menjadi unggul. Selain itu perlu adanya inovasi dan kreativitas dalam menjalankan bisnisnya, supaya usaha tersebut bisa tetap eksis dan *survive* di pangsa pasar ekonomi.

#### **Saran**

- a. Diharapkan para pebisnis usaha franchise Hisana Fried Chicken bisa mengikuti event atau pameran untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat.
- b. Diharapkan supaya bisa menambah jumlah karyawan yang memiliki

keahlian di bidang memasak dan menyajikan makanan.

- c. Dalam menjalankan usaha bisnisnya, usaha franchise Hisana Fried Chicken membutuhkan support dan bantuan dari Pemerintah Desa Kebonagung dan masyarakat setempat supaya usaha yang dijalankan bisa lancar dan sukses.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mahmud dan Anomsari. 2011. Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Barito Semarang), Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 hal. 3.
- [2] D. A. Wulandari. 2021. "Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening: Studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020," Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- [3] Salim H.S. 2010. Perkembangan Hukum kontrak Innominaat Di Indonesia,. Jakarta: Sinar Grafika. h. 164.
- [4] Abdulkadir Muhammad. 2010. Hukum Perusahaan Indonesia. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. , h. 554-555
- [5] Cheesman, Henry R., "Business Law: The Legal, Ethical, and International Environment," Edisi Kedua, New Jersey, Englewood Cliffs, 1995.
- [6] Mandasari, V., & Tama, B. A. (2011). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Studi Kasus XYZ.
- [7] Winneke, O. (2013, Mei 14). Fried Chicken, Si Krenyes Gurih dari Amerika. <http://food.detik.com/read/2013/05/14/070058/2244903/297/fried-chickensi-krenyes-gurih-dari-amerika>. diakses pada tanggal 11 Mei 2025.
- [8] Valoka, Adwi. 2017. Sejarah Fast Food dan Junk Food. Diakses melalui <http://repository.unpas.ac.id/2807/7/4/BAB%20II.pdf>. diakses pada tanggal 11 Mei 2025.
- [9] Wandansari, dessy natalia. 2015. Hubungan antara konsumsi fast food, kebiasaan olahraga, faktor genetik dan durasi tidur dengan status gizi pada remaja. Skripsi. Universitas Jember Jawa Timur.
- [10] Khomsan, A. (2004). Pangan dan Gizi untuk Kesehatan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [11] Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [12] Miles, Mathew B., dan A. Michael Huberman. 1994. An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis. London: Sage Publications.