

INTISARI

Franchise (UKM) Usaha Kecil Menengah pada industri makanan merupakan salah satu usaha yang menjanjikan, terutama di Indonesia. Selain karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia, juga memiliki pertumbuhan yang positif dan mengalami pertumbuhan yang berkisar antara 7% hingga 8%. Salah satu *franchise* makanan yang sukses di dunia maupun di Indonesia adalah *franchise fried chicken* seperti KFC dan McD yang sudah ada sejak tahun 1979 serta memiliki lebih dari 800 *outlet* di Indonesia. Melihat adanya tren positif pada industri ini membuat beberapa perusahaan mulai menciptakan merek *franchise fried chicken* seperti *franchise* SOGIL dan BFC. Kedua *franchise* ini memiliki strategi khusus untuk bersaing pada industrinya, sehingga mereka mampu mendominasi pasar pada suatu wilayah tertentu, dimana *franchise* BFC yang mendominasi pasar Tangerang Selatan dan *franchise* SOGIL mendominasi pasar Kota Tangerang. Setelah melakukan analisis strategi usaha yang dilakukan oleh kedua *franchise* maka dapat disimpulkan bahwa *franchise* BFC memiliki keunggulan pada *cost advantage* karena *franchise* BFC melakukan integrasi vertikal pada proses produksi ayam mentah. dan memiliki pelayanan yang baik terhadap mitra BFC. *Franchise* SOGIL memiliki keunggulan pada produk diferensiasi, karena pada industri *franchise fried chicken* yang berada di wilayah Kota Tangerang dan Tangerang Selatan hanya *franchise* SOGIL yang menawarkan produk *fried chicken* dengan ukuran jumbo

Kata Kunci: *Franchise fried chicken*, UKM, *franchise* BFC, *franchise* SOGIL, Kota Tangerang dan Tangerang Selatan

ABSTRACT

Franchise (UKM) Small and Medium Enterprises in the food industry is one of the promising businesses, especially in Indonesia. Aside from the fact that food is a basic human need, it also has positive growth and experiences growth ranging from 7% to 8%. One of the most successful food franchises in the world and in Indonesia is fried chicken franchises such as KFC and McD which have been around since 1979 and have more than 800 outlets in Indonesia. Seeing a positive trend in this industry made several companies start to create fried chicken franchise brands such as the SOGIL and BFC franchises. Both of these franchises have specific strategies to compete in the industry, so that they are able to dominate the market in a particular area, where the BFC franchise that dominates market of the South Tangerang and the SOGIL franchise dominates market of the Tangerang City. After analyzing the business strategies carried out by the two franchises, it can be concluded that the BFC franchise has the advantage of cost advantage because the BFC franchise performs vertical integration in the raw chicken production process and has good services to BFC partners. Franchise SOGIL has advantages in differentiation products, because in the fried chicken franchise industry in the Tangerang City and South Tangerang, only the SOGIL franchise offers jumbo fried chicken products.

Keywords: Fried chicken franchise, UKM, BFC franchise, SOGIL franchise, Tangerang City and South Tangerang