

PENDAHULUAN

Bisnis makanan merupakan salah satu bentuk bisnis yang hingga saat ini masih menjanjikan karena makanan adalah prioritas utama dalam pemenuhan kebutuhan pokok manusia. Seiring berkembangnya zaman, konsep yang ditawarkan kepada konsumen cukup beragam salah satunya yaitu restoran makanan cepat saji. Makanan cepat saji tergolong makanan yang sangat digemari masyarakat dengan berbagai alasan dapat disajikan secara cepat, praktis dan ekonomis. Hal ini menimbulkan kebiasaan baru di masyarakat dalam segi konsumtif untuk memilih makanan yang cepat dan instan terutama pada restoran cepat saji. Dapat dilihat dari persentase kebiasaan konsumsi makanan cepat saji sebesar 67,6%. Masyarakat memilih makanan cepat saji ini karena lebih praktis dan enak, alasan tersebut diperoleh dari survei banyaknya masyarakat yang memilih makanan cepat saji karena lebih praktis sebesar 73% dan karena alasan enak sebesar 27% (Rizki, 2015).

Ayam krispi adalah salah satu makanan cepat saji yang berasal dari daging ayam yang diolah dengan campuran tepung dan bumbu. Santapan ini digemari oleh semua kalangan dari anak-anak hingga orang tua, karena pada umumnya masyarakat Indonesia menyukai makanan bertema gorengan. Selain itu, makanan cepat saji seperti ayam krispi sudah menjadi jenis makanan yang biasa dikonsumsi pada waktu makan siang atau makan malam. Meningkatnya minat masyarakat terhadap olahan ayam krispi ini dilihat sebagai sebuah peluang usaha yang mendorong para pengusaha untuk mendirikan usaha sejenis. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha ayam krispi baik dengan konsep pedagang kaki lima atau menetap.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang makanan cepat saji adalah Lazizaa Chicken dari PT. Lazizaa Rahmat Semesta. Perusahaan ini berdiri di Sidoarjo, Jawa Timur yang pada tanggal 8 Februari 2016 membuka cabang kemitraan pertama di daerah Sidokare, Sidoarjo. Hingga saat ini PT. Lazizaa Rahmat Semesta memiliki 33 cabang yang tersebar luas di 3 Provinsi diantaranya Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat. Restoran cepat saji ini menyajikan makanan cepat saji dengan produk unggulannya yaitu ayam krispi, namun tidak hanya menawarkan produk olahan ayam kepada konsumennya, ada beberapa menu lain seperti snack diantaranya burger, kentang, dan minuman. Target pasar dari restoran ini adalah semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang tua karena keunikan setiap produknya. PT. Lazizaa Rahmat Semesta merupakan perusahaan yang terbilang cukup besar, karena memiliki jumlah pegawai sebanyak 300 orang dan omset rata rata mencapai 52 Miliar pertahun. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana perusahaan ini tetap berjalan setelah adanya pandemic Covid-19, dengan berbagai inovasi produk, promosi, hingga manajemen pemasaran yang telah diterapkan oleh perusahaan. Berikut total keseluruhan omset penjualan PT. Lazizaa Rahmat Semesta selama 3 tahun terakhir untuk mengetahui perkembangan bisnis pertahunnya:

Tabel 1
Jumlah Omzet Penjualan Ayam Krispi Lazizaa

No	Tahun	Total Omzet Per Tahun
1	2019	77.899.474.026
2	2020	45.793.750.025
3	2021	34.340.862.118

Sumber: PT. Lazizaa Rahmat Semesta, 2022

Berdasarkan tabel data total omzet keseluruhan per tahun di atas, dapat dilihat bahwa sejak tahun 2019 hingga 2021 mengalami penurunan penjualan. Menurut Manajer Pemasaran

dari PT. Lazizaa Rahmat Semesta pada tahun 2020 hingga saat ini terdapat pertumbuhan pesaing usaha sejenis yang sangat pesat ditambah dengan adanya fenomena pandemic COVID-19. Sehingga untuk mengatasi persaingan di dunia makanan cepat saji bukan hal yang mudah.

Dalam dunia bisnis saat ini, para pelaku usaha dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat, di mana setiap pelaku usaha berusaha untuk menarik perhatian konsumen dan memenangkan pangsa pasar. Restoran cepat saji, warung makan, dan bahkan bisnis makanan online semuanya menawarkan varian ayam krispi yang berbeda-beda untuk menarik perhatian konsumen. Untuk dapat memenangkan persaingan ini, pelaku bisnis ayam krispi harus mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang efektif menjadi sangat penting dalam menghadapi persaingan ini.

Selain itu, pandemi COVID-19 telah memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor bisnis di seluruh dunia. Salah satu sektor yang terdampak secara serius adalah industri makanan dan minuman. Industri makanan cepat saji, termasuk bisnis ayam krispi, tidak luput dari dampak negatif pandemi. Kebijakan pembatasan pergerakan, penutupan tempat makan, dan pergeseran preferensi konsumen telah menyebabkan penurunan drastis dalam kunjungan ke restoran dan permintaan makanan cepat saji. Pandemi juga telah mengubah cara konsumen memperoleh makanan, dengan meningkatnya permintaan untuk layanan pengiriman makanan dan makanan siap saji. Para pelaku bisnis ayam krispi harus beradaptasi dengan perubahan ini dan mencari solusi untuk tetap relevan di pasar yang berubah ini.

Melihat adanya penurunan omzet pada kurun waktu 2019-2021 yang disebabkan pandemic COVID-19 ditambah banyaknya pesaing baru yang mulai memasuki pasar, maka perlu dilakukan penelitian menyusun strategi pengembangan agar bisnis yang dijalankan tetap kompetitif dengan harapan semakin banyak konsumen membeli produk ayam krispi lazizaa sehingga penjualan meningkat dan profit yang diharapkan bisa tercapai (Zimmerer dan Norman, 2008).