

**Penerapan Strategi Generik Porter untuk peningkatan persaingan Bisnis
 Rich Fried Chicken di Kota Jambi**

Efandri Agustian¹⁾ Indah Mutiara²⁾

¹⁾Fakultas Hukum dan Ekonomi Bisnis
 email: efanagustian@gmail.com

²⁾Fakultas Hukum dan Ekonomi Bisnis
 email: indahmutiara.akuntansi@gmail.com

Abstract

The fast food business is one business that is considered to have profitable potential in today's era. Especially when the Covid-19 Pandemic hit the world, which led to social distancing rules which caused consumers to become accustomed and reluctant to gather in a restaurant full of crowds just to eat. Due to the high potential for success in the fast food business, it causes many competitors with different and unique product differentiation, so the company must make a strategy to win the competition in the market. The method used in this study is a qualitative research method with purposive sample data collection techniques. This study aims to analyze the competitive environment and the choice of the best strategy for Rich Fried Chicken in Jambi City using the Generic Strategy from Michael E. Porter.

Keywords: Strategi Generik, UMKM, Bisnis.

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi serta perdagangan bebas yang terjadi saat ini mengakibatkan lingkungan bisnis sangat dinamis, sehingga perusahaan harus mampu bersaing dengan intens yang sangat tinggi. Untuk bisa bertahan, bersaing serta berkembang di lingkungan yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan persaingan dalam industry serta harus senantiasa berinovasi mengembangkan bisnis strategi.

Pertumbuhan Ekonomi Jambi secara kumulatif mengalami kenaikan pada triwulan 4 tahun 2021 yaitu mencapai 3,66%, menjadi tertinggi ke-2 di pulau Sumatera dan sedikit lebih rendah dibandingkan dengan pertumbuhan Ekonomi Nasional yaitu sebesar 3,69%.

Tabel 1.1
 PDRB atas dasar harga konstan

Provinsi	Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2010 (Persen)					
	2021	2020	2019	2018	2017	2016
ACEH	2,79	-0.37	4,14	4,61	4,18	3,29
SUMATERA UTARA	2,61	-1.07	5,22	5,18	5,12	5,18
SUMATERA BARAT	3,29	-1.62	5,01	5,14	5,30	5,27
RIAU	3,36	-1.13	2,81	2,35	2,66	2,18
JAMBI	3,66	-0.44	4,35	4,69	4,60	4,37
SUMATERA SELATAN	3,58	-0.11	5,69	6,01	5,51	5,04
BENGKULU	3,24	-0.02	4,94	4,97	4,98	5,28
LAMPUNG	2,79	-1.67	5,26	5,23	5,16	5,14
KEP. BANGKA BELITUNG	5,05	-2.30	3,32	4,45	4,47	4,10
KEP. RIAU	3,43	-3.80	4,83	4,47	1,98	4,98
INDONESIA	3,69	-2.07	5,02	5,17	5,07	5,03

Sumber : Data BPS, 2023

Pertumbuhan ekonomi seperti yang dipaparkan pada tabel 1.1 di atas secara nasional didukung oleh adanya pertumbuhan positif UMKM. Kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2022 mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (ekon.go.id). Sementara itu jumlah UMKM di Provinsi Jambi sebesar 165.497, dengan rincian 92,07% atau 152.373 usaha mikro, 6,47% atau 10.708 usaha kecil dan 1,46% atau 2.416 usaha menengah. Jumlah UMKM tersebut mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 289.569 orang.

Business Strategy atau Strategi bisnis sangat berpengaruh terhadap besarnya kinerja UMKM (Agustian, 2020). Salah satu strategi bisnis yang terkenal kemudian di kenalkan oleh Michael Porter sekitar tahun 1980, dalam bukunya Porter (2007) menguraikan ada 3 (tiga) Generic Strategy atau strategi generik yang bisa diaplikasikan dalam memenangkan persaingan di pasar, sehingga akan membuat keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Ketiga strategi tersebut terdiri dari strategi pada biaya rendah (*cost leadership*), strategi pada diferensiasi produk (*differentiation product*), dan strategi yang berfokus pada segmen pasar (*focus strategy*).

Persaingan Bisnis adalah menjadi kunci sebuah keberhasilan atau kegagalan. Persaingan Bisnis menentukan kerasnya operasional suatu perusahaan yang dapat menunjang kinerja. Strategi bersaing adalah pencarian posisi kompetitif yang menguntungkan dalam industri berdasarkan kriteria dimana persaingan terjadi. Strategi bisnis dalam persaingan bisnis bertujuan untuk membangun posisi bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan, kekuatan yang mendominasi persaingan dalam industri. Salah satu upaya agar perusahaan dapat memenangkan persaingan bisnis adalah dengan menerapkan inovasi atau diferensiasi produk, strategi biaya dan strategi pemasaran. Keberhasilan perusahaan dalam menjaga kesinambungan penjualan produk terletak pada kemampuannya untuk berinovasi. Dari sinilah pelaku bisnis perlu mampu menciptakan “keunikan” agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif.

Kelangsungan bisnis harus selalu dijamin oleh perusahaan. Kemajuan bisnis sepenuhnya tergantung pada kemampuan perusahaan untuk berkembang dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi, sehingga mendapatkan respon yang positif terhadap pasar. Keunggulan kompetitif perusahaan nantinya akan tercermin pada kinerja bisnis perusahaan itu sendiri. Kinerja bisnis pada dasarnya adalah kinerja perusahaan yang diukur dengan hasil. Kinerja diukur dengan profitabilitas dan tujuan yang ditetapkan. Jika suatu perusahaan ingin menjadi market power, kinerja organisasi yang baik sangat penting dan harus didukung oleh perusahaan yang mengarah pada sikap berkelanjutan terhadap standar kualitas yang sesuai dengan standar kualitas dan gaya yang harus ditekan. Tidak bisa bertahan (Veerendrakumar & Shivashankar 2015).

Perusahaan atau bisnis harus bisa menerapkan strategi yang sesuai dengan kondisinya, oleh karena itu perusahaan tersebut perlu menganalisa factor yang ada di lingkup perusahaan. Factor-factor yang dimaksud bisa factor kekuatan maupun factor kelemahan, serta factor lain yang ada diluar perusahaan yang berpotensi menjadi peluang serta menjadi ancaman bagi perkembangan bisnis perusahaan. Para pimpinan perusahaan sebagai orang yang membuat strategi tersebut diharuskan mampu membuat sebuah formula strategi untuk dikembangkan dan diterapkan pada lingkungan bisnis perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan itu sendiri.

Dengan jumlah penduduk Kota Jambi sebesar 500 ribu jiwa lebih dan dimana Kota Jambi menjadi kota perdagangan jasa, maka peluang perkembangan UMKM di Kota Jambi sangatlah besar. Pertumbuhan ekonomi Kota Jambi secara umum berasal dari kontribusi para pelaku UMKM. Hal ini terbukti dari banyaknya jumlah UMKM dengan jumlah kurang lebih 60.000 UMKM yang Rata-rata bergerak di bidang kuliner, baik makanan maupun minuman. Dari angka tersebut 20 persen atau sebesar 2.000 UMKM di Kota Jambi sudah digitalisasi dan didukung oleh regulasi dan kemudahan internet (BPS Jambi, 2022). Dengan berkembangnya Kota Jambi menuju salah satu Kota Besar di

Indonesia, maka akan menjadi peluang bagi investor nasional maupun internasional untuk menginvestasikan produk dan jasa mereka untuk masuk ke Jambi. Hal ini kemudian menjadi ancaman bagi produk-produk lokal atau pengusaha lokal untuk bersaing dengan investor dari luar daerah tersebut. Oleh karena itu, sangat penting dan vital sekali strategi bisnis yang dijalankan oleh pengusaha lokal untuk bisa bersaing dengan pengusaha luar.

Salah satu UMKM yaitu makanan cepat saji RICH Fried Chicken (Rich) yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini harus mampu bersaing dengan Brand ternama Internasional seperti Kentucky Fried Chicken (KFC) dan MsDonald's (McD). Dalam persaingan tersebut agar tetap tumbuh pengelola restoran harus mampu meramu strategi bisnis dengan jitu. Karena persaingan yang begitu ketat, apalagi dengan Brand ternama seperti KFC dan McD maka Rich Fried Chicken yang beralamat di Tugu Juang, Sipin Kota Jambi banyak melakukan strategi-strategi bisnis untuk dapat mendapatkan serta mempertahankan pelanggan baik dengan cara menawarkan pilihan yang berbeda berdasarkan preferensi konsumen maupun dengan cara lain

2. KAJIAN LITERATUR

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan luaran atau hasil dari pekerjaan yang memiliki tujuan strategis terhadap kepuasan konsumen serta bias memberi kontribusi pada sektor ekonomi. Kinerja bisnis mengacu pada hasil pencapaian sebuah perusahaan dalam satu periode tertentu. Kinerja bisnis adalah kegiatan yang diawali dari perencanaan, dalam persaingan bisnis kinerja bisnis tersebut sangat dibutuhkan Armstrong dan Baron dalam Fahmi (2012). Dengan kinerja bisnis yang baik tentu akan menjadi keunggulan bagi sebuah bisnis dalam mengembangkan usahanya. Kinerja bisnis adalah merupakan fungsi hasil dari kegiatan yang ada dalam pada perusahaan yang bisa dipengaruhi oleh faktor intern dan eksteren untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Kinerja bisnis dibuktikan dari hasil kinerja keuangan yang diukur melalui rasio profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas (Agustian, 2019).

Strategi Bisnis

Rangkuti (2002) mengatakan bahwa *Strategy* atau strategi merupakan *tools* dalam mencapai tujuan perusahaan baik itu tujuan jangka panjang, program pengurangan serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi bisnis adalah sebuah rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi yang dimaksudkan agar bagaimana membangun dan memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut, (Hariadi, 2005). Dalam persaingan bisnis yang ketat, perusahaan dituntut untuk menerapkan persaingan strategi sehingga dapat mengupayakan bertahan dan meningkat (Agustian, 2022).

Suatu organisasi bisnis dapat tumbuh dan berkembang jika menganut konsep efisiensi dan produktivitas dalam menjalankan usahanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa terciptanya suatu organisasi bisnis akan mendatangkan keuntungan yang optimal. Oleh Mahmud dan Anomsari (2011) mengatakan bahwa langkah untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dari segi kualitas, harga dan daya saing produk yang dihasilkan. Strategi bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pencapaian kinerja usaha.

Strategi Generik

Tujuan umum sebuah bisnis harus tercermin pada misi yang kemudian dapat diterjemahkan pada kedalam strategi bisnis yang disepakati (Pearch II dan Robinson, 2008) yaitu:

1. Biaya rendah (*overall Cost Leadership*).
Overall cost leadership dilakukan oleh perusahaan dengan cara mengefesiensi biaya, diantaranya adalah diperoleh dengan cara memiliki pegawai berpengalaman, mampu mengendalikan biaya *overhead*, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya
2. Menciptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (*differentiation*).
 Differensiasi dapat diciptakan dari citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus, service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan differensiasi selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap produk pengganti juga tinggi.
3. Memfokuskan (*focusting*) pada biaya atau diferensiasi.
 Strategi fokus didasarkan pada usaha memenuhi kebutuhan pelanggan. Itu semua agar dapat terhindar dari produk konsumen yang rawan terhadap perang iklan dan introduksi produk baru yang pesat.

Tabel 1. Gambar Strategi Porter

Target Scope	Advantage	
	Low Cost	Product Uniqueness
Broad (Industry Wide)	Cost Leadership Strategy	Differentiation Strategy
Narrow (Market Segment)	Focus Strategy (low cost)	Focus Strategy (differentiation)

Lingkungan Persaingan Industri

Perusahaan harus lebih menitik beratkan pada aspek persaingan bisnis dimana perusahaan itu berada. Sehingga mempengaruhi kondisi persaingan, seperti ancaman terhadap perusahaan, kekuatan atau keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan dan juga kondisi persaingan itu sendiri, menjadi penting untuk dianalisis. Menurut Porter (2007) “mengidentifikasi aspek-aspek struktural kunci dalam industri yang menentukan kekuatan daya persaingan dan karenanya juga profitabilitas industri”. Aspek-aspek tersebut antara lain:

1. Persaingan perusahaan yang ada.
2. Ancaman pendatang baru.
3. Ancaman produk pengganti.

4. Kekuatan tawar-menawar Pembeli
5. Kekuatan tawar-menawar pemasok

Gambar: 1. Lingkungan Persaingan Industri



3. METODE

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah *management keys* atau manajemen inti perusahaan, yaitu sebanyak 7 (tujuh) orang. Menurut Wiyono (2011) sampel merupakan bagian populasi yang mewakili dan menjadi bagian yang akan diteliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terwakili. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini penulis mengumpulkan data melalui riset ke pustakaan (*library rese arch*), riset lapangan (*field research*), kuesioner (angket).

Analisis Strategi Bersaing

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian data kualitatif ini dengan menganalisis data-data antara lain:

- a. Analisis Lingkungan persaingan industry:
 1. Ancaman pesaing baru
 2. Persaingan perusahaan yang ada
 3. Kekuatan menawar konsumen
 4. Kekuatan menawar pemasok
 5. Ancaman produk pengganti
- b. Model Strategi Generik Porter yang cocok dengan karakteristik operasi perusahaan
 1. Strategi Keunggulan biaya menyeluruh.
 2. Strategi Diferensiasi.
 3. Strategi Fokus.

$$\text{Rentang Skor Kategori} = \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Rentang Skor Kategorinya sebagai berikut:

Tabel 1. Pedoman kategorisasi rata-rata skor tanggapan responden

Interval Skor	Kategori
1,00 – 3,00	Rendah
3,01 – 5,00	Sedang
5,01 – 7,00	Tinggi

4. HASIL DAN DISKUSI

Ancaman Potensial Pesaing Baru

Tabel 2. Jawaban responden tentang Ancaman potensial pesaing baru

No.	Indikator/Pernyataan	Tanggapan			Nilai Skor	Kategori
		Rendah	Sedang	Tinggi		
1	Skala ekonomi perusahaan	0	5	2	4,47	Sedang
		0	71,43	28,57		
2	Kemudahan dalam pengenalan merek	0	1	6	6,14	Tinggi
		0	14,29	85,71		
3	Adanya kemungkinan pesaing baru untuk masuk	0	2	5	5,56	Tinggi
		0	28,57	71,43		
4	Kebutuhan modal yang dibutuhkan bagi perusahaan	0	1	6	6,14	Tinggi
		0	14,29	85,71		
5	Kemudahan masuk ke teknologi modern	0	3	4	5,14	Tinggi
		0	42,86	57,14		
6	Kemudahan mendapat sumber bahan baku/supplier	0	3	4	5,14	Tinggi
		0	42,86	57,14		
7	Pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan	0	5	2	4,47	Sedang
		0	71,43	28,57		
Nilai Skor Rata-rata					5,29	Tinggi

Sumber: Data diolah

Dari data di atas dapat dilihat bahwa ancaman *Rich Fried Chicken* terhadap masuknya pesaing baru cukup tinggi tetapi potensi tidak terlalu mengancam.

Persaingan perusahaan yang ada

Tabel 3. Jawaban responden tentang persaingan perusahaan yang ada

No.	Indikator/Pernyataan	Tanggapan			Nilai Skor	Kategori
		Rendah	Sedang	Tinggi		
1	Ancaman pesaing	0	2	5	5,56	Tinggi
		0	28,57	71,43		
2	Pertumbuhan industri produk	0	4	3	4,86	Sedang
		0	57,14	42,86		
3	Pesaing memiliki keanekaragaman	0	2	5	6,86	Tinggi
		0	28,57	71,43		
Nilai Skor Rata-rata					5,76	Tinggi

Sumber: Data diolah

Dari data di atas dapat dilihat bahwa posisi *Rich Fried Chicken* terhadap perusahaan sejenis khususnya di jambi cukup mengancam. Meskipun memiliki banyak pesaing, namun *Rich*

Fried Chicken memiliki sesuatu yang berbeda yang membuat pelanggan loyal dengan *Rich Fried Chicken* tersebut.

Kekuatan menawar konsumen

Tabel 4. Jawaban Responden tentang Kekuatan Menawar dari Konsumen

No.	Indikator/Pernyataan	Tanggapan			Nilai Skor	Kategori
		Rendah	Sedang	Tinggi		
1	Jumlah pembeli utama pada perusahaan	0	5	2	4,47	Sedang
		0	71,43	28,57		
2	Banyaknya ketersediaan produk substitusi	0	0	7	7,00	Tinggi
		0	0,00	100,00		
3	Adanya biaya pada produk memungkinkan pembeli untuk berpindah	0	2	5	5,56	Tinggi
		0	28,57	71,43		
4	Adanya ancaman pembelian konsumen langsung kepada pihak lain	0	2	5	6,14	Tinggi
		0	28,57	71,43		
5	Pembeli selalu memberikan profit bagi perusahaan	0	3	4	5,14	Tinggi
		0	42,86	57,14		
Nilai Skor Rata-rata					5,66	Tinggi

Sumber: Data diolah

Dari data diatas maka *Rich Fried Chicken* masih memiliki peluang untuk mempertahankan pembeli karena target segmentasi perusahaan adalah konsumen menengah kebawah khususnya mahasiswa.

Kekuatan Menawar Pemasok

Tabel 5. Jawaban Responden tentang Kekuatan Menawar dari Pemasok

No.	Indikator/Pernyataan	Tanggapan			Nilai Skor	Kategori
		Rendah	Sedang	Tinggi		
1	Jumlah pemasok penting bagi perusahaan	0	1	6	6,14	Tinggi
		0	14,29	85,71		
2	Ketersediaan pengganti produk penyalur	0	3	4	5,14	Tinggi
		0	42,86	57,14		
3	Ancaman supplier langsung ke konsumen	0	2	5	5,56	Tinggi
		0	28,57	71,43		
4	Kontribusi yang diberikan penyalur kepada pelayanan	0	3	4	5,14	Tinggi
		0	42,86	57,14		
Nilai Skor Rata-rata					5,50	Tinggi

Sumber: Data diolah

Dilihat dari data-data di atas maka ancaman *Rich Fried Chicken* terhadap kekuatan menawar pemasok cukup tinggi atau mengancam, karena adanya pengaruh oleh perusahaan sejenis yang lebih besar dengan *brand Internasional*, namun *Rich Fried Chicken* masih tetap bisa memberikan keuntungan.

Ancaman Produk Pengganti

Tabel 6. Data Jawaban Responden tentang Ancaman Produk Pengganti.

No.	Indikator/Pernyataan	Tanggapan			Nilai Skor	Kategori
		Rendah	Sedang	Tinggi		
1	Ketersediaan produk pengganti selama ini	0	1	6	6,14	Tinggi
		0	14,29	85,71		
2	Harga produk pengganti yang lebih rendah memungkinkan pembeli untuk berpindah	0	2	5	5,56	Tinggi
		0	28,57	71,43		
3	Adanya agresivitas dan profitabilitas pada produk substitusi	0	2	5	5,56	Tinggi
		0	28,57	71,43		
4	Harga dan nilai manfaat yang dimiliki produk substitusi lebih baik atau sama	0	3	4	5,14	Tinggi
		0	42,86	57,14		
Nilai Skor Rata-rata					5,60	Tinggi

Sumber: Data diolah

Dilihat dari data di atas maka dapat disimpulkan bahwa ancaman produk pengganti cukup tinggi, hal ini akan mengancam posisi pada *Rich Fried Chicken*, karena ketersediaan produk pengganti yang banyak.

Untuk mengetahui bagaimana keadaan sebenarnya tentang lingkungan persaingan industri, penulis mengobservasi data hasil tanggapan responden tersebut dalam tabel 7 berikut:

No.	Data Kumulatif Lingkungan Persaingan Industri	Rendah	Sedang	Tinggi
1	Ancaman potensial dari pesaing baru (masuknya pesaing baru)			5,29
2	Persaingan diantara perusahaan yang ada			5,76
3	Kekuatan menawar dari konsumen			5,66
4	Kekuatan menawar dari pemasok			5,50
5	Potensial ancaman dari produk pengganti			5,60

Sumber: Data diolah

Dari tabel 7 menunjukkan bahwa lingkungan persaingan yang dihadapi oleh *Rich Fried Chicken* adalah:

1. Ancaman potensial pesaing baru cukup tinggi, sehingga potensi bagi pendatang baru untuk masuk cukup tinggi.
2. Persaingan perusahaan yang ada sangat tinggi, hal ini kemudian berarti bahwa tingkat persaingan diantara perusahaan sangat ketat. Meskipun persaingan yang tinggi namun tidak menutup kemungkinan *Rich Fried Chicken* untuk memenangkan persaingan.
3. Kekuatan menawar konsumen tinggi, hal ini berarti perusahaan masih memiliki kesempatan untuk mendapatkan profit. Namun, untuk tetap mempertahankan loyalitas konsumen, perusahaan *Rich Fried Chicken* harus meningkatkan pelayanan yang terbaik baik, serta harga yang lebih murah
4. Kekuatan menawar pemasok cukup tinggi, sehingga perusahaan didominasi kekuatan tawar pemasok, hal ini kemudian menyebabkan perusahaan *Rich Fried Chicken* sulit mempengaruhi pemasok memaksimalkan keuntungan perusahaan.

5. Potensial ancaman produk pengganti cukup tinggi, ini berarti perusahaan *Rich Fried Chicken* harus memiliki karakteristik produk yang unik atau berbeda dan tepat bagi pelanggan.

Analisis Strategi Generik Michael Porter

Hasil analisa kondisi bisnis *Rich Fried Chicken*, kemudian disesuaikan dengan 3 (tiga) model strategi generik Michael Porter:

1. Fokus operasional

Biaya operasional cukup murah karena skala ekonomi juga cukup besar. Perusahaan melakukan operasional dengan biaya yang rendah terhadap penentuan harga untuk menarik konsumen. Jadi berdasarkan fokus *Rich Fried Chicken* menunjukkan strategi keunggulan biaya.

2. Fokus pemasaran

Perusahaan melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan penentuan harga yang bisa bersaing sehingga konsumen diharapkan puas dengan produk yang ditawarkan dan tidak berpaling ke pesaing lain. Jadi *Rich Fried Chicken* telah menunjukkan strategi keunggulan biaya menyeluruh.

3. Fokus produk

Produk yang disediakan oleh perusahaan disesuaikan dengan keinginan konsumen. Sehingga produk *Rich Fried Chicken* menunjukkan strategi fokus

4. Fokus inovasi

Inovasi yang terus menerus dilakukan oleh *Rich Fried Chicken* membuat pelanggan semakin loyal terhadap produknya, baik itu inovasi produk maupun inovasi promosi serta harga.

5. Fokus harga

Rich Fried Chicken memiliki margin rendah namun volume besar artinya laba tinggi karena volume penjualan besar meski profit margin rendah, jadi berdasarkan fokus harga *Rich Fried Chicken* menunjukkan strategi keunggulan biaya menyeluruh

6. Fokus lainnya

Rich Fried Chicken memiliki keunggulan tenaga penjual yang intensif. Jadi berdasarkan fokus lainnya *Rich Fried Chicken* menunjukkan strategi diferensiasi

Tabel 8. Kesesuaian Karakteristik Perusahaan Strategi Generik Model Michael Porter.

No.	Faktor-faktor Persaingan	Keunggulan biaya menyeluruh	Diferensiasi	Fokus
1	Fokus operasional	Biaya operasional murah karena skala ekonomi yang besar		
2	Fokus pemasaran	Nilai produk dengan harga yang kompetitif		
3	Fokus produk			Segmentasi pembeli

4	Fokus inovasi	Inovasi produk, promosi dan harga		
5	Fokus harga	Marjin rendah volume besar		
6	Faktor lain-lain		Memiliki tenaga penjual yang intensif	
Total		4	1	1

Sumber: Data diolah

Berdasarkan poin-poin dari model strategi generik Michael Porter diatas, maka penulis memberi kesimpulan bahwa strategi bisnis yang cocok bagi *Rich Fried Chicken* adalah keunggulan biaya menyeluruh, dimana *Rich Fried Chicken* harus mempersiapkan dirinya untuk menjadi perusahaan makanan cepat saji berbiaya rendah di dalam industrinya. Keunggulan biaya menyeluruh ini juga bisa terjadi apabila biaya operasional yang dikeluarkan *Rich Fried Chicken* dalam melaksanakan bisnis lebih rendah dibanding dengan biaya operasional para pesaingnya. Opsi biaya rendah ini akan membuat *Rich Fried Chicken* mendapatkan laba yang cukup tinggi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lingkungan persaingan industri *Rich Fried Chicken* perlu ditanggapi karena ancaman potensial pesaing baru cukup tinggi, sehingga masih ada potensi bagi pendatang baru untuk masuk. Persaingan perusahaan yang ada sangat tinggi, hal ini berarti tingkat persaingan diantara perusahaan yang ada cukup ketat. Meskipun persaingannya cukup tinggi tetapi tidak menutup kemungkinan perusahaan masih punya kesempatan untuk memenangkan persaingan. Kekuatan menawar konsumen cukup tinggi, ini berarti perusahaan punya kesempatan di dalam mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri, dimana industri dapat memperoleh pengembalian serendah mungkin yang dapat diterima. Namun perusahaan harus memenuhi tuntutan pembeli akan pelayanan yang lebih baik, serta harga yang lebih murah. Kekuatan menawar pemasok sangat tinggi, sehingga didominasi oleh kekuatan tawar pemasok, hal ini menyebabkan perusahaan sulit mempengaruhi pemasok untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Serta potensial ancaman dari produk pengganti tinggu, ini berarti perusahaan harus mampu menghadirkan karakteristik produk yang berbeda, sehingga produk pengganti bukanlah solusi yang tepat bagi pelanggan kecuali dengan situasi tertentu.

Selain itu berdasarkan analisis kekuatan dan kelemahan persaingan industrinya serta menganalisa menggunakan Strategi Generik Porter, maka penulis menyimpulkan strategi yang cocok dan terbaik bagi *Rich Fried Chicken* adalah adalah *overall cost leadership* strategi keunggulan biaya menyeluruh.

6. REFERENSI

- Agustian, Efadri dkk. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains*.
- Agustian, Efadri. 2019. Reaksi Pasar Modal Terhadap Aksi Unjuk Rasa Bela Islam Jilid I, Jilid II & Jilid III (Studi Kasus: Perusahaan yang Tergabung Dalam Indeks LQ-45). *Jurnal Manajemen Jambi (JUMANJI)*.
- Agustian, Efadri dkk. 2022. Pilihan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JUPADAI)*.
- Armstrong dan Baron dalam Irham Fahmi. 2012. *Manajemen Kinerja*. Jakarta
- Bambang, Hariadi. (2005). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Gendro, Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., (2008). *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Mahmud, Ariati Anomsari. 2011. *Jurnal Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kawasan Usaha Barito Semarang)* ISBN 979-26-0255-0
- Porter, Michael W. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)* Tangerang: Kharisma Publishing Group
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Veerendrakumar, M. & Shivashankar, K., 2015. "Economics and Management Sciences Exploratory Study on Achieving Sustainable Competitive Advantage through Supply Chain Innovation for Strengthening Organizational Performance", *International Journal of Economics and Management Sciences*, Vol. 4, No. 3, pp 1-6.