

ABSTRAK

Skripsi ini dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Franchise Samchick (*Fried Chicken*)” yang ditulis oleh Adhesty Riccaris Fernanda, NIM. 12405193152, dibimbing oleh Dr. Ali Maulidi, AC, M.A.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Bauran, Lini, Diversifikasi Produk

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan usaha ayam geprek yang semakin diminati, sehingga persaingan di pasar menjadi semakin ketat. Untuk menghadapi tantangan ini, setiap usaha ayam geprek perlu memiliki daya saing yang kuat, salah satunya melalui strategi pengembangan produk. Strategi ini mencakup inovasi seperti menciptakan varian rasa baru, menyesuaikan menu dengan preferensi pelanggan, dan menambahkan produk pelengkap. Dengan langkah ini, usaha ayam geprek dapat meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisinya di tengah persaingan.

Fokus masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pengembangan produk dengan memodifikasi bauran produk untuk meningkatkan penjualan di Samchick? (2) Bagaimana strategi pengembangan produk dengan perluasan lini produk untuk meningkatkan penjualan di Samchick? (3) Bagaimana strategi pengembangan produk dengan diversifikasi produk untuk meningkatkan penjualan di Samchick?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan 4 narasumber dan melalui observasi. Untuk mendapatkan kredibilitas data, peneliti melakukan triangulasi, perpanjangan kehadiran, peningkatan ketekunan, diskusi sejawat, dan review informan. Dependabilitas dan konfirmabilitas dilakukan para pembimbing sebagai independen auditor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Samchick menerapkan strategi pengembangan produk melalui modifikasi, perluasan lini, dan diversifikasi untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing. Modifikasi dilakukan dengan memperkenalkan varian baru, menyesuaikan resep sesuai preferensi pelanggan, serta menambahkan produk pelengkap, seperti minuman dan saus spesial, sambil menawarkan harga fleksibel dan diskon. Perluasan lini mencakup variasi menu utama, seperti ayam goreng pedas atau teriyaki, serta menu pendamping, seperti nasi uduk dan salad segar. Diversifikasi meliputi penambahan produk terkait, seperti saus dan lauk tambahan, serta camilan ringan dan minuman spesial. Strategi ini meningkatkan kepuasan pelanggan, menjangkau pasar baru, dan menciptakan peluang pendapatan tambahan, sehingga memperkuat posisi Samchick sebagai merek makanan cepat saji yang relevan dan kompetitif.

ABSTRACT

This thesis with the title “Business Development Strategy for Samchick (Fried Chicken) Franchise” written by Adhesty Riccaris Fernanda, NIM. 12405193152, guided by Dr. Ali Maulidi, AC, M.A.

Keywords: Strategy, Development, Mix, Line, Product Diversification

This research is motivated by the rapid development of the geprek chicken business which is increasingly in demand, so that competition in the market is getting tighter. To face this challenge, every geprek chicken business needs to have strong competitiveness, one of which is through product development strategies. This strategy includes innovations such as creating new flavors, adjusting menus to customer preferences, and adding complementary products. With this step, the geprek chicken business can increase sales, expand market share, and strengthen its position in the midst of competition.

The focus of this research problem is (1) How is the product development strategy by modifying the product mix to increase sales at Samchick? (2) How is the product development strategy by expanding the product line to increase sales at Samchick? (3) How is the product development strategy by diversifying products to increase sales at Samchick?

This research employs a qualitative approach with a descriptive method. The research data were collected through in-depth interviews conducted with 4 resource persons and through observation. To obtain data credibility, researchers conducted triangulation, extended presence, increased persistence, peer discussion, and informant review. Dependability and confirmability were carried out by the supervisors as independent auditors.

The results show that indicate that Samchick implements product development strategies through modification, line expansion, and diversification to increase sales, expand its market, and strengthen competitiveness. Modifications are carried out by introducing new variants, adjusting recipes to match customer preferences, and adding complementary products such as beverages and special sauces, while offering flexible pricing and discounts. Line expansion includes variations in main menus, such as spicy or teriyaki fried chicken, as well as side dishes like fragrant rice and fresh salads. Diversification involves adding related products, such as sauces and additional side dishes, as well as light snacks and specialty drinks. These strategies enhance customer satisfaction, reach new market segments, and create additional revenue opportunities, thereby strengthening Samchick's position as a relevant and competitive fast-food brand.