

ABSTRAK

Persaingan industri makanan cepat saji semakin ketat dengan menu ayam geprek yang marak. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui kondisi persaingan yang dihadapi oleh M2M Telang khususnya pada menu ayam geprek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal M2M Telang serta merumuskan strategi yang efisien dan efektif untuk bersaing dengan warung ayam geprek di sekitarnya yaitu warung Mawar dan warung Graha Bunderan. Analisis SWOT(*Streinght, Weakness, Oppotunity, dan Threats*) digunakan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi M2M.

Penelitian ini melibatkan 300 responden sebagai sampel yang terdiri dari pelanggan M2M Telang, warung ayam geprek Mawar, dan Warung Graha Bunderan. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebar kepada responden secara acak. Hasil analisis menunjukkan bahwa M2M memiliki mangsa pasar yang luas dan dapat diterima di banyak kalangan, dengan kelebihan dalam rasa, kualitas, dan variasi menu yang ditawarkan.

Berdasarkan analisis SWOT , Strategi yang terpilih berada pada kudran 1 dimana kekuatan dalam kualitas produk, keunggulan rasa, dan lokasi strategis. Namun, mereka juga memiliki beberapa kelemahan seperti kurangnya promosi yang efektif. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh M2M meliputi permintaan pasar yang terus meningkat dan peningkatan popularitas ayam geprek. Sementara itu, ancaman yang dihadapi M2M termasuk persaingan yang ketat dari warung ayam geprek sekitarnya dan perubahan kebiasaan konsumen.

Berdasarkan temuan tersebut strategi yang diusulkan yaitu perlunya meningkatkan upaya pemasaran dan menawarkan inovasi.

Kata Kunci: Analisis Faktor, Analisis SWOT

ABSTRACT

Competition in the fast food industry is getting tougher with the menu of fried chicken fried rice. The purpose of this research is to find out the competitive conditions faced by M2M Telang, especially on the geprek chicken menu. This study aims to determine the internal and external conditions of M2M Telang and to formulate an efficient and effective strategy to compete with the geprek chicken stalls in the vicinity, namely Mawar stall and Graha Bunderan stall. SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity and Threats) is used to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats facing M2M.

This study involved 300 respondents as a sample consisting of M2M Telang customers, the Mawar geprek chicken stall, and the Roundabout Graha Warung. Data was collected through questionnaires distributed to respondents randomly. The results of the analysis show that M2M has a wide target market and can be accepted by many groups, with advantages in taste, quality, and variety of menus offered.

Based on the SWOT analysis, the selected strategy is in quadrant 1 where the strength is in product quality, superior taste, and strategic location. However, they also have some drawbacks such as lack of effective promotion. Opportunities that can be exploited by M2M include increasing market demand and increasing popularity of geprek chicken. Meanwhile, the threats facing M2M include intense competition from nearby geprek chicken stalls and changes in consumer habits.

Based on these findings the proposed strategy is the need to increase marketing efforts and offer innovation.

Keywords: Factor Analysis, SWOT Analysis