



INTISARI

Seiring dengan perkembangan era pasar bebas, maka keberadaan industri rumah makan cepat saji sebagai pengelola makanan sudah merupakan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu perlu ada pengukuran kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan dan produk maupun berdasarkan strategi pemasaran dengan pendekatan SWOT.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling* dengan menyebarkan kuisioner kepada para konsumen. Kuisioner tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi product moment dan uji reliabilitas dengan teknik Alpha. Tingkat penerimaan konsumen terhadap kualitas layanan dan produk adalah cukup tinggi, variabel kualitas layanan yang memberikan tingkat kepuasan kepada konsumen dari tertinggi ke terendah, yaitu *reliabilty, assurance, tangible, responsiveness*, dan *empathy*. Sedangkan variabel kualitas produk dari tertinggi ke terendah, yaitu ukuran produk, ketersediaan produk, karakteristik kulit, keamanan makanan, cita rasa, paket hemat, bonus, kemasan, harga, dan keawetan produk.

Penyusunan strategi pemasaran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunity, Threats*). Analisis SWOT adalah alat untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menyusun strategi pemasaran suatu perusahaan, sehingga dengan analisis SWOT ini akan dapat diketahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan ayam goreng Yogya Chicken yang selanjutnya digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang sesuai. Analisis kekuatan Yogya Chicken dilihat dari citra perusahaan, kualitas produk, hubungan atasan bawahan, harga produk, lokasi *counter*, luas *counter*, tenaga kerja, dan pelayanan sedangkan kelemahan Yogya Chicken dilihat dari kemampuan menyediakan produk, saluran distribusi produk, jumlah *counter*, manajemen, promosi, dan kondisi kerja. Analisis peluang Yogya Chicken dilihat dari populasi penduduk, target konsumen, musim liburan, pesanan khusus, sikap pemerintah daerah, dan teknologi pembuatan produk sedangkan ancamannya dilihat dari kondisi moneter, harga bahan baku, daya beli konsumen, sensiyitas konsumen terhadap harga, produk palsu, pesaing, pemain baru, harga sewa *counter*, dan kondisi mitra produksi. Berdasarkan hasil analisis diperoleh strategi pemasaran yang harus dilakukan Yogya Chicken untuk memperluas pasar, yaitu ada 15 cara yang harus dilakukan oleh pihak Yogya Chicken tersebut.

Kata Kunci : Perusahaan Ayam Goreng “Yogya Chicken”, Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Kepuasan Konsumen.

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian UGM

²Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian UGM



ABSTRACT

As the development of free market, the existence of fast food restaurant as a food processor has been a necessity for the society. Thus, it needs a satisfaction measuring towards the service and product qualities based on the marketing strategy using SWOT approach.

Sample gathering technique used in this research is *random sampling* by spreading questionnaires to the consumers. Then, their validity and reliability are tested. Validity testing is performed using product moment correlation test while reliability testing uses Alpha technique. Level of consumer acceptance to the qualities of service and product is high enough, variable of quality of service giving level of satisfaction to the consumers from the lowest to the highest are as follow: *reliability, assurance, tangible, responsiveness, and empathy*. Another, variable of product quality from the highest to the lowest are: product size, product availability, leather characteristics, food safety, taste, economical package, bonus, packing, price, and product durability.

Marketing strategy arrangement in this research is performed using SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, Threats*) analysis. SWOT analysis is a tool to identify various factors systematically in order to arrange a marketing strategy of a company, that this SWOT analysis will determine factors of strength, weakness, opportunity, and threats from the chicken industry if Yogya Chicken being used to determine appropriate marketing strategy. Strength analysis of Yogya Chicken is viewed from image of the company, product quality, relationship of supervisor and supervised, product price, *counter* location, counter range, employees, and service. Another, the weakness of Yogya Chicken is viewed from the ability in providing products, product distribution channel, number of counters, management, promotion, and working environment. Analysis on opportunity for Yogya Chicken is viewed from people population, target of consumers, holidays, special order, local government attitude, and technology for producing. Moreover, the threat is viewed from monetary condition, price of basic material, consumer purchasing power, consumer sensitivity towards price, counterfeit product, competitors, new comers, counter renting price, and condition of production partners. Based on the analyses, it finds 15 ways to broaden the market of Yogya Chicken.

Key words: Fried Chicken Industry “Yogya Chicken”, SWOT Analysis, Marketing Strategy, Consumer Satisfaction.

¹ Student of Agriculture Industry Program in Gadjah Mada University

² Lecturer of Agriculture Industry Program in Gadjah Mada University