

## ABSTRAK

### **Kajian Strategi Bisnis dengan pendekatan konsep McDonaldisasi (studi kasus Kebab Turki Baba Rafi)**

**Muhammad Rahadian Syarif Hasan**

16/402396/PEK/21931

Kebab Turki Baba Rafi (KTBR) yang merupakan salah satu produk unggulan dari perusahaan PT Baba Rafi Indonesia dan diinisiasi oleh kedua penemu yaitu Hendy Setiono dan Nilam Sari. Produk tersebut merupakan produk yang menyasar pengusaha maupun pengusaha pemula dengan basis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan perusahaan yang makin meningkat dengan terus melonjaknya pembelian waralaba KTBR sehingga sekarang tidak hanya dikenal pada tingkat nasional, bahkan sudah masuk ke dunia internasional. Para penemu mengawali usahanya dengan hanya membuka dua hingga empat kios. Dari sana mereka tidak hanya belajar bahkan proses jatuh bangun terjadi pada awalnya. Seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan pelaku UMKM di Indonesia semakin meningkat, perusahaan memiliki peluang yang tinggi untuk dapat memasarkan produknya. Namun, kompetisi dalam bisnis sejenis semakin ketat, perusahaan dituntut untuk lebih unggul dari pesaing agar dapat meraih pasar tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi bisnis Kebab Turki Baba Rafi dalam meraih pasar baru, dan disamping hal tersebut, penelitian juga menjelaskan hal-hal apa saja yang dapat memengaruhi bisnis perusahaan. Adapun, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Strategi Mcdonaldisasi KTBR dimulai dengan melakukan analisis lingkungan eksternal, sejalan dengan itu dilakukan analisis lingkungan internal dengan menggunakan model SOAR. Dari hasil analisis dan evaluasi akan menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi yang tepat dengan menggunakan konsep Mcdonaldisasi dan Intensi Strategis (*strategic intent*).

**Kata kunci:** Kebab Turki Baba Rafi, Usaha Kecil dan Menengah, SOAR, Mcdonaldisasi, *Strategic Intent*.

## **ABSTRACT**

### ***Business Strategy Study with the McDonaldization concept approach (case of Kebab Turki Baba Rafi)***

**Muhammad Rahadian Syarif Hasan**

16/402396/PEK/21931

*Kebab Turki Baba Rafi (KTBR) which is one of the superior products from the company called PT Baba Rafi Indonesia and was initiated by the two founders Hendy Setiono and Nilam Sari. The product targets all entrepreneurs on the basis of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME).*

*As time went on, the company's growth continued to increase with the growth on its purchase of KTBR Franchise product so that now it is not only known at the national level, it has even entered the international scale. The founders started their business by only opening two to four stalls. From there they not only learned that even the trial error process occurred in the initial process. Over time, the growth of MSMEs in Indonesia has increased, so companies have a high chance of being able to market their products. However, competition in similar businesses is getting tougher, so company are required to be superior to competitors in order to reach the market.*

*Therefore, this study aims to evaluate the competing strategies of Kebab Turki Baba Rafi in reaching new markets, and besides this, research also explains what things can affect the company's business. Meanwhile, the method used in for this study is descriptive with a qualitative approach.*

*The Mcdonaldization strategy at KTBR began by analyzing the external environment, along with the internal environment analysis using the SOAR model. From the results of analysis and evaluation will be input and consideration for companies in implementing Mcdonaldization through Strategic Intent.*

**Keyword:** *Kebab Turki Baba Rafi, Micro, Small Medium Enterprise, SOAR, Mcdonaldization, Strategic Intent.*