

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN  
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DI RESTORAN AYAM  
PANGGANG X DEPOK**



**MELLISA MAGDALENA YUDHA**

**NIM: 1805421001**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2022**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## ABSTRAK

MELLISA MAGDALENA YUDHA. Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *BUSINESS MODEL CANVAS* di Restoran Ayam Panggang X Depok. Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis, merumuskan alternatif strategi, menentukan prioritas alternatif strategi, dan merancang model bisnis baru dengan pendekatan *Business Model Canvas*. Penelitian ini dilakukan pada Restoran Ayam Panggang X di Depok menggunakan metode penelitian model Eksploratoris Sekuensial, di mana penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif sebagai metode yang utama dan kuantitatif sebagai metode pelengkap. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner, dan triangulasi. Metode yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) untuk menggambarkan model bisnis saat ini, Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk merumuskan alternatif strategi, dan Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas alternatif strategi sehingga dapat dirancang *Business Model Canvas* yang baru. Berdasarkan hasil Analisis SWOT, terumuskan delapan alternatif strategi antara lain 1) Fokus dan kembangkan *Value* sebagai *fnb tech*, 2) Melakukan riset pada pasar *digital* secara berkesinambungan, 3) Melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran agar lebih terfokus, 4) Memperluas relasi bisnis, 5) Membuat promosi yang lebih menarik, 6) Menambah karyawan baru supaya aktivitas operasional dan manajerial dapat bersinergi dengan baik, 7) Meningkatkan alokasi biaya pemasaran, 8) Membuat peraturan yang lebih tegas bagi karyawan yang melanggar SOP. Berdasarkan hasil perhitungan Matriks QSPM strategi melakukan riset pada pasar *digital* secara berkesinambungan memiliki nilai tertinggi untuk diprioritaskan dengan nilai 13,87.

**Kata Kunci:** *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, Matriks QSPM



## ABSTRACT

MELLISA MAGDALENA YUDHA. *Analysis of Business Development Strategies with BUSINESS MODEL CANVAS Approach on Roast Chicken Restaurant X in Depok. Department of Business Administration. State Polytechnic of Jakarta. 2022.*

*The purpose of this research is to analyze the business model, formulate alternative strategies, determine the priority of alternative strategies, and design a new business model using the Business Model Canvas approach. This research was conducted at Roast Chicken Restaurant X in Depok using a sequential exploratory model research method, where this study used qualitative research as the main method and quantitative as a complementary method. Data collection techniques used are through interviews, observation, documentation, questionnaires, and triangulation. The method used is the Business Model Canvas (BMC) to describe the current business model, Analysis of Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT) to formulate alternative strategies, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to determine the priority of alternative strategies so that a new Business Model Canvas can be designed. Based on the SWOT analysis results, eight alternative strategies were created including 1) Focus and develop Value as a food and beverage tech, 2) Conduct ongoing research on the digital market, 3) Reevaluate marketing strategies to be more focused, 4) Expanding business relationships, 5) Creating more attractive promotions, 6) Hiring new employees, 7) Increase the allocation of marketing costs to increase sales, 8) Stricter regulations for employees who violate procedures. According to the QSPM Matrix calculation results, conducting ongoing research on the digital market to identify opportunities is the strategy with the highest value to be prioritized, with a score of 13.87.*

**Keyword:** *Business Model Canvas, SWOT Analysis, QSPM Matrix*

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Nama : Mellisa Magdalena Yudha  
NIM : 1805421001  
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan  
Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan  
*BUSINESS MODEL CANVAS* di Restoran Ayam Panggang  
X Depok

Depok, 23 Agustus 2022

Pembimbing I

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si  
NIP 196501311989032001

Pembimbing II

Erlyn Rosalina, S.Hum., MPd  
NIP 198711122019032011

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si  
NIP 196501311989032001

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Mellisa Magdalena Yudha  
NIM : 1805421001  
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan  
Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan  
*BUSINESS MODEL CANVAS* di Restoran Ayam Panggang  
X Depok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 18 Agustus 2022  
Waktu : 11.30–12.30 WIB

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**  
**TIM PENGUJI**

Ketua Sidang : Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si  
NIP 196501311989032001

Penguji 1 : Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd  
NIP 19620912198832003

Penguji 2 : Endah Wartiningsih, S.E., M.M  
NIP 196410191989032001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok 23 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



Mellisa Magdalena Yudha  
1805421001



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karuniaNya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Karya ilmiah ini disusun berdasarkan data-data yang peneliti peroleh selama peneliti melakukan observasi pada Restoran Ayam Panggang X Depok sejak awal tahun 2022. Judul penelitian ini adalah “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *BUSINESS MODEL CANVAS* di Restoran Ayam Panggang X Depok”.

Peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dan membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dr. sc. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta dan dosen pembimbing satu yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan hingga penelitian ini dapat dilakukan dengan baik.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Erlyn Rosalina S.Hum., M.Pd, selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan penelitian ini hingga terselesaikannya penelitian ini.
5. Bapak RA selaku Manajer dari Restoran Ayam Panggang X Depok yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk menjadikan Restoran Ayam Panggang X Depok sebagai objek penelitian sehingga penelitian karya ilmiah ini dapat dilakukan dengan baik.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendo’akan, memberikan semangat yang begitu besar dan selalu memberikan kasih sayang yang tiada hentinya kepada peneliti.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Teman-teman program studi Administrasi Bisnis Terapan angkatan 2018 yang senantiasa saling mendukung dan memberikan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi bagi peneliti dalam membuat karya tulis ilmiah selanjutnya.

Depok, 24 Mei 2022

Peneliti

Mellisa Magdalena Yudha  
NIM. 1805421001

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 Kerangka Teori .....	9
2.2.1 Manajemen Strategi.....	9
2.2.2 Pengembangan Bisnis.....	11
2.2.3 Strategi Pengembangan Bisnis .....	12
2.2.4 Business Model Canvas.....	14
2.2.5 Analisis SWOT.....	25
2.2.6 Matriks QSPM.....	28
2.2 Hasil Penelitian atau Jurnal Relevan .....	29
2.3 Deskripsi Konseptual.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian .....	37
3.2.1 Informan Penelitian .....	38
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.2.3 Teknik Pengolahan Data.....	48



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.4 Teknik Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Restoran Ayam Panggang X.....	52
4.2 Struktur Organisasi .....	56
4.3 <i>Business Model Canvas</i> Restoran Ayam Panggang X ( <i>Existing</i> ).....	57
4.3.1 <i>Customer Segments</i> .....	58
4.3.2 <i>Value Proposition</i> .....	62
4.3.3 <i>Channels</i> .....	63
4.3.4 <i>Customer Relationships</i> .....	66
4.3.5 <i>Revenue Streams</i> .....	68
4.3.6 <i>Key Resources</i> .....	69
4.3.7 <i>Key Activities</i> .....	72
4.3.8 <i>Key Partnerships</i> .....	76
4.3.9 <i>Cost Structure</i> .....	77
4.5 Analisis SWOT pada Elemen <i>Business Model Canvas</i> .....	79
4.5.1 Perumusan Alternatif Strategi.....	100
4.6 Penentuan Prioritas Alternatif Strategi .....	111
4.7 Gambaran <i>Business Model Canvas</i> Restoran Ayam Panggang X Baru.....	112
<b>BAB V .....</b>	<b>115</b>
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran .....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN .....	123



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan Terdahulu .....	29
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	31
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	35
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data Pengumpulan .....	39
Tabel 3.3 Panduan Wawancara .....	41
Tabel 3.4 Evaluasi SWOT pada Elemen BMC .....	49
Tabel 4.1 Daftar Produk Healthy Food Restoran Ayam Panggang X .....	53
Tabel 4.2 Peralatan Investaris Restoran Ayam Panggang X .....	69
Tabel 4.3 Daftar Karyawan Operasional Restoran Ayam Panggang X .....	70
Tabel 4.4 Daftar Supplier Restoran Ayam Panggang X .....	76
Tabel 4.5 Pengeluaran Restoran Ayam Panggang X 2021 .....	77
Tabel 4.6 Analisis SWOT pada Elemen BMC .....	79
Tabel 4.7 Program Promosi Restoran Ayam Panggang X .....	90
Tabel 4.8 Perumusan Alternatif Strategi dengan Matriks SWOT .....	100
Tabel 4.9 Matriks QSPM .....	110

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, Q2 2010 – Q2 2021 (Per Kuartal) .....	2
Gambar 2.1 Business Model Canvas .....	15
Gambar 2.2 Matriks SWOT .....	26
Gambar 2.3 Matriks QSPM .....	28
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 3.1 Model Eksploratoris Sekuensial .....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Restoran Ayam Panggang X .....	55
Gambar 4.2 Business Model Canvas Restoran Ayam Panggang X .....	57
Gambar 4.3 Jangkauan Pelanggan Restoran Ayam Panggang X .....	59
Gambar 4.4 Tampilan Merchant Restoran Ayam Panggang X .....	63
Gambar 4.5 Pengeluaran Biaya oleh Generasi Z .....	82
Gambar 4.6 Feeds Instagram Restoran Ayam Panggang X .....	85
Gambar 4.7 Menu Double Carbo Restoran Ayam Panggang X .....	86
Gambar 4.8 Contoh Promosi Menu Restoran Ayam Panggang X .....	89
Gambar 4.9 Grafik Penurunan Kasus Covid Indonesia 2022 .....	92
Gambar 4.10 Ulasan Konsumen pada Aplikasi OFD .....	95
Gambar 4.11 Harga Pasar Ruko 3 Lantai di Kota Depok .....	98
Gambar 4.12 Business Model Canvas Restoran Ayam Panggang X Baru .....	112



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pola konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman mengalami perubahan sejak pandemi COVID-19 yang terjadi tahun 2019 silam hingga pada saat ini. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini disebabkan karena diterapkannya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat atau dikenal dengan sebutan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Kebijakan PPKM membatasi setiap aktivitas dan mobilitas masyarakat sehingga merubah pola konsumsi masyarakat dalam berbagai aspek. Salah satunya adalah perilaku konsumsi masyarakat terhadap produk makanan dan minuman. Apabila masyarakat tadinya terbiasa pergi membeli makanan atau *dine in* secara langsung di restoran pilihannya, kini mereka diharuskan sedapat mungkin memesan makanan secara online atau *take away* melalui aplikasi penyedia layanan pesan-antar makan atau *online food delivery*. Penggunaan aplikasi *online delivery* ini menjadi tren dalam pola konsumsi masyarakat dalam membeli makanan dan minuman karena aktivitas pembelian dan pemesanan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat secara daring. Adanya aplikasi *online delivery* ini memudahkan masyarakat untuk tidak perlu repot-repot pergi membeli makanan ke restoran, melainkan hanya perlu menunggu makanan diantar ke rumah.

Kehadiran aplikasi layanan *online food delivery* ini juga menjadi angin segar bagi para pelaku usaha kuliner makanan dan minuman di Indonesia. Usaha-usaha kuliner baik yang sudah sejak lama berdiri maupun yang masih baru dirintis tidak perlu khawatir lagi akan mengalami penurunan penjualan atau kehilangan pelanggan karena mereka masih dapat menjangkau pelanggan mereka melalui aplikasi layanan pesan-antar *online* ini. Aplikasi-aplikasi penyedia layanan pesan-antar *online* juga sangat membantu usaha kuliner makanan dan minuman untuk

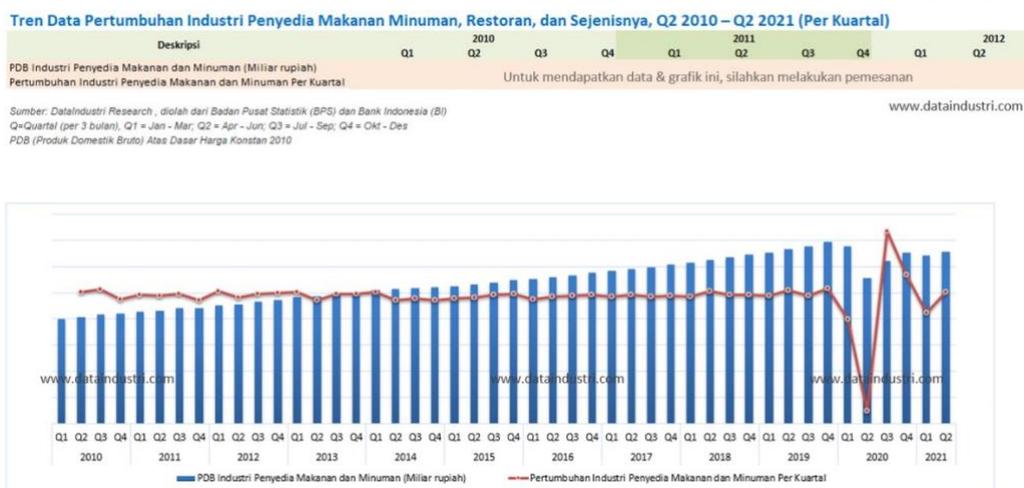


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tetap mempertahankan penjualan mereka sehingga mereka dapat bertahan atau bahkan berkembang meskipun di kondisi pandemi saat ini. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan data menurut Kementerian Perindustrian yang mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015–2020 rata-rata tumbuh sebanyak 8,16%. Nilai pertumbuhan industri makanan dan minuman ini berada di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas yang sebesar 4,69%. Meskipun di tengah dampak pandemi, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020 (www.Kemenperin.go.id).



**Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, Q2 2010 – Q2 2021 (Per Kuartal)**

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Berdasarkan data dari gambar 1.1, pada kuartal II/2021, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan 2,95% secara *year-on-year*, naik dari 2,45% pada triwulan sebelumnya. Sementara itu, secara *quarter-to-quarter* industri ini tumbuh sebanyak 2,37%. Pertumbuhan industri makanan dan minuman juga dinyatakan memberikan kontribusi mencapai USD19,58 miliar atau naik 42,59% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya yang tercatat senilai USD13,73 miliar. Selain itu, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

(Gapmmi) memprediksikan pertumbuhan industri makanan akan meningkat sebesar 5% hingga 7% di tahun 2022 ini (www.idxchannel.com). Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor usaha makanan dan minuman memiliki peran penting dalam memasok kebutuhan pangan masyarakat selama masa pandemi dan juga memegang peran sebagai kontributor terbesar terhadap sektor industri pengolahan nonmigas. Data di atas menunjukkan meskipun adanya situasi pandemi, pertumbuhan industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan. Salah satu restoran yang termasuk dalam industri makanan dan minuman yang masih eksis saat ini adalah Restoran Ayam Panggang X.

Restoran Ayam Panggang X adalah salah satu restoran *fast food* yang berlokasi di Jl. H. Yusuf Raya, Kota Depok. Roatkuy telah berdiri sejak tahun 2019, di bawah naungan perusahaan *holding*. Restoran Ayam Panggang X memiliki slogan “*Chicken Specialty*”, di mana Restoran Ayam Panggang X menyajikan menu olahan ayam khas barat yang mengusung konsep *healthy food* karena cara pengolahan ayam yang sehat, yaitu ayam segar dipanggang dengan berbagai bumbu dan rempah. Selain di Depok, saat ini Restoran Ayam Panggang X sudah memiliki satu cabang di kota Bogor bernama Restoran Ayam Panggang X Express, dan berencana untuk melakukan pengembangan usaha di kota lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan R selaku Manager Restoran Ayam Panggang X pada tanggal 25 Maret 2022, Restoran Ayam Panggang X memiliki rencana untuk membuka sepuluh outlet cabang baru di luar kota, di mana tujuh diantaranya direncanakan akan mengusung konsep bisnis baru yaitu Café, serta akan menjadi bisnis perseorangan tanpa di bawah naungan dari perusahaan *holding*. Menurutnya, rencana ini dicetuskan karena adanya beberapa hambatan yang terjadi dalam aktivitas bisnis Restoran Ayam Panggang X yakni tidak berjalannya strategi pengembangan usaha karena bergantung pada ekosistem bisnis perusahaan *holding*. Bertambahnya cabang usaha Restoran Ayam Panggang X hanya bergantung pada lokasi di mana perusahaan *holding* membangun proyek perumahan, sehingga beresiko tidak sesuainya strategi pemasaran Restoran Ayam Panggang X dengan kondisi geografis, demografis, dan persaingan yang ada di lokasi tersebut. Permasalahan lainnya adalah selama beroperasi, Restoran Ayam Panggang X

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

belum melakukan pembaruan dari model bisnis yang ada dan belum memiliki rencana untuk membuat model bisnis baru untuk outlet cabang yang sudah direncanakan. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan pengkajian ulang terkait dengan kebijakan dan strategi bisnis Restoran Ayam Panggang X agar mampu menciptakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan bisnis kuliner yang kompetitif.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi baru yang efektif adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Osterwalder dan Pigneur dalam Setyorini dan Rey (2017:71) menjelaskan:

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan strategi dalam pengembangan bisnis yang memuat sembilan elemen yang membahas tentang bagaimana menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis pada suatu perusahaan

Dengan demikian, konsep model bisnis kanvas adalah konsep yang dapat menjadi metode umum, yang memungkinkan model bisnis dideskripsikan dan dimanipulasi untuk menciptakan pilihan kebijakan strategis baru. Model bisnis kanvas memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi baru dan memberikan validasi terhadap berbagai aspek penting dalam perusahaan.

Penelitian terkait dilakukan oleh Hartatik dan Baroto pada tahun 2017 dari Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode *Business Model Canvas*, membahas tentang perumusan strategi dengan BMC yang dibantu dengan menggunakan *Analytical Hirarchy Process* (AHP) menghasilkan sepuluh alternatif strategi untuk meningkatkan pemasaran produk. Penelitian lainnya dilakukan oleh Putra dan Prabawani pada tahun 2021 dari Universitas Diponegoro dengan judul Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*, menghasilkan rancangan model pengembangan bisnis baru yang berfokus pada elemen *key activities* dengan menciptakan kegiatan edukasi bagi para *supplier*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Business Model Canvas* dapat membantu secara efektif dalam merencanakan strategi bisnis



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang baru untuk mengembangkan bisnis sehingga menjadi dasar dalam pemilihan metode ini.

Penelitian ini akan fokus pada strategi pengembangan usaha dengan melakukan evaluasi atas model bisnis yang sedang dijalankan serta merancang model bisnis yang tepat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Pada proses penelitian ini, BMC dibantu dengan analisis SWOT untuk melengkapi proses perencanaan strategis dalam menciptakan alternatif strategi yang dapat diterapkan serta konsep bisnis yang lebih matang. Analisis SWOT bertujuan untuk membantu mengembangkan pemahaman komprehensif tentang semua faktor yang mempengaruhi perencanaan strategis dan pengambilan keputusan pada perusahaan (Bilung, 2016:119). Setelah alternatif strategi telah diidentifikasi melalui analisis SWOT, selanjutnya digunakan metode QSPM untuk menentukan alternatif strategi mana yang hendak diprioritaskan dan diterapkan oleh Restoran Ayam Panggang X Depok.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *Business Model Canvas* di Restoran Ayam Panggang X Depok”**

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman yang pesat dapat menciptakan persaingan yang sangat kompetitif antar perusahaan.
- b. Restoran Ayam Panggang X memiliki hambatan dalam strategi pengembangan bisnis yaitu terlalu bergantung pada ekosistem bisnis perusahaan *holding*.
- c. Restoran Ayam Panggang X mencetuskan rencana untuk membuka sebanyak 7 outlet dengan model bisnis baru serta mengubah bentuk badan usahanya menjadi usaha perseorangan.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- d. Selama tiga tahun beroperasi, Restoran Ayam Panggang X belum melakukan pembaruan terhadap model bisnis yang ada saat ini dan belum memiliki rencana untuk membuat model bisnis baru.
- e. Sebagai bisnis makanan dan minuman yang memiliki persaingan kompetitif, Restoran Ayam Panggang X perlu melakukan inovasi secara berkesinambungan untuk menciptakan strategi baru dalam mengembangkan bisnisnya.
- f. Strategi pengembangan bisnis dapat dirumuskan dengan metode *Business Model Canvas*, analisis SWOT, dan matriks QSPM.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti paparkan sebelumnya, penelitian ini fokus pada gambaran model usaha Restoran Ayam Panggang X dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). BMC menunjukkan gambaran model bisnis dalam satu lembar kanvas berisi peta sembilan elemen yang mencakup *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*. Setelah mendapatkan data melalui BMC, penelitian ini menggunakan metode SWOT untuk mengevaluasi serta merumuskan strategi alternatif dari masing-masing elemen dalam BMC yang akan digunakan Restoran Ayam Panggang X pada tahap pengambilan keputusan, sehingga menghasilkan rekomendasi yang tepat dalam penetapan strategi alternatif oleh perusahaan. Analisis SWOT digunakan sebagai pelengkap BMC dalam menilai masing-masing elemen dan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menciptakan usulan pengembangan usaha yang sesuai dengan prioritas kebutuhan strategi perusahaan, serta merancang model bisnis yang baru untuk outlet cabang di masa yang akan datang.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran model usaha Restoran Ayam Panggang X saat ini apabila ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
- b. Bagaimana strategi alternatif dalam pengembangan usaha makanan dan minuman yang sesuai dengan Restoran Ayam Panggang X melalui analisis SWOT pada setiap elemen *Business Model Canvas*?
- c. Apa strategi alternatif prioritas utama yang dapat diterapkan oleh Restoran Ayam Panggang X berdasarkan matriks QSPM?
- d. Bagaimana rancangan model pengembangan bisnis Restoran Ayam Panggang X yang baru menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis gambaran model usaha Restoran Ayam Panggang X dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
- b. Untuk menganalisis strategi alternatif dalam pengembangan usaha yang sesuai dengan Restoran Ayam Panggang X melalui analisis SWOT pada setiap elemen BMC.
- c. Untuk menganalisis strategi alternatif prioritas utama yang dapat diterapkan oleh Restoran Ayam Panggang X berdasarkan matriks QSPM.
- d. Untuk merancang model pengembangan bisnis Restoran Ayam Panggang X yang baru menggunakan pendekatan BMC.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai BMC sebagai salah satu strategi pengembangan usaha dengan teori-teori Manajemen Strategi yang didapatkan oleh peneliti selama perkuliahan.

#### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi perusahaan, penelitian ini sebagai pedoman dalam pemetaan bisnis dan informasi serta masukan yang bermanfaat untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan strategi bisnis perusahaan dalam rangka perbaikan dari aspek internal perusahaan.
- 2) Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang lebih dalam lagi serta menambah wawasan mengenai BMC.
- 3) Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan mengenai pengembangan bisnis dengan pendekatan BMC.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *Business Model Canvas* di Restoran Ayam Panggang X Depok” menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* merupakan salah satu metode yang efektif sebagai dasar dalam perumusan alternatif strategi serta penentuan strategi baru perusahaan. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yang dijabarkan dalam beberapa poin berikut:

- a. Model bisnis Restoran Ayam Panggang X saat ini dapat digambarkan dalam *Business Model Canvas* yang meliputi:
  - 1) *Customer Segments*: masyarakat yang memiliki gaya hidup sehat, kelas ekonomi menengah atas, generasi milenial, dan kelompok konsumen keluarga.
  - 2) *Value Propositions*: menawarkan ayam panggang dengan bumbu rempah yang berciri khas dan varian saus dengan cita rasa unik, konsep bisnis yang ramah bagi para pelanggan yang ingin meluangkan waktu bersama keluarga, mengedepankan kualitas produk dengan menggunakan bahan-bahan kualitas baik, dan memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan pelayanan.
  - 3) *Channels*: *platform online* yang meliputi Instagram, Tiktok, dan aplikasi *online food delivery*. Alat *marketing offline* yang meliputi *banner*, *neon box*, brosur, dan pamflet serta program referensi untuk karyawan.
  - 4) *Customer Relationships*: memberikan pelayanan prima, *contact person* pada akun Instagram, kolom *review* pada aplikasi *online delivery*, dan *campaign* promosi dan diskon.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- 5) *Revenue Streams*: penjualan makanan dan minuman, Love Monday with Restoran Ayam Panggang X, dan *catering event*.
  - 6) *Key Resources*: aset fisik meliputi gedung, perlengkapan dapur, dan peralatan operasional. Aset intelektual yang meliputi *brand*, SOP, dan sistem IT. Aset SDM yang meliputi tim manajemen dan operasional.
  - 7) *Key Activities*: riset strategi pemasaran, menciptakan inovasi produk, *research and development*, pengadaan bahan baku, produksi makanan dan minuman, aktivitas penjualan.
  - 8) *Key Partners*: PT JAPFA Comfeed, PT. Sukanda Djaya, penjual sayuran dan buah, penjual bumbu dapur, penjual kentang, penjual beras, vendor gelas, box, dan plastik.
  - 9) *Cost Structure*: *Fixed cost* yang meliputi gaji pegawai, sewa kantor, biaya listrik, dan depresiasi. *Variable cost* yang meliputi biaya bahan baku dan biaya *marketing*.
- b. Hasil analisis SWOT pada masing-masing elemen BMC menghasilkan delapan alternatif strategi yaitu fokus dan kembangkan *Value* sebagai *fnb tech* dibandingkan sebagai *brand healthy food*, melakukan riset pada pasar *digital* secara berkesinambungan untuk mengidentifikasi peluang-peluang yang ada, melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran agar STP lebih terfokus, memperluas relasi bisnis bekerjasama dengan perusahaan jasa seperti EO dan WO, membuat promosi yang lebih menarik yang didasarkan pada riset pelanggan, menambah karyawan baru supaya aktivitas operasional dan manajerial dapat bersinergi dengan baik, meningkatkan alokasi biaya pemasaran untuk meningkatkan penjualan, dan membuat peraturan yang lebih tegas bagi karyawan yang melanggar SOP.
- c. Berdasarkan hasil QSPM, alternatif prioritas yang mendapatkan bobot penilaian paling tinggi yaitu melakukan riset pasar secara berkesinambungan untuk mengidentifikasi peluang yang ada dengan nilai sum TAS sebesar 13,87.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

d. Berdasarkan hasil analisis SWOT sebelumnya, maka dirancang *Business Model Canvas* yang baru, yaitu terdapat penambahan pada elemen-elemen berikut:

- 1) Pada *Customer Segments*, Restoran Ayam Panggang X disarankan untuk fokus pada segmen konsumen dari generasi Z dan Milenial.
- 2) Pada *Value Propositions*, Restoran Ayam Panggang X disarankan untuk menonjolkan *Value* nya sebagai *fnb tech*.
- 3) Pada *Channels*, terdapat penambahan yaitu Restoran Ayam Panggang X dapat melakukan riset untuk bekerjasama dengan *Platform* Kulina.
- 4) Pada *Customer Relationships*, terdapat penambahan yaitu memberikan diskon yang lebih besar dan membuat program *giveaway*.
- 5) Pada *Revenue Streams*, Restoran Ayam Panggang X dapat menambah saluran pendapat baru yaitu *catering* untuk acara seminar, pelatihan, rapat, pernikahan, atau konsumsi karyawan dari perusahaan.
- 6) Pada *Key Resources*, Restoran Ayam Panggang X perlu menambah karyawan pada level manajemen yaitu *Business Development Specialist*.
- 7) Pada *Key Activities*, terdapat penambahan yaitu aktivitas riset untuk pengembangan bisnis.
- 8) Pada *Key Partners*, Restoran Ayam Panggang X dapat membangun hubungan kerjasama dengan *Event Organizer*, *Wedding Organizer*, dan perusahaan yang menyediakan konsumsi bagi para karyawannya.
- 9) Pada *Cost Structure*, diperlukan peningkatan biaya *marketing* untuk promosi dan mengalokasikan biaya untuk *influencer endorsement* dan media partner.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan maka penulis bermaksud memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

- 1) Restoran Ayam Panggang X perlu memperbaiki model bisnis yang sedang dijalankan saat ini dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memperbaiki kekurangan yang dimiliki sehingga bisnis yang dijalankan dapat terus berkembang dan mengetahui susunan target yang harus dicapai melalui model bisnis yang dimiliki. *Business Model Canvas* baru pada hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk perbaikan model bisnis dan pembuatan strategi baru yang dapat diterapkan perusahaan pada masa yang akan datang.

- 2) Perusahaan perlu mempertimbangkan untuk fokus pada segmentasi pasar yang dituju agar dapat memahami kebutuhan para pelanggan sehingga pelaksanaan strategi pemasaran dapat berjalan dengan baik.
- 3) Perusahaan perlu menambah karyawan baru khususnya pada level manajemen agar karyawan tidak mendapat beban kerja yang berlebih dalam mengelola aktivitas bisnis sehari-hari Restoran Ayam Panggang X.
- 4) Saran untuk penelitian selanjutnya, perlu untuk mengevaluasi model bisnis terutama dengan pendekatan *Business Model Canvas* ini dengan melihat dari perspektif pelanggan, baik pelanggan baru maupun pelanggan yang sudah lama membeli sehingga didapatkan pandangan yang baru dalam perumusan strategi dan untuk perbaikan model bisnis selanjutnya. Selain itu, perlu dilakukan analisis pesaing untuk mengidentifikasi peluang serta ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmad, AC, ST, M. 2020. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. 2013. *Strategic Management*. United States: Person Education
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. 2013. *Essentials of strategic management*. Pearson.
- Kotler, P., dan Amstrong, G, M. 2017. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2012. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A dan Pigneur, Y. 2013. *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challengers*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Samsu. 2017. *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. PUSAKA Jambi, Jambi.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tim PPM Manajemen. 2012. *Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia*. Jakarta: PPM
- Yunus, E. 2016. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Yusuf, A Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Jurnal:

Bilung, S. 2016. *Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor honda pada CV Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. *Ejurnal Administrasi Bisnis*, 116-127.

Hartatik, ., & Baroto, T. 2017. *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas*. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113.

Putra, I. P., & Prabawani, B. 2021. *Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Dan Blue Ocean Strategy (BOS)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 952–964.

Setyorini, R., & Rey, R. O. 2017. *Analisis Model Bisnis pada Eighteen Nineteen Laundry dengan Pendekatan Business Model Canvas*. *Journal of Secretary and Business Administration*, 1(1), 70.

Indrawati, R. 2019. *Strategi Pengembangan Usaha Konveksi Ud. Al-Wasiilah, Ud. an-Darik, Dan Ud-Alladin Moslem Wear Dengan Pendekatan Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*. Skripsi, 18–52

Irawan, Muhammad Rizal Nur. 2014. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Tabungan Harmoni Plus Pada BPR Nusamba Brondong Kantor Kas Lamongan*. *Jurnal EKBIS: Analisis, Prediksi, dan Informasi* Vol. XI No. 519-576 Hal. 525-531 ISSN 1979-746X. Lamongan: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan

Malini, H. (2021). *Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi*. *Prosiding Seminar Nasional SATIESP, 2020*, 978–602.

Nur'aini, Fajar. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Quadrant, Jakarta.

Rizky, M. I. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan dengan Metode Quantitative Strategy Planning matrix (QSPM)*.

Subakti. 2014. *Strategi Pengembangan Bisnis. Perancangan Interior Pusat Mitigasi Di Jogja*. 27(1989), 6–23

Yuliantoko. 2021. *PERKEMBANGAN USAHA ( Studi Empiris UMKM di Kecamatan Kaliangkrik dan Bandongan )*. SKRIPSI. 1–57

Henri. (2018). *Analisis Pencegahan Perkawinan Usia Dini*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4, 38–43.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Website:

[https://www.olx.co.id/depok-kota\\_g4000024/properti-disewakan-bangunan-komersil\\_c5156/q-sewa-ruko-3-lantai](https://www.olx.co.id/depok-kota_g4000024/properti-disewakan-bangunan-komersil_c5156/q-sewa-ruko-3-lantai). “Properti Disewakan: Sewa Ruko 3 Lantai” diakses pada 20 Juli 2022

IDX Channel. 2022. “Industri Mamin Diprediksi Tumbuh hingga 7 Persen di 2022.” (<https://www.idxchannel.com/economics/industri-mamin-diprediksi-tumbuh-hingga-7-persen-di-2022> diakses 25 Maret 2022)

Kemenperin. 2021. “Industri Makanan dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital.” (<https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan-Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital#:~:text=Di%20tengah%20dampak%20pandemi%2C%20sepanjang,%2C58%25%20pada%20tahun%202020> diakses 25 Maret 2022)

Github. 2021. “COVID-19 Data Repository by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at John Hopkins University” (<https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19SEGISandData/COVID-19> diakses 20 Juli 2022)

Nielsen. 2015. “Rekomendasi Word of Mouth Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya Oleh Konsumen Asia Tenggara” (<https://www.nielsen.com/news-center/2015/rekomendasi-word-of-mouth-masih-menjadi-iklan-paling-dipercaya-oleh-konsumen-asia-tenggara/> diakses 20 Juli 2022)



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

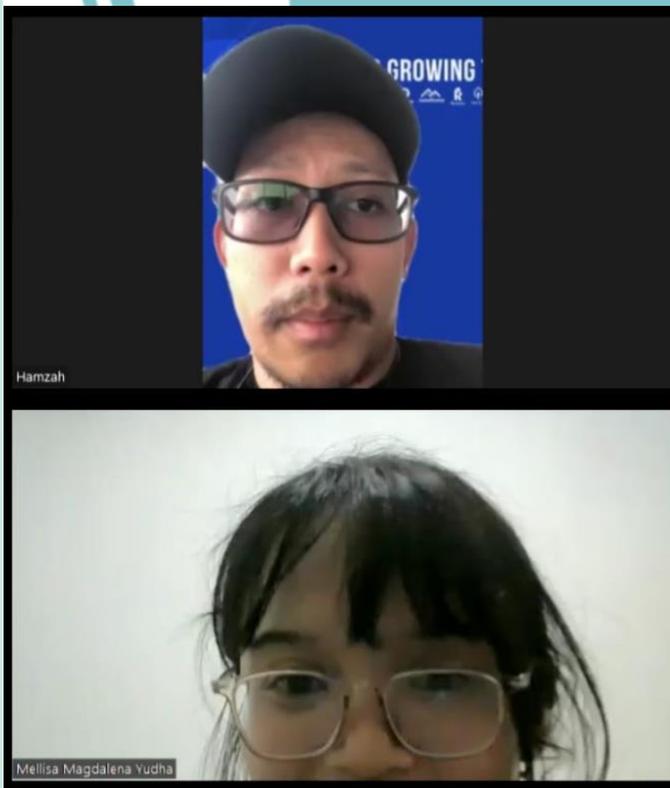
## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 Bukti Wawancara

Wawancara dengan RA pada 24 Juni 2022



Wawancara dengan HS pada 4 Juli 2022





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Manajer

Nama : RA  
Pekerjaan : Manajer Restoran Ayam Panggang X  
Tempat pelaksanaan wawancara : Outlet pusat Restoran Ayam Panggang X

Peneliti : Dapatkah Anda memberikan gambaran secara umum mengenai bisnis Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Oke kalau bicara tentang Restoran Ayam Panggang X kita bicara dari atas saja ya. Restoran Ayam Panggang X itu kan holding nya dari Holding, di mana kita adanya di posisi SBU 3 yang bergerak di bidang non properti. Nah yang bergerak di bidang ini adalah Agrio dan Restoran Ayam Panggang X. Restoran Ayam Panggang X sendiri memang fokus untuk pengolahan bahan jadi atau kita kan bahan utamanya ayam, jadi kita olah di Restoran Ayam Panggang X untuk ke End User dengan pengemasan yang lebih menarik. Kalau di Agrio kita jual ayam versi mentah, nah di Restoran Ayam Panggang X kita jual ayam versi matangnya. Kita memang makanannya sendiri ke arah western gitu ya, selain ayam panggang dengan bumbu rempah ala western ada juga aromatik rice yang kalau dibidang itu bisa dibidang nasi uduknya versi luar negeri lah. Nah kita memang fokusnya ke arah situ. Insha allah kita juga akan berkembang juga seperti fnb fnb yang lain. Ya mungkin mereka sama juga bergerak di bidang yang sama dengan Restoran Ayam Panggang X, tapi kita juga bersaing dengan mereka. Iya, kurang lebih seperti ini gambaran umumnya mengenai Restoran Ayam Panggang X itu sendiri.

Peneliti : Restoran Ayam Panggang X itu memiliki konsep healthy food ya? Mengapa memilih konsep itu?

Bapak R : Oke, karena kebetulannya kita tahu 2 tahun sekarang ini kan orang lagi panik paniknya dengan masalah kesehatan, kebersihan dan sebagainya karena kan kita sibuk dengan pandemi ya dengan virus dan sebagainya. Jadi kita mengambil konsep healthy food itu untuk masuk ke ranah itu. Target kita orang orang yang ingin tetap makan makan enak, tapi mereka nggak perlu khawatir, gak perlu takut dengan lemak dan sebagainya. Mungkin kadang kan orang kalau makan daging takut dia jadi gemuk dan sebagainya. Nah kita pakai konsep healthy food tersebut untuk ke arah situ karena kita kan proses pengolahannya dipanggang ya tanpa menggunakan minyak sehingga lemaknya itu nggak terlalu banyak beda dengan mungkin kayak ayam goreng atau ayam yang lain lainnya.

Peneliti : Bagaimana sejarah awal mula berdirinya Restoran Ayam Panggang X ini?

Bapak R : Jadi kan sebenarnya dulu sebelum ada Restoran Ayam Panggang X itu ada yang namanya X café tahun 2016. X cafe itu sudah berdiri selama kurang lebih berjalan selama 2 tahun sampai akhir tahun 2020. Kemarin itu baru lost karena

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memang pandemi yang tidak memungkinkan untuk kita terus berjalan karena dengan adanya pandemi habit orang jadi beda gitu ya. Biasanya orang nongkrong datang ke coffee shop, makan di tempat dan sebagainya. Orang jadi lebih banyaknya take away dan online delivery. Setelah beberapa bulan kita berhenti, akhirnya dari direksi sendiri atau dari atasan itu bikin gimana caranya untuk kita menghidupkan kembali cafe kita ini. Tapi dengan konsep yang berbeda. Nah kebetulan di Store A kita ada jual marinasi, nah ini kita jualnya dalam bentuk mentah kepada customer. Lalu kita pikirkan gimana caranya kita bisa menjual kembali kepada customer, Tapi dengan Packaging yang berbeda dengan konsep yang berbeda gitu. Kita jualnya nggak mentah, tapi dalam jual ayam yang versi matang gitu. Akhirnya kita nemuin konsep kita dengan tim dan beberapa orang yang memang ahli di bidang fnb, terciptalah konsep ayam panggang Restoran Ayam Panggang X ini.

Peneliti : Baik, untuk saat ini lokasi Restoran Ayam Panggang X sendiri ada di mana saja?

Bapak R : Untuk saat ini kita sudah buka beberapa cabang. Walaupun masih daerah Depok dan Bogor yang pertama itu yang di Juanda terus yang kedua itu ada di daerah Cimanggis. Terus yang ketiga itu ada di daerah sukmajaya, di abadijaya. Terus yang terakhir yang kita baru soft opening bulan kemarin itu di puncak Cisarua.

Peneliti : Oke, kalau di Restoran Ayam Panggang X sendiri punya berapa banyak karyawan? Dan apa saja tugas dan tanggung jawabnya?

Bapak R : Untuk dari manajemen kita hanya ada 2 orang untuk saat ini, yang pertama dia khusus untuk mengurus bagian operasional yang ada di store dan satu lagi sebagai administrasi, untuk pendataan, mengurus HR juga, dan pengurusan marketing, campaign itu pekerjaannya Admin. Untuk dari crew, setiap tahun kita pekerjakan 5 orang dan berlaku untuk semua store yang ada. Untuk job desc manajer operasional yaitu mengelola SOP yang ada di setiap cabang, pengecekan stok setiap cabang, dan mengawasi operasional sehari-hari yang mencakup kerapihan karyawan. Oh iya ada satu lagi manajer logistik, yang dia fokusnya pada aktivitas pengadaan barang pada setiap store dan memastikan jangan sampai ada barang yang kurang. Kalau admin dia seperti lebih multi fungsi, di mana dia yang mengurus campaign marketing bekerja sama dengan team digital marketing Holding, berperan dalam pencatatan administrasi, data data aset / inventaris, mengurus kontrak karyawan, ikut serta dalam recruitment dan sebagainya.

Reneliti : Baik, selanjutnya pertanyaan mengenai elemen BMC pertama yaitu Customer Segment. Siapa saja konsumen yang ditargetkan oleh Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Kalau untuk target secara umumnya sebenarnya semua kalangan masuk ya untuk produk Restoran Ayam Panggang X. Tapi kita lebih menggaet



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

orang-orang yang tau tentang healthy food misalkan orang-orang yang punya hobi gym atau orang-orang yang memang sadar akan kesehatan. Karena biasanya orang-orang yang hobi gym itu kan mereka pengen makan enak tapi terbatas dengan kandungan makanannya seperti MSG, dan sebagainya. Makanan enak itu biasanya ada MSG dan sebagainya kan, nah kita coba masuk ke ranah itu dengan konsep yang berbeda di mana kita sediakan makanan yang enak tapi sehat juga untuk mereka.

Peneliti : Berarti segmennya lebih untuk konsumen dengan gaya hidup sehat ya? Tapi kalau dari segi usia, jenis kelamin, pekerjaan itu apa ada target tertentu?

Bapak R : Kalau dari usia sebenarnya semua kalangan masuk, mulai dari anak kecil hingga dewasa. Karena kita punya menu yang nggak pedas yang cocok untuk anak-anak juga. Kalau berdasarkan pekerjaan, kita ga ada target konsumen itu karena kalau dari riset yang kita lakukan untuk masalah harga masih sesuai dengan mereka, harga tidak terlalu tinggi sehingga masih bisa dijangkau semua kalangan. Apalagi semua kan serba digital, orang kalau beli melalui online delivery itu banyak promo sehingga semua orang bisa membeli.

Kalau berdasarkan daerah, kebanyakan yang sudah beli dari daerah depok, karena kita juga kan masih tokonya banyak di daerah depok. Kalau untuk usia ada di rentang usia 18 - 50 tahun dan gendernya kebanyakan laki-laki dibanding perempuan, karena kebanyakan dari mereka yang punya hobi gym. Jadi kira-kira 55% pelanggan laki-laki, dan 45% pelanggan perempuan. Sedangkan dari segi usia paling banyak 25-30 tahun sebanyak 45%.

Peneliti : Berarti Restoran Ayam Panggang X tidak mensegmentasikan pelanggan dari kelas sosial tertentu ya?

Roafliansyah : kalau dari kita sendiri tidak menargetkan segmen tertentu, kita umum saja. Karena menurut kami semua khalayak bisa mencicipi menu dari Restoran Ayam Panggang X. Harga menu-menu kita juga beragam ada menu paket yang lebih hemat, ada yang dibawah 20 ribu yang bisa dijangkau oleh semua kalangan. Kita percaya kalau produk Restoran Ayam Panggang X itu worth it dan terjangkau.

Peneliti : Baik. Selanjutnya mengenai Value Proposition. Produk apa saja yang ditawarkan Restoran Ayam Panggang X kepada pelanggan?

Bapak R : yang utama tentunya pasti ayam panggang. Kita juga lagi mengembangkan produk minuman, untuk tahun ini kita coba buat lagi produk kopi yang dulu pernah kita jual di coffee shop sebelumnya. Karena kita kan punya beberapa konsep bisnis ya, ada yang restoran biasa, Restoran Ayam Panggang X express, sama Restoran Ayam Panggang X cafe. Nah di Restoran Ayam Panggang X cafe ini kita coba megembangkan minuman seperti kopi, thai tea, milk tea, dan sebagainya. Untuk value kita, pelanggan itu kan ada yang datang hanya untuk beli



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

produk tapi ada juga yang datang untuk sekedar nongkrong sama temen-temen. Nah kita coba untuk mengadopsi semuanya jadi kita punya konsep bisnis yang ramah untuk semua orang yang di mana mereka bisa nongkrong, menikmati waktu berkumpul bersama temen-temennya dan kita coba realisasikan di Restoran Ayam Panggang X Cafe itu dan kita juga buat minuman-minuman yang cocok untuk anak-anak milenial.

Peneliti : Menurut Bapak apa sih nilai yang dimiliki Restoran Ayam Panggang X yang membedakan Restoran Ayam Panggang X dari para pesaingnya?

Bapak R : Pertama mungkin dari segi konsep ya, karena di daerah Depok sendiri yang konsepnya ayam Healthy Food itu baru sedikit dan salah satunya kita sendiri. Mengapa kita pede untuk berkembang menjadi lebih baik, karena memang kita percaya dengan produk kita yang terjadi dengan kualitasnya, kita dapat ayam dengan kualitas terbaik, kita berikan bahan-bahan terbaik untuk customer tapi dengan harga yang terjangkau untuk mereka. Itu salah satu value yang kita miliki. Karena kebanyakan customer yang review baik itu di online ataupun datang kesini, mereka mengatakan bahwa produk kita itu punya ciri khas tersendiri terutama dari ayam dan saus. Karena memang saus kita berbeda dengan brand-brand lain, dengan cita rasa yang berbeda sendiri.

Peneliti : Kalau misal dengan pesaing yang sama sama memiliki konsep healthy food, apa yang paling membedakan?

Bapak R : Yang pertama soal rasa yang berciri khas, kedua harga yang terjangkau, kemudian pelayanannya ya. Karena kita selalu coba memberikan pelayanan yang terbaik yang salah satunya kita coba kembangkan aplikasi yang di mana customer bisa dapat benefit lebih. Kita akan selalu coba untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

Kalau untuk bahan kita kan punya tim logistik yang mengatur untuk masalah stok yang ada di setiap cabang. Ada beberapa bahan yang setiap hari kita beli, jadi setiap hari stoknya fresh karena bahan bahan itu sifatnya ga bisa bertahan lama, selain karena itu kita memang inisiatif untuk melakukan pembelian setiap hari supaya menjaga kualitas dari bahan bahan seperti sayur untuk salad itu kan harus fresh. Kalau untuk ayam sendiri kita dapat dari supplier besar yaitu dari Japfa yang adalah brand besar yang tertunda sudah terjamin, bersertifikat halal, proses pemotongan, dan proses pengemasannya pun sudah terjaga.

Peneliti : Apakah Restoran Ayam Panggang X telah melakukan inovasi terhadap produknya saat ini?

Bapak R : untuk inovasi tentu ya. Karena kita sudah merubah beberapa SOP atau ketentuan yang memang kita ciptakan untuk lebih mengedepankan soal taste, rasa dan juga service. Yang pertama kita coba dari ayam yang awalnya kita pake ayam yang fresh yang belum dimarinasi, untuk sekarang kita coba pakai ayam yang



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kita marinasi sendiri supaya ayamnya lebih meresap selama kurang lebih satu hari, setelah marinasi diolah dengan bumbu ayam panggang kita sendiri baru di oven. Kalau untuk inovasi beberapa produk mungkin salah satunya yang tadi yaitu minuman, rice box, chicken teriyaki, chicken wings, dan rencananya kita mau bikin olahan seperti semacam chicken pop.

Peneliti : Inovasi-inovasi itu muncul berdasarkan apa? Apa yang melatarbelakangi melakukan inovasi itu?

Bapak R : oke jadi yang pertama, kita kembali ke konsep healthy food ya, dan konsep healthy food itu tanpa MSG. Tapi kebanyakan memang ada beberapa orang yang pengen nyoba tapi mereka bilang tidak sesuai dengan rasanya, mereka bilang rasanya terlalu hambar dan sebagainya karena memang kita tanpa MSG. Akhirnya dari beberapa komentar tersebut kita coba untuk tetap menjaga konsep healthy food itu sendiri dengan membuat konsep marinasi. Marinasinya sendiri kita jaga gimana caranya supaya tanpa MSG, yaitu kita menggunakan rempah rempah. Kita juga terus berinovasi dengan mengembangkan varian-varian baru dari menu untuk menjawab permintaan konsumen.

Peneliti : Baik. Pertanyaan selanjutnya mengenai Channels. Bagaimana Restoran Ayam Panggang X menjangkau para pelanggannya baik pemasaran secara langsung maupun tidak langsung?

Bapak R : Kalau secara tidak langsung, kita kan memperkenalkan brand Restoran Ayam Panggang X itu dari sosial media ya ada Instagram, TikTok, dan sosial media yang lain, karena jaman sekarang itu digitalisasi berkembang ya jadi orang kebanyakan beli dari platform online. Kita juga masuk ke beberapa merchant online seperti Grabfood, Gofood, Shopeefood, dan Traveloka Eats. Nah dari situ kita coba memperkenalkan Restoran Ayam Panggang X melalui dunia digital. Kalau offline nya sendiri kita bikin beberapa tools marketing yaitu banner, neon, brosur, pamflet di beberapa tempat supaya orang tahu bahwa Restoran Ayam Panggang X ada disini. Kita juga mengandalkan customer internal yaitu para karyawan, kita coba arahkan mereka untuk mengajak teman-temannya atau saudara-saudaranya dengan cara memberikan promo atau potongan harga kepada setiap teman atau keluarga karyawan. Kita juga pernah bekerjasama dengan tempat gym di mana kita beri promo untuk setiap member gym di tempat tertentu, mereka cukup menunjukkan bukti member ke kasir untuk mendapat potongan. Jadi bentuk tidak langsungnya berupa referensi seperti itu.

Peneliti : Bagaimana sih cara Restoran Ayam Panggang X mendapatkan pelanggannya saat ini?

Bapak R : Secara umumnya kita kan ada tim digital marketing, dan dari tim digital marketing biasanya kita ngiklan. Nah untuk ngiklan itu kita coba perluas lagi untuk jangkauan iklannya lalu customer segmennya kita coba tingkatkan lagi misal tadinya kita targetkan untuk 100 orang kita tingkatkan jadi 200 orang dan untuk



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

radiusnya kita coba luasin lagi misal yang radiusnya cuma 2 kilo kita luaskan lagi jadi 4 atau 5 kilo. Kalau untuk pembelian di online itu kan bisa sampai radius 10 kilo ya nah kita coba tingkatkan disitu. Untuk customer yang baru beli melalui Offline, kita sempat bikin campaign pembelian pertama gratis voucher untuk pembelian kedua. Jadi ketika customer membeli untuk pertama kali, dia akan dapat voucher untuk pembelian kedua yang bisa ditukar dengan produk tertentu. Ada juga potongan diskon untuk customer offline yang datang ke toko, itu juga dapat potongan voucher diskon. Kita juga lagi garap untuk aplikasi ya untuk menggaet customer baru dengan membuat promo-promo jika mereka menggunakan aplikasi ini, mereka yang belum pernah daftar atau belum pernah beli kita kasih promo nya melalui aplikasi ini.

Peneliti : Dari channels yang sudah bapak sebutkan, mana sih yang paling efektif dalam menjangkau customer?

Bapak R : untuk saat ini mungkin yang paling efektif itu dari referensi ya dari kenalan karyawan yang ada atau dari direksi-direksi itu yang lebih efektif karena orang kan dari mulut ke mulut itu lebih cepat. Maka dari itu kita coba kasih voucher, potongan atau diskon buat temen-temen mereka atau buat keluarga mereka sehingga itu yang lebih efektif. Tapi dari online juga lumayan, karena penjualan kita besarnya juga dari online. Tapi untuk tahun ini kita fokus untuk mengembangkan tools marketing offline karena pandemi yang membaik. Jadi kalau tahun kemarin kita 100% online, sekarang kita coba ningkatin 60% online dan 40% dine in.

Peneliti : Baik. Selanjutnya mengenai Customer Relationship, apa saja bentuk Customer Relationship yang diimplementasikan Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Yang utama promo dan diskon. Dan juga kita coba nyiptain aplikasi di mana di aplikasi itu ada poinnya untuk membership, jadi siapa yang daftar di aplikasi itu dapet poin. Aplikasi ini masih dalam tahap develop sih.

Peneliti : Kalau dari aplikasi itu sudah ada target pasarnya belum ingin menjangkau segmen konsumen mana?

Bapak R : Kalau untuk aplikasi yang nanti kita buat itu untuk menggaet customer offline, karena kita di tahun ini ditargetkan untuk meningkatkan penjualan offline, kemarin kita kan 100% online, dan tahun ini kita ditargetkan untuk penjualan offline. Mungkin untuk radius target kita konsumen yang maksimal 10 kilo dari toko, itu target kita. Untuk customer segmennya sendiri kita secara umum saja ya, tapi kalau untuk aplikasi kita targetin untuk yang sudah bekerja ataupun mahasiswa. Untuk rentang usia mungkin diantara 20-50 tahun. Karena kan kalau untuk masuk aplikasi dia butuh verifikasi beberapa data ya, jadi seperti itu.

Peneliti : Sistem aplikasinya itu berarti pickup ya?

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bapak R : Kalau untuk di aplikasi ada 2 opsi sih sebenarnya, bisa diantar ataupun mereka pickup sendiri. Tapi kita coba ciptain untuk lebih meningkatkan penjualan offline nya, kita coba lebih kerja promo nya di pickup itu jadi customer bisa lebih banyak datang ke toko karna kita kan bukan cuma untuk memperkenalkan makanannya tapi juga memperkenalkan tempat kita. Contoh di Restoran Ayam Panggang X Cafe, kita udah bikin beberapa dekorasi-dekorasi yang menarik, live music satu minggu sekali, jadi itu upaya kita ningkatin customer offline.

Peneliti : Oke, selanjutnya gimana cara Restoran Ayam Panggang X mempertahankan Customer Relationship nya itu?

Bapak R : Yang pertama itu sudah pasti dari masalah service ya karena kalau orang pertama kali beli itu yang dilihat kan pelayanannya ya. Kalau pertama kali beli terus dapat service yang engga baik dia mungkin gaakan mau beli lagi karna kecewa. Jadi kita coba fokus di masalah service, mungkin dari konsistensi rasa karna kadang customer beli pertama sama selanjutnya rasa nya beda gitu ya, nah kita coba untuk jaga konsistensi jadi rasa akan tetep sama seperti itu. Di mana pun Restoran Ayam Panggang X, rasanya akan tetep sama. Nah itu gunanya manajemen operasional, untuk menjaga kualitas di setiap cabang-cabang kita.

Peneliti : Apakah Restoran Ayam Panggang X akan terus memberikan promo dan diskon yang telah disebutkan sebelumnya?

Bapak R : Kita akan tetep ada ya untuk masalah promo dan diskon, tapi dalam bentuk yang berbeda-beda mungkin. Kalau misal kita bikin promo 20% untuk mereka yang dateng dine in, mungkin kedepannya kita bikin juga 20% di online . Kita bikin promo nya untuk makanan, selanjutnya kita bikin promo nya untuk minuman. Jadi di selang seling aja promonya di mana kita mau ningkatin penjualan. Misal penjualan ayam bagus, tapi penjualan minuman kurang, jadi kita bikin promo di minuman, tergantung penjualan.

Peneliti : Apakah Restoran Ayam Panggang X telah melakukan pengembangan terhadap customer relationshipnya?

Bapak R : oke, kita kan selalu kalau bikin promo, diskon, atau campaign itu kan ada ya data datanya biar bisa di tracking nah dari situ kita ngetracking kira kira promo yang mana sih atau diskon yang mana sih yang memang orang suka karena memang kan ada orang yang suka promo bundle. Seperti misalkan beli ini dapat ini atau beli ini tambah segini dapat ini atau bundle seperti harga 30 ribu tapi dapat semuanya, orang kan beda beda ya keinginannya maunya promo yang mana. Nah kita coba mengembangkan di situ sih, yaitu bagaimana metode promo nya yang paling diminati.

Peneliti : Baik, selanjutnya tentang revenue streams. Apa ajasih jenis pendapatan yang Restoran Ayam Panggang X miliki?



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bapak R : Untuk pendapatan kita yang pertama yaitu penjualan daily ya sudah pasti. Lalu dari event-event kita juga ada beberapa. Kita kan holdingnya besar ya jadi ada beberapa unit usaha selain Restoran Ayam Panggang X, kita kadang isi event-eventnya mereka misalkan di proyek perumahan holding mereka kan suka ada acara peresmian perumahan gitu ya, terus juga ada acara amal untuk anak yatim, nah kita masuk juga ke event-event itu ikut nyumbang untuk suplai makanannya, terus event untuk makan karyawan setiap satu bulan empat kali kita ngasih makanan gratis untuk karyawan seluruh holding group. Mungkin itu ya saat ini revenue streams nya kebanyakan dari internal.

Peneliti : Revenue streams mana yang paling banyak memberikan hasil?

Bapak R : untuk revenue streams yang paling banyak memberikan hasil itu dari event makan karyawan ya, sebenarnya makanan untuk karyawan itu dibayar juga sama holding, sama stakeholder holding dan itu setiap bulan selalu ada. Karena lumayan juga ya, sekarang karyawan holding group ada 90 orang, karena proyek-proyek semakin banyak. Tahun ini ada sekitar 10 proyek perumahan holding.

Peneliti : Kalau dari proyek-proyek itu, mau nempatin Restoran Ayam Panggang X di dalamnya?

Bapak R : Nah, jadi kan selama ini kita kan ekspansi, ekspansi nya itu berdasarkan dengan adanya proyek holding. Jadi di mana manajemen holding menilai kalau bagus ada Restoran Ayam Panggang X disitu, kita masuk kesitu. Karena ada beberapa benefit ya, yang pertama tidak ada biaya sewa karena masih dalam satu lini dengan holding, yang kedua kita bisa kontrol kalau bisa ada suatu kerusakan yang terjadi kita bisa tinggal konfirmasi ke tim konstruksi yang ada, dan yang terakhir ya kita gaada modal, kita hanya modal untuk mengisi barang-barang dan sebagainya.

Peneliti : oke, apakah selanjutnya Restoran Ayam Panggang X punya rencana untuk menambah revenue streams nya yang baru?

Bapak R : kalau untuk saat ini yang lagi mau kita kembangin itu catering ya, jadi kita mau coba canvassing ke setiap perusahaan karena kan ada beberapa perusahaan yang menyediakan makan siang untuk karyawannya, kita coba masuk kesitu untuk cateringnya karyawan, terus kita buka catering untuk isoman jadi untuk mereka-mereka yang lagi terdampak pandemi bisa pesen makanan dari kita. Tapi kan karena sekarang sudah selesai, jadi kita arahnya lebih ke catering karyawan tadi.

Peneliti : Baik selanjutnya mengenai Key Resource ya mas. Apa saja aset fisiknya Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Banyak hehe nanti di data inventaris saja.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : oh oke mas. Lalu kalau aset intelektual Restoran Ayam Panggang X apa saja?

Bapak R : Mungkin dari brand yah lalu logo dan lain-lain

Peneliti : Lalu kalau aset finansial apa saja mas?

Bapak R : Aset finansial cash saja paling ya.

Peneliti : Baik. Lalu untuk human aset apa saja mas?

Bapak R : Untuk human aset yang utama itu crew dan tim manajemen.

Peneliti : Baik. Nah aset aset yang Restoran Ayam Panggang X punya ini apakah sudah memadai jalannya bisnis Restoran Ayam Panggang X dengan baik?

Bapak R : Kalau dari segi SDM kita butuh beberapa penambahan ya karena kita targetnya ada beberapa ekspansi lagi di Depok dan Bogor dan ekspansi ke daerah lainnya. Oleh karena itu kita masih terus open training ya magang untuk mereka yang berminat berkarir di Fnb. Kalau dari aset untuk operasional sejauh ini sih sudah lengkap ya tapi kita masih nambah-nambah beberapa improvisasi seperti misalkan storage, freezer, showcase kalau tidak memadai kita coba tambah lagi. Tapi sejauh ini aset yang kita miliki sudah menunjang jalannya operasional.

Peneliti : Baik. Selanjutnya Key Activities. Apa saja aktivitas utama Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Menyediakan makanan untuk customer ... (ada di BMC)

Peneliti : Bagaimana sistem pengadaan di Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Kalau untuk pengadaan bahan itu kan ada yang setiap hari beli, ada yang stok. Jadi kita sekali belanja itu stok untuk beberapa hari kedepan atau satu bulan kedepan. Contohnya susu, itu kita stoknya banyak, lalu ayam, beras, itu juga banyak karena bisa disimpan lama. Kalau untuk ayam itu biasanya kita seminggu tiga kali pesan karena memang permasalahannya di storage, seminggu tiga kali pesan dari supplier Japfa untuk setiap store yang ada. Kalau untuk minuman kita stoknya ada yang daily juga tapi ada juga yang stok. Misalnya buat kopi, itu kita harus stok biji kopinya. Tapi kalau daily nya kalau kita mau bikin gula aren, lalu juga topping-topping minumannya itu ada yang daily karena ada yang topping buah-buahan yang tidak bisa disimpan lama.

Peneliti : Kalau dari supplier sendiri pesan ayam per minggunya bisa berapa banyak?



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bapak R : Kalau dari Japfa sendiri sebenarnya tidak ada minum order. Tapi di dalam satu minggu itu kita biasa order 150 sampai 200 ekor ayam untuk 1 store.

Peneliti : Kalau dalam pengadaan barang barang fresh seperti ayam dan buah-buahan tadi gimana proses quality controlnya?

Bapak R : Dalam prosesnya kayak terjadi human error itu pasti ada ya, jadi kadang ada produk yang kurang bagus atau kurang dan sebagainya. Kalau untuk ayam kita udah kerjasama dengan Japfa dan sudah mempercayakannya. Tapi kalau misal kalau datang dari produknya ada yang tidak sesuai ekspektasi kita, kita balikin lagi. Jadi misal ayamnya ga sesuai dengan apa yang kita mau, kita ga akan olah dan ga akan jual, kita pasti baliki lagi dan dapetin produk yang layak dikonsumsi. Kalau untuk bahan, dari tim logistik ada admin dan runner untuk melakukan QC untuk masalah stok-stok bahan perharinya. Jadi nanti kepala store nya itu report untuk masalah stok, mengenai bahan-bahan yang ada apakah kayak untuk dijual kembali besok, dan sebagainya. Dari setiap kepala store, nanti di input oleh admin logistik, dari admin logistik itu ke runner, dari runner baru ke setiap store.

Peneliti : Bicara mengenai QC, ada gasih kriteria tertentu dalam pemilihan bahan-bahan yang digunakan?

Bapak R : Kalau untuk ayam kita pakai yang Grade A ukuran 0,8 sampai 0,9. Kalau ada grade dibawah atau diatas itu kita ga terima. Kalau untuk buah kita lihat dari fisik ya selama itu fresh dan segar kan kita identifikasi ya ciri cirinya gimana. Susu yang kita pakai untuk makanan dan minuman juga itu pakai yang UHT. Kalau untuk masuk ke operasionalnya, setiap ayam itu kan kita buat beberapa potongan, nah disitu kita tentunya gramasi potongannya berapa, dan bumbu gramasinya berapa banyak yang dibutuhkan itu semua sesuai dengan SOP. Jadi kita QC nya berdasarkan dengan SOP.

Peneliti : Dalam aktivitas bisnis Restoran Ayam Panggang X ini apakah ada hambatan dalam operasional Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : Kalau untuk hambatan operasional tentunya banyak ya. Yang pertama, beberapa karyawan yang suka melenceng daripada SOP yang sudah ditentukan. Yang kedua mungkin masalah teknis ya karena sebenarnya kita masih terlalu open untuk magang, nah anak anak yang magang ini masih suka tidak sesuai dengan SOP.

Peneliti : Oh begitu.. Mengapa tidak mencari orang yang sudah berpengalaman saja dibanding dengan karyawan magang?

Bapak R : Iya kita terbuka untuk magang karena dari manajemen holding ada masalah dalam fix cost, nah kalau kita nambah crew berarti bep naik dan fix cost naik. Mengapa kita open magang, karena yang menyediakan program magang itu bukan Restoran Ayam Panggang X tapi holding. Nah BEP dan fix cost itu



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

masuknya ke holding, jadi tetap segitu saja biaya Restoran Ayam Panggang X. Walau misal ada 3 atau 4 orang yang magang, fix cost nya tetap. Tapi tidak semua karyawan Restoran Ayam Panggang X magang, di setiap store minimal ada 2 orang senior. Seperti itu.. Karena semua acc itu kan ada di atas, jadi banyak hal yang gabisa kita ikutin. Sebenarnya terkendalanya disitu.

Peneliti : Terkait dengan karyawan yang tidak mengikuti SOP, mengapa hal tersebut bisa terjadi?

Bapak R : Kita ada training 1 bulan untuk masalah SOP, operasional, seragam, dan sebagainya. Selebihnya kita lepas, kita ngandelin setiap kepala store yang ada, karena dari manajemen sendiri kekurangan orang juga jika harus melakukan pengawasan. Jadi yang mengawasi itu setiap kepala store yang ada. Nah manajer operasional mengawasinya mobilitasnya tinggi ke setiap store, fokus pada store yang ada di Depok. Ke store yang ada di puncak disana dua minggu sekali. Nah itu store-store yang jarang dikunjungi yang lebih banyak tidak sesuai ya. Oleh karena itu kita juga ada sanksi-sanksi bagi yang tidak mengikuti SOP. Dan untuk hambatan dalam penjualan itu kita kekurangan orang di tim manajemennya, walaupun kita ada tim digital marketing dari holding, tapi mereka gak fokus 100% di Restoran Ayam Panggang X. Jadi kita masih kekurangan orang di manajemen dan sebagainya.

Peneliti : Oke, Apakah aktivitas bisnis yang telah disebutkan sebelumnya sudah berjalan sesuai dengan harapan?

Bapak R : Baik, jadi kalau kita melihat kilas baliknya Restoran Ayam Panggang X lebih jauh berkembang ya dari awal kita mulai, sudah jauh lebih berkembang untuk masalah operasional, improvisasi rasa, dan menu, walaupun masih jauh dari target kita ya. Tapi untuk operasional kita lebih rapih ya dibanding sebelumnya walaupun kita masih harus improvisasi lagi.

Peneliti : Baik selanjutnya mengenai Key Partnership. Siapa saja partner bisnis Restoran Ayam Panggang X?

Bapak R : kalau untuk ayam pastinya dari japfa, kalau untuk daily bahan bahan dari pedagang-pedagang di pasar, kentang dari distributor, dan sebagainya.

Peneliti : Baik, selanjutnya mengenai Cost Structure. Sistem cost mana sih yang Restoran Ayam Panggang X gunakan, cost driven atau value driven?

Bapak R : Lebih ke cost driven ya sepertinya. Menurut saya itu terutama ya karena memang ada target yang harus dipenuhi.

Peneliti : Sumber daya mana yang paling banyak membutuhkan biaya besar?



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bapak R : Biaya operasional yang paling besar, biaya bahan-bahan ini lumayan tinggi oleh karena itu adanya SOP untuk setiap pemakaian bahan-bahan. Lalu juga cost marketing seperti iklan, promo, campaign semua itu masuknya ke budget marketing.

Peneliti : Nah kalau dari aktivitas bisnis Restoran Ayam Panggang X, mana yang paling mengeluarkan banyak biaya?

Bapak R : Yang paling besar itu paling aktivitas pengadaan barang ya, karena butuh banyak biaya untuk belanja barang-barang untuk setiap outlet Restoran Ayam Panggang X. Karena pengadaan barang yang sekarang itu belum selesai semua (yang ada di puncak), masih diproses.

Peneliti : Baik Bapak. Pertanyaannya sudah terjawab semua. Terima kasih banyak untuk waktunya dan informasi-informasinya yang dibagikan kepada saya, mohon maaf apabila ada salah-salah kata ya pak hehe

Bapak R : Baik, sama-sama.

**Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan CEO**

Nama : HS  
Pekerjaan : CEO Restoran Ayam Panggang X  
Tempat pelaksanaan wawancara : Zoom meeting

Peneliti : Bagaimana awal mula berdirinya Restoran Ayam Panggang X ini?

Direksi : Baik kita ibaratkan Restoran Ayam Panggang X ini suatu produk. Nah kita ingin produk yang market fit, kita riset dahulu kira-kira customer seperti apa yang ingin kita sasar, kita riset melalui internal ataupun eksternal mengenai apa sih yang kira-kira perputarannya tuh cepat. Majority orang pasti kebutuhan dasarnya, terutama di Indonesia, pasti makan nasi gitu ya. Nah kita ada nasi, Cuma kita coba value added misal jadi nasi yang aromatic, dan juga ada alternatifnya yaitu kentang. Jadi kita petakan yang primer-primer dahulu. Lalu kita pilih ayam, karena ayam itu dapat menjangkau semua kalangan ya. Oleh karena itu value addednya itu apa sih yang kira-kira masuk untuk jadi story, gitu. Kita coba riset-riset dan kita juga pakai konsultan untuk menentukan resepnya. Kita ingin ayam panggang ini bukan olahan ayam bakar yang biasa melainkan olahan ayam yang standarnya tinggi. Nah kemarin bersama dengan konsultan kita coba bedah-bedah resep. Makanya konsepnya ada ayam panggang dan ada saus-sausnya gitu ya, dan konsep western. Jadi awalnya kita ingin punya satu bisnis yang melengkapi itu tadi, kalau dari holding kan punya bisnis di bidang properti ya jadi ada sandang pangan papan. Jadi tiga pilar itu yang ingin kita coba eksplor.

Peneliti : Oke jadi dari holding tidak hanya dari bidang properti tapi berusaha untuk di bidang non properti nya juga ya pak.

Direksi : Iya betul. Bisnis-bisnisnya diperluas.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Baik pertanyaan selanjutnya apa visi misi Restoran Ayam Panggang X mungkin dalam jangka waktu 5 tahun kedepan?

Direksi : Kalau tujuan utamanya itu sudah di set dari awal, yaitu menjadi tech fnb company. Nah kenapa pake tech, yaitu untuk mempercepat growth nya. Jadi menjangkau banyak orang, kita kan ingin banyak dikenal, banyak dibeli, dan banyak yang merasakan. Nah berdasarkan orang yang sudah pernah mencoba itu positif feedbacknya. Mereka senang, positif vibesnya juga dari mulut ke mulut juga bagus, secara rating juga bagus. Makanya sekarang kita garap di offline online ya, jadi orang kan wajahnya itu kelihatan ya dari rating di ojol-ojol. Nah itu makanya fokusnya disitu. Visi besarnya itu, karena kalau tanpa tech mungkin kita menjangkaunya konsumen yang hanya radius 1 atau 2 km, atau orang-orang yang sekedar lewat gitu yang mungkin mereka tidak langsung minat untuk beli. Oleh karena itu kita mau fokusnya disitu. Misinya mungkin bisa di eksplor dari visi tadi ya seperti menyajikan rasa yang enak, operasional baik, memberikan pelayanan yang terbaik untuk customer, memberikan experience yang bagus karena kita ingin jadi brand yang diingat untuk setiap hari menemani keluarga di Indonesia.

Peneliti : Berarti visi utamanya itu menjadi fnb tech nomor satu gitu ya di Indonesia?

Direksi : Ya, betul. Karena kita punya kemampuannya disitu ya. Ada tim tech yang kina sinergikan untuk mewujudkan itu.

Peneliti : Oke. Selanjutnya mengapa Restoran Ayam Panggang X mengusung konsep healthy food?

Direksi : Sebenarnya konsep healthy food itu karna kita menasar kalangan menengah atas itu yang memang meleak tentang kesehatan. Makanya ada tambahan-tambahan bahannya seperti salad, lalu ayamnya dipanggang, nah itu kan nilai plus sebenarnya. Walaupun campaign nya tidak benar-bener mengenai healthy food gitu, tapi kita menyebut bahwa ini salah satu alternatif untuk healthy food gitu. Maksudnya orang kan pasti akan melihat sendiri dan mengukur sendiri kebutuhan nutrisinya dan kebutuhan akan healthy food masing-masing. Nah bersyukur kalau kita bisa memenuhi kebutuhan healthy food tadi, walaupun kita juga jual yang gorengan misalkan kentang terus kopi gitu ya. Sebeanrnya healthy food jadi sub ya, bukan yang utama. Tapi kalau misalkan orang melihat itu sebagai healthy food, ya bagus gitu.

Peneliti : Oke. Selanjutnya masuk ke elemen BMC yang pertama nih pak yaitu customer segment. Jadi sebelumnya kan Bapak sudah sebutkan bahwa produk Restoran Ayam Panggang X menasar ke menengah atas ya. Tapi sebenarnya apakah ada profil konsumen lain yang disasar oleh Restoran Ayam Panggang X baik berdasarkan demografi, psikografi, dan lainnya?

Direksi : oke kalau yang utamanya dari sisi demografi dahulu ya. Misal kalau dari sisi usia ya inginnya semua usia gitu karna ayam kan tidak eksklusif ya. Makanya kita mau menyasanya semua baik dari jenis kelamin pria maupun wanita sebenarnya tidak masalah. Nah mengapa kalangan menengah atas, karena ada value added itu tadi. Kita jual di rentang harga yang mungkin bukan yang kita bisa makan tiap saat gitu ya karna harga Rp. 30.000 keatas itu agak lebih cocok untuk sekali dua kali gitu ya. Sebenarnya kita juga meraciknya bukan karna harganya tapi buat non MSG biar orang tidak bosan gitu jadi meskipun pagi siang malam orang makan Ayam Panggang X gitu rasanya tidak eneg lalu rasanya enak

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pas karna ada alternatif-alternatif lain misalnya saus yang berbeda-beda, lalu ada pilihan nasi atau kentangnya. Nah kita bisa buat supaya bisa dikonsumsi lebih dari sekali gitu. Kalau kita juga segmentasi di customer based yang sekarang itu kebanyakan memang keluarga. Jadi orang yang beli untuk makan sekeluarga mungkin atau bahkan keluarga besar atau untuk gathering itu sudah mulai banyak. Jadi kalau misalkan di segmentasi, ayam panggang itu sendiri lebih banyak disitu, di keluarga, di rentang umur yang bervariasi ya ada anak kecil yang juga suka, orang tua pun juga masih bisa makan. Nah untuk memperluas segmen orang-orang yang hanya beli sekali dua kali sehari, kita tambah untuk minumannya itu yang bervariasi ya dari kopi dan non kopi, hot dan iced dan sebagainya itu kita mensegmen anak-anak muda yang nongkrong. Jadi tidak hanya take away atau ojol, tapi dine in juga kita fasilitasi. Nah kita punya Restoran Ayam Panggang X di Tapos dengan konsep café ya tempat nongkrong ada live music, ada bangku-bangku outdoor smoking area, dan lain sebagainya. Nah oleh karena itu kita coba menjangkau banyak ya. Konsep Restoran Ayam Panggang X ada 4 sekarang Restoran Ayam Panggang X biasa, Restoran Ayam Panggang X Express, Restoran Ayam Panggang X Café, sama Restoran Ayam Panggang X Garden.

Peneliti : Baik. Selanjutnya masuk ke elemen value proposition. Apa sih nilai yang dimiliki Restoran Ayam Panggang X sehingga membedakannya dengan para pesaingnya?

Direksi : Kalau nilai sekarang itu memang kita di sisi kompetitor sudah ada ya beberapa, nah kita mencoba dengan unique selling point kita sendiri. Cita rasa yang kita kembangkan dalam Rnd selama beberapa tahun ini kita terus improve. Unique selling point itu kita jaga kualitasnya, operasionalnya, hospitality nya. Sekarang sudah ada training centre untuk crew Restoran Ayam Panggang X, jadi semua sudah dipelajari untuk table manner, untuk greeting, service, jadi ga Cuma belajar masak nya saja, tapi hospitality nya juga kita naikkan. Untuk kedepannya, kita sedang develop yang tech nya itu di sisi IT nya membuat mobile apps nya. Nah itu sedang dirampungkan tahun ini. Saat ini kita masih di fase preparation, Masih growth dan belum settle.

Peneliti : Oke, jadi value utamanya itu selain hospitalitynya tapi juga ada inovasi di tech nya pak. Nah mungkin bisa dijelaskan sedikit mengenai mobile apps nya seperti siapa target Restoran Ayam Panggang X, dan lain-lain.

Direksi : Jadi untuk targetnya selain di area 1 atau 2 kilo, kita juga pengennya orang tahu dan download ya kita sudah punya berbagai macam cara dan marketing untuk mempersiapkan apps ini, jadi ini menjadi satu hal yang wajib untuk download kalau dia mau makan Restoran Ayam Panggang X. Walaupun tidak di outlet, bisa juga makan di rumah nah story nya kita naikkan disitu 'Restoran Ayam Panggang X to the Home' misalkan ya. Jadi bisa liat-liat menu, promo-promo, dan bisa pesen langsung di aplikasi itu, jadi langsung pesen dan bayar disitu. Nah untuk menggaet supaya dia tetap in loya, kita pakai sistem membership. Nah dari membership itu bisa dapet poin-poinnya mungkin jika dia sudah pesan berapa kali atau berapa nominal itu kita reward dengan poin. Nanti juga akan ada merchandise untuk gimmick,

Peneliti : Oke. Selanjutnya menurut Bapak kenapa sih pelanggan mau beli produk Restoran Ayam Panggang X saat ini?

Direksi : Pasti pertamakali dari lidah gitu ya, dia ngerasain rasanya Restoran Ayam Panggang X enak nah dari situ saja dulu begitu dia sudah coba dan enak, dia bisa beli



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kembali. Karna yang pertamakali rasa, walaupun ada faktor lain. Hospitality itu jadi penting karena kita bergerak di dunia fnb, mau makanannya seenak apapun kalau misalkan dia merasa makanan lama atau pesanan salah atau bahkan tidak enak nih dan pelayanannya tidak ramah nah itu lebih bahaya dibanding rasa yang tidak enak. Karna rasa yang tidak enak Masih bisa kita improve, tapi kalau misalkan pelayanan itu bisa membekas. Makanya kita fokusnya di pelayanan dan hospitality.

Peneliti : Baik. Selanjutnya masuk ke elemen yang ketiga mengenai channels. Bagaimana Restoran Ayam Panggang X menjangkau para pelinggannya baik secara langsung maupun tidak langsung?

Direksi : Kalau pemasarannya kita punya organik dan non organik juga. Kalau organiknya kita ada sosmed, website, dan tampilan di aplikasi online delivery. Terus juga kalau secara offline nya kita punya neon box, spanduk, dan tampilan “muka” nya. Bahkan sebenarnya crew kita sendiri kan adalah the agent of marketing juga intinya mereka posting di sosmed Masing-Masing, di outlet pun mereka menyambut, punya tampilan rapih dan enak dilihat, itu kan jadi nilai tersendiri. Nah kalau dari sisi non organiknya kita juga mengiklan di iklan-iklan sosmed, di ads. Cuma memang bukan yang booming karna konversinya itu sebenarnya lebih bagus kalau pelanggan diberi alasan atau awareness gitu ya jadi tahu Restoran Ayam Panggang X itu apa jadi orang inget. Kita konversinya lebih pengen orang langsung makan saat itu juga karena iklan yang sifatnya provokatif gitu mengajak untuk langsung datang atau langsung transaksi gitu. Begitu sih kita fokus di situ. Ada tim-tim khususnya juga untuk marketing, dari semuanya ya baik online atau offline, organik dan non organik, itu kita ada semua.

Peneliti : Oke. Nah dari saluran yang Bapak sebutin itu mana sih yang paling efektif untuk menjangkau pelanggannya Restoran Ayam Panggang X?

Direksi : Kalau kita hidup di era industri 4.0 gitu ya jadi kita bener bener fokus di onlinenya. Karena untuk menjangkau semua orang, apalagi kemarin Masa pandemi mungkin orang ada yang di rumah aja atau yang jarang keluar rumah. Jadi misalkan outlet Restoran Ayam Panggang X yang di Depok gitu ya, mungkin hanya sebagai identitas. Untuk tulisan neon box Restoran Ayam Panggang X itu sebagai identitas ini sebagai titik atau tempat Restoran Ayam Panggang Xnya. Tapi kalau misalkan orang pengen tau lebih dalam mengenai menunya apa saja atau pengen lihat-lihat dulu, pelajarin dulu dan sebagainya, itu salah satu channel yang paling efektif. Internet itu jadi yang utama, dan industri semua sudah ke arah sana. Warga indonesia itu 8 sampai 10 jam nya dihabiskan dengan internet gitu ya, dan mayoritasnya mungkin di sosmed. Nah makanya kita coba untuk fokusin disana, di mana orang-orang atau marketnya banyak berkumpul. Setidaknya dari kerumunan itu mungkin ada yang mau, tertarik, atau datang untuk membeli.

Peneliti : Baik selanjutnya masuk ke elemen customer relationship. Apa saja bentuk customer relationship yang diimplementasikan oleh Restoran Ayam Panggang X?

Direksi : customer relationship itu bisa pre bisa post ya. Sebelum dia pesan, ya itu tadi hospitality nya harus benar ya. Kita jelaskan menu dengan baik, kita sambut, kita greeting customer yang datang atau di iklan pun kita jelas gitu ya alur nya jelas kalau misalkan orang datang lihat Restoran Ayam Panggang X di webnya misalkan, nah dari webnya kita jelas gitu kan menunya ada apa saja atau dia mau lihat tampilannya seperti apa nah itu semuanya jelas. Jadi alur-alurnya itu yang paling penting gitu. Jadi kalau ada

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

customer yang tidak tau sama sekali, kita kasih tau, kita beri edukasi. Mungkin kalau ada campaign yang khusus ke arah makanan sehat itu ya untuk segmen-segmen tertentu misal di gym atau fitness centre nah edukasinya kita khusus ke situ. Jadi sebelumnya itu kita jaga dulu gitu. Kalau dari orang sudah ingin habis itu puas, pasti pastinya sudah lebih mudah. Setelah dia memesan makan, enak semuanya entah dari pelayanan atau rasanya, otomatis dia akan balik lagi, atau mengajak orang-orang lain atau keluarganya nah itu istilahnya kita tinggal menyambut saja. Nah itu pastinya akan lebih mudah kalau sebelumnya sudah disiapkan semua. Walaupun kadang misalkan ada komplain kita tetap harus siap juga. Misalkan ada feedback customer, kita ada wadah untuk menampung seperti misalkan di aplikasi ojol itu kan ada bagian review. Nah itu selalu kita lihat semuanya, mungkin ada yang kurang atau bagaimana sehingga mereka komplain maknanya langsung kita perbaiki disitu.

Peneliti : Oke. Nah selama beberapa tahun beroperasi ini kan pasti Restoran Ayam Panggang X udah punya pelanggan tetap atau pelanggan loyal gitu ya pak. Dari Restoran Ayam Panggang X bagaimana cara mempertahankan pelanggan loyal tersebut?

Direksi : Kalau di startup-startup itu kan ada yang istilahnya “bakar duit” ya. Nah kita coba untuk sinergikan itu dengan perhitungan bisnis yang pas. Misalnya kita punya hpp di angka 50%. Kita jual di 100%. Dari spare itu kita bisa pakai 10 atau 20 persen untuk cost marketing. Nah dari cost marketing itu kita bisa ciptakan gimmick-gimmick voucher atau diskon, seperti buy 1 get 1, atau buy 5 get 1 gitu ya. Mengenai customer loyal, Kalau adsnya sudah ada mungkin lebih mudah lagi karna ada membership dan referral ya itu akan lebih jelas kalau misalkan mereka mengajak orang lain untuk daftar atau join nah itu kita bisa menarik dari situ. Lalu kalau dari membershipnya itu ada poin-poin yang itu bisa dikumpulkan misal pesan beberapa kali poinnya masuk ke level tertentu sesuai banyaknya poin. Itu sinergi semua dengan gimmick, marketingnya jadi ga Cuma “bakar duit” tapi kita juga dapet customer nya secara lebih organik.

Peneliti : Oke. Selanjutnya masuk ke elemen revenue streams. Apa saja jenis pendapatan yang Restoran Ayam Panggang X miliki?

Direksi : Kalau revenue streams Restoran Ayam Panggang X benar-benar dari penjualan, benar-benar dari barang mentah itu kita olah lalu kita jual. Nah revenue streamnya itu.

Peneliti : Apakah ada rencana Restoran Ayam Panggang X untuk menambah revenue streamsnya?

Direksi : Sebenarnya kalau revenue streams ini salah satunya kan franchising, atau dengan re-invest di bisnis lain gitu Cuma kita tidak sih. Karena kepemilikannya 100% punya kita sendiri dan cabang-cabang itu pun karena ada nilai plusnya kita bersinergi dengan industri properti gitu ya, dengan developer internal juga. Lalu juga kalau ada permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan konstruksi pun ada tim yang mendukung juga. Tim marketing juga ada, tim IT ada, dan juga proyek konstruksi semuanya ada. Jadi benar-benar di support secara penuh dengan ekosistem holding gitu. Oleh karena itu fokus revenue streams nya disitu saja.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Baik.. selanjutnya pertanyaan mengenai key resource. Jadi key resource itu dibagi menjadi tiga, yaitu physical asset, intelektual asset dan financial asset. Nah dari Restoran Ayam Panggang X sendiri apa saja aset yang dimiliki?

Direksi : Kalau dari aset yang riil nya pasti barang-barang dan tempat (gedung) ya kita masukan ke aset meskipun ada biaya depresiasi ya itu kita hitung. Jadi aset-aset yang riil itu tempat, barang, peralatan, dan lain-lain. Kalau dari bahan, bisa disebut sebagai aset juga walaupun itu kan stock ya. Lalu SDM juga termasuk aset intelektual. Kalau kita punya crew yang ada sekarang kan kita sudah training, sudah diberi knowledge dan sudah kita bina supaya mereka siap, nah dari situ kita punya sistem ya. Mulai dari kedisiplinan, kenyamanan, dan keamanan mereka, BPJS semua kita siapkan. Jadi mereka disini bisa belajar dan berkarya, kita menjunjung tinggi itu. Jadi sistem juga termasuk dalam intelektual asset, semua SOP, sistem IT, itu menjadi aset juga.

Peneliti : Oke.. kalau dari human asset sendiri, apa saja Masing-Masing job description yang ada di Restoran Ayam Panggang X?

Direksi : kalau di Restoran Ayam Panggang X sendiri yang in charge itu ada owner / manager, staf operasional, staf logistik, staf keuangan, staf marketing, staf IT, sama staf Trainee. Owner / manager yang bertanggung jawab untuk melihat semuanya, menyusun strategi, bersinergi dengan tim marketing dan tim operasional. Operasional termasuk di dalamnya aktivitas sehari-hari outlet, dan melakukan rnd, serta sales masuk ke situ juga. Staf operasional dibantu dengan tim logistik, diawasi dengan tim keuangan juga. Tim keuangan bertugas merekap semua pemasukan dan pengeluaran, mendata-data aset dan liabilities, AP/AR itu dari divisi keuangan. Dari tim logistik bertanggungjawab dalam menyediakan stok, membantu pengadaan aset-aset, dan bersinergi dengan keuangan untuk pengeluaran-pengeluaran atau pembelian bahan. Tim marketing bertugas dalam menyusun strategi marketing, seperti gimmick atau campaign, bersinergi dengan keuangan juga untuk itu. Misal ingin ada menu baru apa, costnya bagaimana. HR juga ada ya tapi dari pusat yang bertugas untuk training, dan mendata semua crew yang ada di outlet, serta yang mengurus kenaikan jabatan karyawan.

Peneliti : Kalau dari aset-aset yang sudah Bapak sebutkan, apakah aset-aset tersebut sudah memadai jalannya bisnis Restoran Ayam Panggang X dengan baik?

Direksi : Sudah. Kalau aset-aset yang idealnya, misal kita punya konsep garden dan konsep riverside, nah itu kita ada dukungan dari SBU 1 dan SBU 2, jadi tim investmenya ada dan tim konstruksinya ada. Kebutuhan kita benar-bener minimum untuk bisa running, tapi juga bukan yang ala kadarnya. Kita sudah ada dukungan dari itu semua. Nah kalau dari SDM, memang kita Masih ada sistem matrix function seperti tadi mungkin HRD nya Masih gabung dengan pusat, keuangan juga demikian, IT juga. Yang benar-benar fokus hanya operasional dan logistik saja. Tapi operasional dan logistik merangkap sebagai kepala toko juga, punya pegangan store Masing-Masing untuk diawasi dan operasional sehari-hari.

Peneliti : Baik.. selanjutnya mengenai aktivitas bisnis Restoran Ayam Panggang X. Apa saja aktivitas utama dalam proses bisnis Restoran Ayam Panggang X?

Direksi : Aktivitas kalau bisa dibidang itu supply chain ya, dari meMastikan supply nya ada, lalu diolah, dan juga demandnya ada. Value added untuk barang-barang mentah,

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mendapatkan barang dari supplier dengan harga serendah-rendahnya, lalu jual ke end user dengan harga yang setinggi-tingginya. Lebih ke supply demand aktivitasnya.

Peneliti : Apakah aktivitas-aktivitas tersebut sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?

Direksi : Semuanya bersinergis ya. Kalau misal kita demandnya banyak, ya kita harus memperbanyak supply, memperbanyak sarana pendukung seperti misalkan gudang, lalu outletnya diperbesar, dan lain sebagainya. Itu kan seiring dengan tumbuhnya demand tadi, semuanya sama penting. Kalau supply nya kita tidak siap, harus kita level up. Mungkin selama ini kita beli bahan A gitu di pasar yang mungkin tidak cukup mumpuni untuk kebutuhan kita yang makin lama makin banyak, nah mungkin kita harus move ke yang pelayanannya lebih besar, yang lebih steady dan supply chainnya pun juga lebih siap, lalu jangkauan pengiriman lebih luas, harga lebih rendah, dan kualitasnya lebih bagus. Jadi lebih fokus ke supply demand.

Peneliti : Baik.. menyinggung soal supplier tadi, siapa saja sih partner bisnis Restoran Ayam Panggang X?

Direksi : Partnernya memang kebanyakan di bahan ya pastinya, supplier-supplier untuk bahan. Kita punya beberapa supplier besar. Supplier besar itu kan ciri-cirinya supply chain yang baik, dan punya cash flow yang baik. Jadi punya beberapa supplier besar, untuk ayam sendiri kita punya cukup besar juga yaitu salah satu top brand di Indonesia. Lalu berasnya juga kita dari supplier besar dengan akses pengiriman yang satu ton perhari. Kita juga mulai merapikan itu semua. Untuk bahan-bahan produksinya kita kerjasama dengan supplier supplier itu tadi.

Peneliti : oke.. masuk ke elemen yang terakhir yaitu cost structure. Apa saja variabel cost dan fixed cost Restoran Ayam Panggang X?

Direksi : Untuk fixed costnya kita sudah ada pengeluaran untuk sewa tempat, untuk operasional yang setiap bulan pasti sudah keluar. Kalau variabel cost mungkin ada cost yang tidak terduga misal listrik itu kan kadang naik kadang turun, lalu bahan-bahan. Selain itu juga ada penggajian, sdm, dan lain-lain itu kan semua sudah masuk ke perhitungan hpp. Jadi dari hpp kita bisa nentuin berapa harga jualnya, kita bisa nentuin untuk cost marketing, dan lain sebagainya kita bisa pakai dari situ.

Peneliti : terkait dengan key Resource Restoran Ayam Panggang X, sumber daya utama Restoran Ayam Panggang X mana sih yang membutuhkan biaya paling besar?

Direksi : kalau dikonversikan pastinya kita fokusnya di SDM ya. Karena kalau aset-aset yang lain itu sudah tercakup di divisi yang lain dan termasuk juga SDM di dalamnya. Jadi SDM itu yang kita fungsikan secara matriks untuk membantu proses bisnis Restoran Ayam Panggang X secara keseluruhan. Sebenarnya bukan cost juga, tapi kita anggap sebagai investment kita. Jadi key resource berupa SDM itu pasti tingkatkan terus dengan cara tidak Cuma hiring yang banyak tapi juga dengan peningkatan-peningkatan skill dan kualitas SDM nya. Makanya tadi kita punya seperti training centre, itukan untuk meningkatnya semua skill-skill dari Crew dan SDM.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Oke baik.. pertanyaannya sampai situ saja pak, sudah selesai. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih banyak buat informasi-informasi yang sudah Bapak sampaikan, dan terima kasih untuk waktu yang sudah diluangkan.



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Lampiran 4 Dokumen Member Check

### MEMBER CHECK

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Restoran Ayam Panggang X  
Pekerjaan : Manajer Restoran Ayam Panggang X

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Mellisa Magdalena Yudha  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta  
Jurusan : Administrasi Niaga  
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis Terapan  
NIM : 1805421001

Saya tidak keberatan apabila nama yang ada dalam penelitian ini dicantumkan guna keperluan kebutuhan data dalam penelitian.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Depok, 27 Juni 2022

(Restoran Ayam Panggang X)

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**MEMBER CHECK**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Restoran Ayam Panggang X  
Pekerjaan : CEO Ayam Panggang X

Menyatakan benar bahwa telah dilaksanakan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana disebut di bawah ini:

Nama : Mellisa Magdalena Yudha  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta  
Jurusan : Administrasi Niaga  
Program Studi : D4 Administrasi Bisnis Terapan  
NIM : 1805421001

Saya tidak keberatan apabila nama yang ada dalam penelitian ini dicantumkan guna keperluan kebutuhan data dalam penelitian.

Demikian disampaikan, semoga data ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Depok, 4 Juli 2022

(Restoran Ayam Panggang X)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 5 Kuesioner QSPM

### KUESIONER PENELITIAN QSPM RESTORAN AYAM PANGGANG X

#### Tujuan :

Untuk mendapatkan penilaian dari masing-masing faktor strategi internal dan eksternal berdasarkan hasil yang didapatkan dari responden dengan cara memberikan nilai AS pada setiap pernyataan untuk melihat seberapa besar nilai faktor strategis tersebut dalam mempengaruhi atau menentukan keberhasilan perusahaan.

Pemilihan alternatif strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan matrik QSPM yang merupakan tahap akhir dari analisis formulasi strategi. Alternatif ini berasal dari hasil penetapan strategi yang didasarkan pada analisis SWOT yaitu faktor internal dan eksternal sebelumnya.

#### PENENTUAN MATRIKS QSPM

Adapun alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi, yaitu:

1. Fokus dan kembangkan value sebagai brand *fnb tech* dibandingkan sebagai brand *healthy food*.
2. Melakukan riset pada pasar digital secara berkesinambungan untuk mengidentifikasi peluang-peluang yang ada.
3. Melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran agar segmentasi, *targeting*, dan *positioning* lebih terfokus.
4. Memperluas relasi bisnis yaitu bekerjasama dengan perusahaan jasa seperti EO dan WO.
5. Membuat promosi yang lebih menarik yang didasarkan pada riset pelanggan agar tidak kalah dengan pesaing.
6. Menambah karyawan baru supaya aktivitas operasional dan manajerial dapat bersinergi dengan baik.
7. Meningkatkan alokasi biaya pemasaran untuk meningkatkan penjualan.
8. Membuat peraturan yang lebih tegas bagi karyawan yang melanggar SOP.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Petunjuk pengisian

1. Berikan skor / peringkat pada masing - masing matriks tahap pencocokan dari alternatif strategi yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan di perusahaan dengan menggunakan parameter angka sebagai berikut:

**Peringkat 1** : strategi yang tidak memiliki daya tarik

**Peringkat 2** : strategi yang daya tariknya rendah

**Peringkat 3** : strategi yang daya tariknya sedang

**Peringkat 4** : strategi yang daya tariknya tinggi

2. Penentuan daya tarik strategi merupakan pandangan masing-masing responden terhadap faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal Restoran Ayam Panggang X.



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

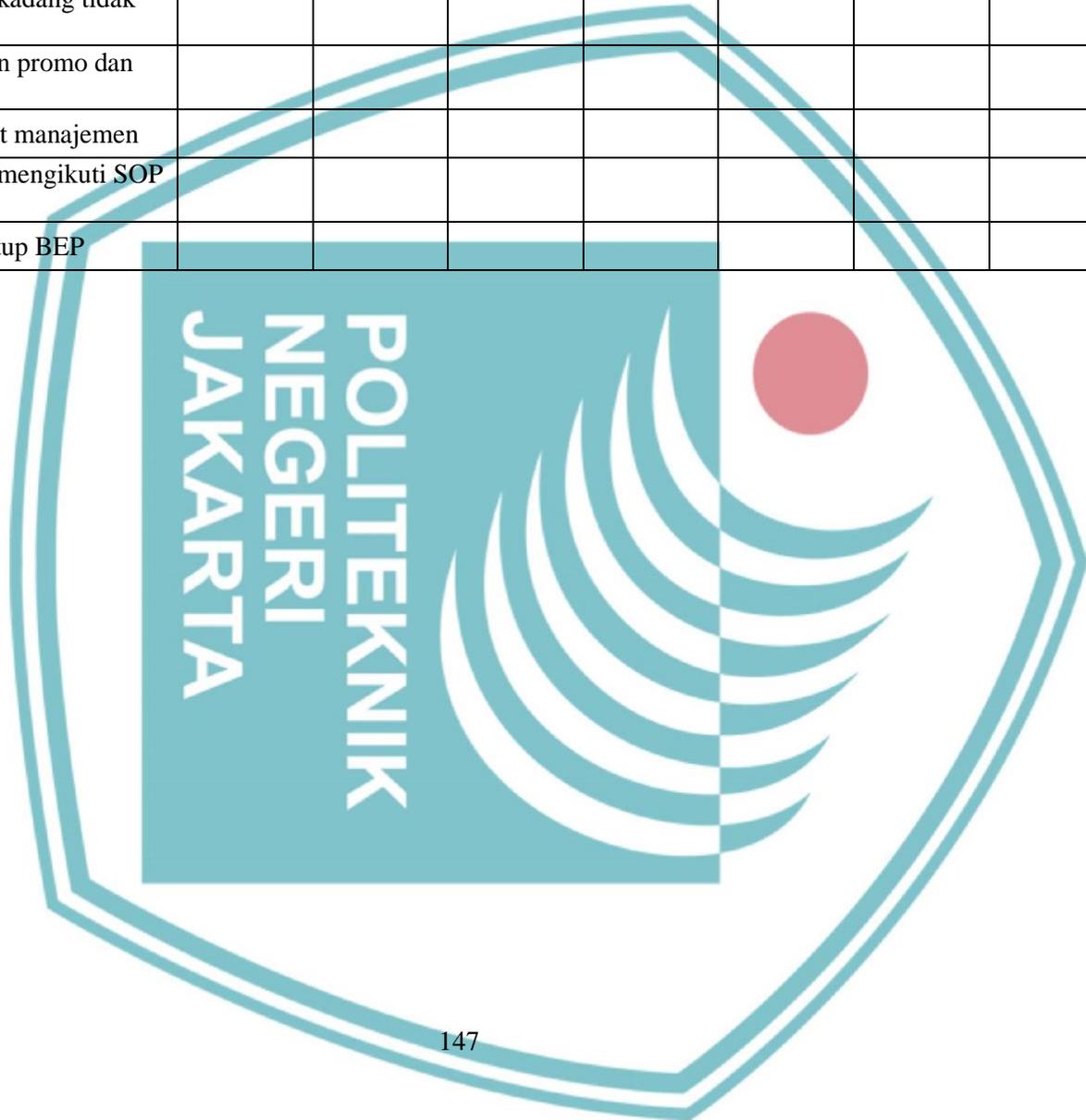
Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Kekuatan</b>								
Konsep bisnis yang dimiliki cocok untuk konsumen Generasi Z								
Memiliki produk ayam panggang dengan cita rasa yang otentik								
Unggul karena memanfaatkan teknologi, sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas								
Diskon dan promo yang ditawarkan sangat bervariasi								
Semua aset di dukung dari perusahaan <i>holding</i>								
Aktivitas penjualan dengan aplikasi OFD dilakukan dengan teratur								
Biaya operasional tergolong rendah								
<b>Kelemahan</b>								
Segmentasi pasar tidak terfokus								
<i>Branding</i> mengenai <i>healthy food</i> yang tidak kuat								
Memiliki menu yang kontradiktif dengan <i>value</i> yang dimiliki								
Aplikasi OFD tidak bisa menentukan sendiri <i>marketing campaign</i> yang diinginkan								



- Hak Cipta :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Pelayanan yang diberikan terkadang tidak konsisten								
Customer kurang puas dengan promo dan diskon yang ditawarkan								
Kurangnya SDM pada tingkat manajemen								
SDM yang ada kadang tidak mengikuti SOP yang berlaku								
Pendapatan yang tidak menutup BEP								





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Peluang</b>								
Pasar yang masih terbuka luas								
Inovasi berupa pembuatan aplikasi dapat menjadi lebih dikenal								
Perilaku masyarakat Indonesia yang gemar memesan makanan melalui aplikasi								
Platform selalu mengadakan program-program promosi yang menarik untuk diikuti								
Dengan pulihnya pandemi peluang untuk <i>catering event</i> kembali terbuka								
Proyek dari perusahaan <i>holding</i> yang terus bertambah setiap tahunnya								
Peluang memperluas relasi bisnis dengan <i>supplier</i> besar								
<b>Ancaman</b>								
Persaingan bisnis ayam panggang yang ketat di daerah Depok								
Terdapat beberapa bisnis yang memiliki produk yang serupa								
Sangat banyak merchant yang terdaftar pada aplikasi OFD								
Pesaing membuat program promosi yang lebih menarik								

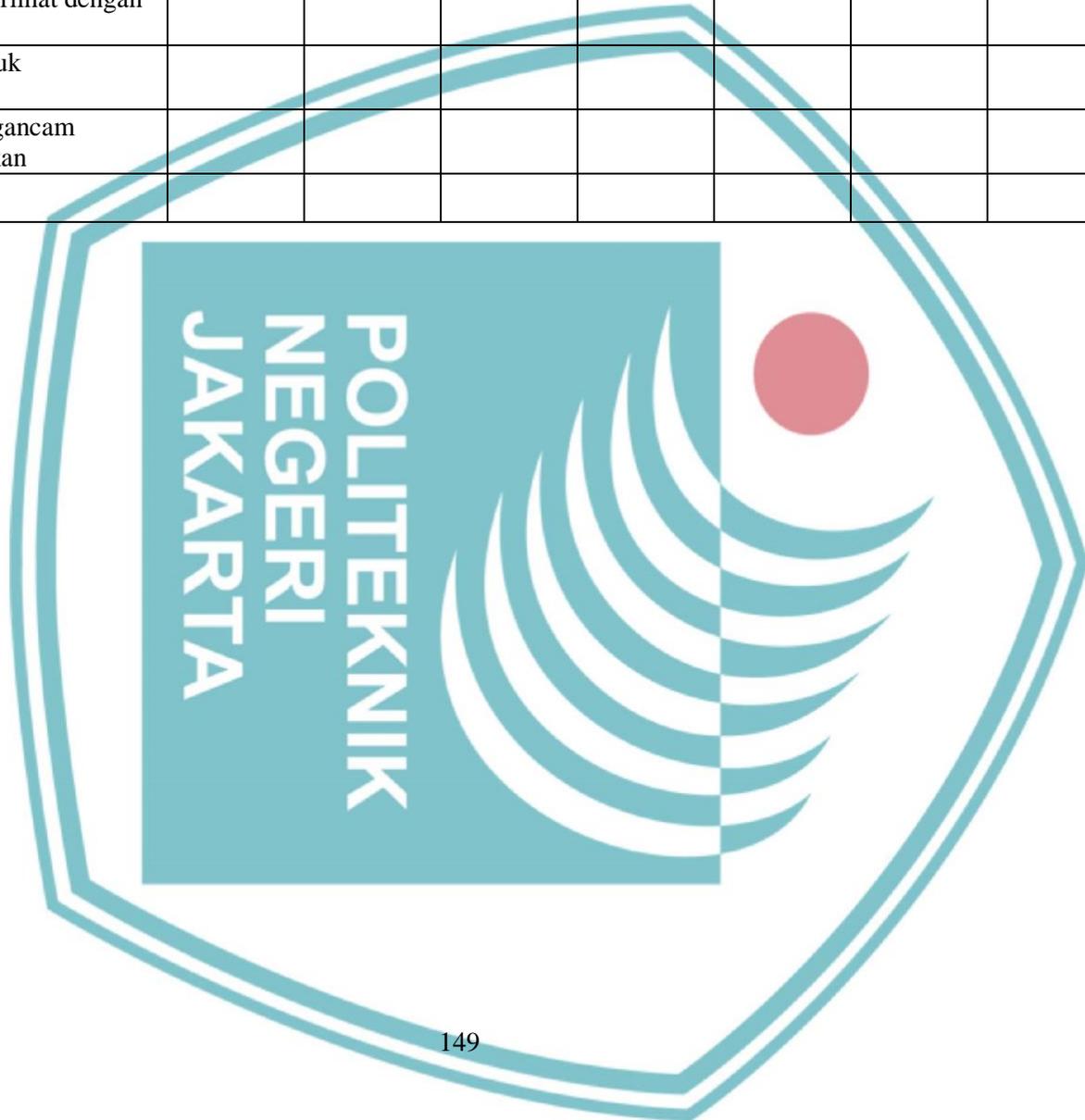


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Review pada aplikasi dapat terlihat dengan jelas dan tidak tersaring								
Belum bisa <i>explore</i> lebih untuk memperluas pasar digital								
Pelanggaran SOP dapat mengancam kualitas produk yang dihasilkan								
Fluktuasi harga bahan baku								





Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 6 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal dan Internal

Kekuatan	Rating	Bobot
Konsep bisnis yang dimiliki cocok untuk konsumen Generasi Z	4	0,1818
Memiliki produk ayam panggang dengan cita rasa yang otentik	3	0,1364
Unggul karena memanfaatkan teknologi, sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas	5	0,2273
Diskon dan promo yang ditawarkan sangat bervariasi	2	0,0909
Semua aset di dukung dari perusahaan <i>holding</i>	2	0,0909
Aktivitas penjualan dengan aplikasi OFD dilakukan dengan teratur	3	0,1364
Biaya operasional tergolong rendah	3	0,1364
Kelemahan	Rating	Bobot
Segmentasi pasar tidak terfokus	3	0,0833
<i>Branding</i> mengenai <i>healthy food</i> yang tidak kuat	5	0,1389
Memiliki menu yang kontradiktif dengan <i>value</i> yang dimiliki	5	0,1389
Aplikasi OFD tidak bisa menentukan sendiri <i>marketing campaign</i> yang diinginkan	4	0,1111
Pelayanan yang diberikan terkadang tidak konsisten	4	0,1111
Customer kurang puas dengan promo dan diskon yang ditawarkan	4	0,1111
Kurangnya SDM pada tingkat manajemen	3	0,0833
SDM yang ada kadang tidak mengikuti SOP yang berlaku	5	0,1389
Pendapatan yang tidak menutup BEP	3	0,0833
Peluang	Rating	Bobot
Pasar yang masih terbuka luas	3	0,1250
Inovasi berupa pembuatan aplikasi dapat menjadi lebih dikenal	4	0,1667
Perilaku masyarakat Indonesia yang gemar memesan makanan melalui aplikasi	3	0,1250



- Hak Cipta :  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Platform selalu mengadakan program-program promosi yang menarik untuk diikuti	3	0,1250
Dengan pulihnya pandemi peluang untuk <i>catering event</i> kembali terbuka	4	0,1667
Proyek dari perusahaan <i>holding</i> yang terus bertambah setiap tahunnya	4	0,1667
Peluang memperluas relasi bisnis dengan <i>supplier</i> besar	3	0,1250
Ancaman	Rating	Bobot
Persaingan bisnis ayam panggang yang ketat di daerah Depok	3	0,0938
Terdapat beberapa bisnis yang memiliki produk yang serupa	4	0,1250
Sangat banyak merchant yang terdaftar pada aplikasi OFD	4	0,1250
Pesaing membuat program promosi yang lebih menarik	5	0,1563
<i>Review</i> pada aplikasi dapat terlihat dengan jelas dan tidak tersaring	5	0,1563
Belum bisa <i>explore</i> lebih untuk memperluas pasar digital	4	0,1250
Pelanggaran SOP dapat mengancam kualitas produk yang dihasilkan	4	0,1250
Fluktuasi harga bahan baku	3	0,0938



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 7 Jawaban Kuesioner QSPM

Informan HS

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Kekuatan</b>								
Konsep bisnis yang dimiliki cocok untuk konsumen Generasi Z	3	4	4	2	4	2	4	2
Memiliki produk ayam panggang dengan cita rasa yang otentik	3	4	4	3	4	3	4	3
Unggul karena memanfaatkan teknologi, sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas	4	4	3	3	4	2	4	2
Diskon dan promo yang ditawarkan sangat bervariasi	3	4	4	3	4	2	4	2
Semua aset di dukung dari perusahaan <i>holding</i>	4	4	3	4	4	3	3	3
Aktivitas penjualan dengan aplikasi OFD dilakukan dengan teratur	3	4	3	2	3	3	3	3
Biaya operasional tergolong rendah	2	2	3	2	3	3	4	2
<b>Kelemahan</b>								
Segmentasi pasar tidak terfokus	4	4	4	3	3	3	4	2
<i>Branding</i> mengenai <i>healthy food</i> yang tidak kuat	4	4	4	3	3	3	4	2
Memiliki menu yang kontradiktif dengan <i>value</i> yang dimiliki	4	4	4	3	4	3	3	2
Aplikasi OFD tidak bisa menentukan sendiri <i>marketing campaign</i> yang diinginkan	4	3	3	2	4	3	3	2
Pelayanan yang diberikan terkadang tidak konsisten	3	3	2	3	2	4	2	4
Customer kurang puas dengan promo dan diskon yang ditawarkan	2	4	4	3	4	3	4	2
Kurangnya SDM pada tingkat manajemen	2	3	2	4	2	4	2	4
SDM yang ada kadang tidak mengikuti SOP yang berlaku	3	2	2	4	2	4	2	4
Pendapatan yang tidak menutup BEP	3	3	3	4	3	3	4	2



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Peluang</b>								
Pasar yang masih terbuka luas	4	4	4	3	4	4	4	2
Inovasi berupa pembuatan aplikasi dapat menjadi lebih dikenal	4	3	4	3	4	3	4	2
Perilaku masyarakat Indonesia yang gemar memesan makanan melalui aplikasi	4	4	4	3	4	2	4	2
Platform selalu mengadakan program-program promosi yang menarik untuk diikuti	4	4	3	3	4	3	4	2
Dengan pulihnya pandemi peluang untuk <i>catering event</i> kembali terbuka	3	4	3	4	3	4	3	4
Proyek dari perusahaan <i>holding</i> yang terus bertambah setiap tahunnya	4	4	2	4	2	4	2	3
Peluang memperluas relasi bisnis dengan <i>supplier</i> besar	4	4	2	4	2	3	2	2
<b>Ancaman</b>								
Persaingan bisnis ayam panggang yang ketat di daerah Depok	4	4	4	4	4	2	4	3
Terdapat beberapa bisnis yang memiliki produk yang serupa	3	3	4	4	4	2	4	3
Sangat banyak merchant yang terdaftar pada aplikasi OFD	4	3	4	3	4	3	4	3
Pesaing membuat program promosi yang lebih menarik	3	4	4	3	4	3	4	2
<i>Review</i> pada aplikasi dapat terlihat dengan jelas dan tidak tersaring	4	4	3	2	2	3	2	4
Belum bisa <i>explore</i> lebih untuk memperluas pasar digital	4	4	3	4	4	4	3	3
Pelanggaran SOP dapat mengancam kualitas produk yang dihasilkan	3	3	2	4	2	4	3	4
Fluktuasi harga bahan baku	3	3	2	3	2	2	3	2



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Informan RA

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Kekuatan</b>								
Konsep bisnis yang dimiliki cocok untuk konsumen Generasi Z	3	4	4	3	4	3	4	4
Memiliki produk ayam panggang dengan cita rasa yang otentik	3	4	3	3	3	3	4	3
Unggul karena memanfaatkan teknologi, sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas	4	4	3	3	3	3	3	4
Diskon dan promo yang ditawarkan sangat bervariasi	3	4	3	4	4	3	4	3
Semua aset di dukung dari perusahaan <i>holding</i>	2	2	3	4	3	3	2	3
Aktivitas penjualan dengan aplikasi OFD dilakukan dengan teratur	4	4	3	2	3	2	3	2
Biaya operasional tergolong rendah	2	2	2	3	3	2	3	2
<b>Kelemahan</b>								
Segmentasi pasar tidak terfokus	4	4	4	2	2	2	3	2
<i>Branding</i> mengenai <i>healthy food</i> yang tidak kuat	4	3	3	3	3	3	4	3
Memiliki menu yang kontradiktif dengan <i>value</i> yang dimiliki	4	2	3	3	4	2	3	3
Aplikasi OFD tidak bisa menentukan sendiri <i>marketing campaign</i> yang diinginkan	3	4	3	3	3	3	2	2
Pelayanan yang diberikan terkadang tidak konsisten	2	2	2	2	2	4	3	4
Customer kurang puas dengan promo dan diskon yang ditawarkan	3	4	4	3	4	2	3	3
Kurangnya SDM pada tingkat manajemen	3	3	3	3	3	4	3	3
SDM yang ada kadang tidak mengikuti SOP yang berlaku	3	3	3	3	3	3	3	4
Pendapatan yang tidak menutup BEP	4	4	4	4	4	2	4	3



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Peluang</b>								
Pasar yang masih terbuka luas	4	4	4	4	3	3	4	3
Inovasi berupa pembuatan aplikasi dapat menjadi lebih dikenal	4	3	3	3	3	3	3	3
Perilaku masyarakat Indonesia yang gemar memesan makanan melalui aplikasi	3	4	4	3	4	3	3	3
Platform selalu mengadakan program-program promosi yang menarik untuk diikuti	4	4	4	4	4	3	3	3
Dengan pulihnya pandemi peluang untuk <i>catering event</i> kembali terbuka	3	4	3	4	3	3	3	3
Proyek dari perusahaan <i>holding</i> yang terus bertambah setiap tahunnya	3	3	3	3	3	3	3	3
Peluang memperluas relasi bisnis dengan <i>supplier</i> besar	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>Ancaman</b>								
Persaingan bisnis ayam panggang yang ketat di daerah Depok	3	4	4	4	3	3	3	3
Terdapat beberapa bisnis yang memiliki produk yang serupa	3	3	3	3	3	3	3	3
Sangat banyak merchant yang terdaftar pada aplikasi OFD	3	4	4	3	3	3	3	3
Pesaing membuat program promosi yang lebih menarik	3	4	3	3	4	3	3	3
<i>Review</i> pada aplikasi dapat terlihat dengan jelas dan tidak tersaring	4	4	4	3	3	4	3	4
Belum bisa <i>explore</i> lebih untuk memperluas pasar digital	3	4	4	3	3	3	3	3
Pelanggaran SOP dapat mengancam kualitas produk yang dihasilkan	3	3	3	3	3	4	3	4
Fluktuasi harga bahan baku	3	3	3	3	3	3	3	3



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Informan AG

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Kekuatan</b>								
Konsep bisnis yang dimiliki cocok untuk konsumen Generasi Z	4	3	3	3	4	2	4	2
Memiliki produk ayam panggang dengan cita rasa yang otentik	4	3	3	3	4	3	3	3
Unggul karena memanfaatkan teknologi, sehingga dapat menjangkau masyarakat secara luas	3	3	3	3	4	2	3	2
Diskon dan promo yang ditawarkan sangat bervariasi	4	3	3	3	4	2	3	3
Semua aset di dukung dari perusahaan <i>holding</i>	3	2	2	2	3	3	3	3
Aktivitas penjualan dengan aplikasi OFD dilakukan dengan teratur	3	3	2	2	3	3	3	2
Biaya operasional tergolong rendah	3	3	2	3	3	3	4	2
<b>Kelemahan</b>								
Segmentasi pasar tidak terfokus	3	4	3	3	3	3	4	2
<i>Branding</i> mengenai <i>healthy food</i> yang tidak kuat	3	4	3	3	3	3	4	2
Memiliki menu yang kontradiktif dengan <i>value</i> yang dimiliki	3	3	3	2	3	3	3	2
Aplikasi OFD tidak bisa menentukan sendiri <i>marketing campaign</i> yang diinginkan	2	3	3	3	3	3	3	2
Pelayanan yang diberikan terkadang tidak konsisten	3	2	2	2	2	4	2	4
Customer kurang puas dengan promo dan diskon yang ditawarkan	3	4	3	2	2	3	2	3
Kurangnya SDM pada tingkat manajemen	4	2	2	4	2	4	2	3
SDM yang ada kadang tidak mengikuti SOP yang berlaku	2	2	2	2	2	4	2	4
Pendapatan yang tidak menutup BEP	4	4	3	4	3	2	3	3



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Faktor Strategi	Alternatif Strategi							
	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6	Strategi 7	Strategi 8
<b>Peluang</b>								
Pasar yang masih terbuka luas	3	4	4	4	4	2	4	2
Inovasi berupa pembuatan aplikasi dapat menjadi lebih dikenal	3	3	3	3	3	2	4	2
Perilaku masyarakat Indonesia yang gemar memesan makanan melalui aplikasi	3	4	4	3	4	2	4	2
Platform selalu mengadakan program-program promosi yang menarik untuk diikuti	4	4	4	4	3	2	4	2
Dengan pulihnya pandemi peluang untuk <i>catering event</i> kembali terbuka	4	4	3	4	3	3	3	3
Proyek dari perusahaan <i>holding</i> yang terus bertambah setiap tahunnya	3	3	3	3	3	3	4	3
Peluang memperluas relasi bisnis dengan <i>supplier</i> besar	3	3	3	3	2	3	2	2
<b>Ancaman</b>								
Persaingan bisnis ayam panggang yang ketat di daerah Depok	3	4	4	4	4	3	4	2
Terdapat beberapa bisnis yang memiliki produk yang serupa	3	3	3	3	4	3	3	2
Sangat banyak merchant yang terdaftar pada aplikasi OFD	4	4	4	3	4	3	4	2
Pesaing membuat program promosi yang lebih menarik	4	4	3	3	4	3	4	2
<i>Review</i> pada aplikasi dapat terlihat dengan jelas dan tidak tersaring	3	4	4	3	4	4	3	3
Belum bisa <i>explore</i> lebih untuk memperluas pasar digital	3	4	4	3	4	4	3	3
Pelanggaran SOP dapat mengancam kualitas produk yang dihasilkan	3	3	3	3	3	4	3	4
Fluktuasi harga bahan baku	3	3	3	3	3	2	3	2



Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Matriks QSPM

Faktor Strategi	Bobot	Strategi Alternatif															
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8	
Kekuatan		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1	0,1818	3	0,61	4	0,67	4	0,67	3	0,48	4	0,73	2	0,42	4	0,73	3	0,48
2	0,1364	3	0,45	4	0,50	3	0,45	3	0,41	4	0,50	3	0,41	4	0,50	3	0,41
3	0,2273	4	0,83	4	0,83	3	0,68	3	0,68	4	0,83	2	0,53	3	0,76	3	0,61
4	0,0909	3	0,30	4	0,33	3	0,30	3	0,30	4	0,36	2	0,21	4	0,33	3	0,24
5	0,0909	3	0,27	3	0,24	3	0,24	3	0,30	3	0,30	3	0,27	3	0,24	3	0,27
6	0,1364	3	0,45	4	0,50	3	0,36	2	0,27	3	0,41	3	0,36	3	0,41	2	0,32
7	0,1364	2	0,32	2	0,32	2	0,32	3	0,36	3	0,41	3	0,36	4	0,50	2	0,27
Kelemahan																	
1	0,0833	4	0,31	4	0,33	4	0,31	3	0,22	3	0,22	3	0,22	4	0,31	2	0,17
2	0,1389	4	0,51	4	0,51	3	0,46	3	0,42	3	0,42	3	0,42	4	0,56	2	0,32
3	0,1389	4	0,51	3	0,42	3	0,46	3	0,37	4	0,51	3	0,37	3	0,42	2	0,32
4	0,1111	3	0,33	3	0,37	3	0,33	3	0,30	3	0,37	3	0,33	3	0,30	2	0,22
5	0,1111	3	0,30	2	0,26	2	0,22	2	0,26	2	0,22	4	0,44	2	0,26	4	0,44
6	0,1111	3	0,30	4	0,44	4	0,41	3	0,30	3	0,37	3	0,30	3	0,33	3	0,30
7	0,0833	3	0,25	3	0,22	2	0,19	4	0,31	2	0,19	4	0,33	2	0,19	3	0,28
8	0,1389	3	0,37	2	0,32	2	0,32	3	0,42	2	0,32	4	0,51	2	0,32	4	0,56
9	0,0833	4	0,31	4	0,31	3	0,28	4	0,33	3	0,28	2	0,19	4	0,31	3	0,22
Peluang																	



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

1	0,1250	4	0,46	4	0,50	4	0,50	4	0,46	4	0,46	3	0,38	4	0,50	2	0,29
2	0,1667	4	0,61	3	0,50	3	0,56	3	0,50	3	0,56	3	0,44	4	0,61	2	0,39
3	0,1250	3	0,42	4	0,50	4	0,50	3	0,38	4	0,50	2	0,29	4	0,46	2	0,29
4	0,1250	4	0,50	4	0,50	4	0,46	4	0,46	4	0,46	3	0,33	4	0,46	2	0,29
5	0,1667	3	0,56	4	0,67	3	0,50	4	0,67	3	0,50	3	0,56	3	0,50	3	0,56
6	0,1667	3	0,56	3	0,56	3	0,44	3	0,56	3	0,44	3	0,56	3	0,50	3	0,50
7	0,1250	3	0,42	3	0,42	3	0,33	3	0,42	2	0,29	3	0,38	2	0,29	2	0,29
Ancaman																	
1	0,0938	3	0,31	4	0,38	4	0,38	4	0,38	4	0,34	3	0,25	4	0,34	3	0,25
2	0,1250	3	0,38	3	0,38	3	0,42	3	0,42	4	0,46	3	0,33	3	0,42	3	0,33
3	0,1250	4	0,46	4	0,50	4	0,50	3	0,38	4	0,46	3	0,38	4	0,46	3	0,33
4	0,1563	3	0,52	4	0,63	3	0,52	3	0,47	4	0,63	3	0,47	4	0,57	2	0,36
5	0,1563	4	0,57	4	0,63	4	0,57	3	0,42	3	0,47	4	0,57	3	0,42	4	0,57
6	0,1250	3	0,42	4	0,50	4	0,46	3	0,42	4	0,46	4	0,46	3	0,38	3	0,38
7	0,1250	3	0,38	3	0,38	3	0,33	3	0,42	3	0,33	4	0,50	3	0,38	4	0,50
8	0,0938	3	0,28	3	0,28	3	0,25	3	0,28	3	0,25	2	0,22	3	0,28	2	0,22
			13,24		13,87		12,74		12,33		13,06		11,80		13,02		11,00



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 9 CURRICULUM VITAE



### MELLISA MAGDALENA YUDHA

Depok, Jawa Barat • (+61) 896-4892-8171 • mellisayudha08@gmail.com  
www.linkedin.com/in/mellisayudha

#### BUSINESS ADMINISTRATION

A fast learner and passionate Business Administration student with a keen interest in business development and strategic partnership. I have had several experiences in business development area as a partnerships intern and still willing to learn new things.

#### EDUCATION

**Undergraduate Business Administration Student – Politeknik Negeri Jakarta** 2018 – 2022  
*Coursework includes: Human Resource Management, Business Communication, Marketing Management, Public Relation, Office Management, Leadership and Supervision, and Document Management.*  
Current GPA: 3.86/4.00

**Office Administration Graduate Student – SMK Perintis 1 Depok** 2015 – 2018  
No.1 Best Graduate Student of Office Administration Study Program 2018

#### WORK EXPERIENCE

**Business Development Intern – PT. Propertree Investa Cendekia** August 2021 – November 2021

Propertree is a financial technology firm that finances real estate projects that digitally connect Developer Partners with communities.

- Actively seek business partnership opportunities to support and improve the quality of business performance.
- Approach potential business partners by using e-mail marketing and Whatsapp business.
- Create proposal documents needed in collaboration with partners and conduct sales meetings and presentations with supervisors.
- ✓ During the internship period, got a total of 10 business partners to cooperate with Propertree.

**Partnership Officer Intern – Pateron Indonesia** April 2021 – June 2021

Pateron is an Edu-Tech Startup that aims to help students to prepare for higher education selection and also provide various information about education.

- Collaborated with existing and new partners to identify projects for support and work with them to achieve company's business goals.
- Involved in a project called Pateron National English Olympiad Competition as a partnership officer.
- Found new media partners for Pateron National English Olympiad Competition project and executing the partnership scheme.
- Negotiated the partnership deals with all the media partners and ensure that it has mutually beneficial partnership terms.
- ✓ Through this project, sales have increased by 30% from previous project.

**Business Development Intern – Kausa Indonesia** March 2021 – June 2021

KAUSA Indonesia is a fashion brand that combines recycled materials, Indonesian cultural fabrics, and sustainable vision.

- Analysed industry trends to accordingly develop business strategies for revenue generation.
- Conducted a research to establish pricing strategies and guidelines for new product development.
- Manage and implemented e-commerce strategy to improve marketplace performance.
- Found the eco-friendly influencers who are suitable to become brand ambassadors in order to help raise brand awareness and increase sales.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Strategic Partnership Officer – PT. Sinergi Ketahanan Pangan

Dec 2020 – Feb 2021

PT. Sinergi Ketahanan Pangan is a Poultry Farm Technology Startup that contributes to enhancing Indonesia's food security.

- Conducted a research and analysed market in order to develop business growth and identified partnership opportunities.
- Maintain and build strong relationships with company stakeholders and collaborated closely with colleagues to improve overall customer.
- Processes partners feedback data to determine whether partners are satisfied with company products and services.
- ✓ Made a partnership agreement with a supplier to provide the client's needs of 2 tons of broiler chicken.

### VOLUNTEER

#### Public Relations Staff

Nov 2019 – Nov 2019

Meet and Greet Mahasiswa Administrasi Bisnis

Collaborating and communicating with necessary constituents and the public, publish information needed by new students on social media.

#### Public Relations Coordinator

Jul 2019 – Jul 2019

Penerimaan Mahasiswa Baru POSA PNJ

Prepare and distribute press releases, collaborate with internal teams (event manager), and manage PR issues.

### COURSES CERTIFICATE

#### Sertifikat Kompetensi Tenaga Pemasar Operasional

December 2021

*Badan Nasional Sertifikasi Kompetensi*

#### Introduction to Psychology: The Psychology of Personality

August 2020

*Monash University*

#### Communication and Interpersonal Skills at Work

August 2020

*University of Leeds*

#### Get Creative with People to Solve Problems

Jul 2020

*Institute of Coding*

#### Microsoft Word Online Course

Jul 2020

*ARCADMAPRENEUR*

#### The Basic International Table Manner

Nov 2019

*The Margo Hotel*

#### Sertifikat Kompetensi Mail Handling

Oct 2019

*Badan Nasional Sertifikasi Kompetensi*

### SKILLS

Soft Skills	Practical Skills
Effective communication	Ms. Word
Well-organized	Ms. Excel
Detail oriented	Ms. Power Point
Active learning	Filing / document management
Team working	Mail handling
Problem solving	Typing speed

### PROFESSIONAL REFERENCES

1. Dwi Rahayu Prihandini - Strategic Partnerships Manager at PT. Sinergi Ketahanan Pangan  
Contact: Jakarta, Indonesia, (+62)896-4892-8171, [dwinrahayu.prihandini@gmail.com](mailto:dwinrahayu.prihandini@gmail.com)
2. Debrina Emily – Chief Executive Office of KAUSA Indonesia  
Contact: (+62)812-8997-0400, LinkedIn: Debrina Emily



- Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merujuk kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 10 Surat Pernyataan Pembimbing Materi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
 RISET, DAN TEKNOLOGI  
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
 JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG H  
 Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425  
 Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034  
 Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: [humas@pnj.ac.id](mailto:humas@pnj.ac.id)

**SURAT TUGAS PEMBIMBING MATERI**  
 Nomor : 03/PL.3.11/PK.04.11/2022

Kepala Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta  
 menugaskan kepada :

Nama : Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si  
 Jabatan : Ketua Jurusan

Untuk menjadi Pembimbing Materi dalam pembuatan laporan Skripsi mahasiswa

Nama : MELLISA MAGDALENA YUDHA  
 Nim/Kelas : 1805421001/ABT 8B  
 Bidang : Management Strategi  
 Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *BUSINESS MODEL CANVAS* pada Restoran Ayam Panggang X Depok

Demikian surat tugas ini dibuat agar diperhatikan dan dijalankan sebagaimana mestinya.

Depok, 25 Maret 2022  
 KPS Adm inistrasi Bisnis Terapan

  
 Husni Barry, S.E.,M.S.M  
 NIP 198807012014041002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
 RISET, DAN TEKNOLOGI  
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
 JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG H  
 Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425  
 (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034  
 Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: [humas@pnj.ac.id](mailto:humas@pnj.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING MATERI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si  
 Jabatan : Ketua Jurusan

Menyatakan bahwa

Nama : MELLISA MAGDALENA YUDHA  
 Nim/Kelas : 1805421001/ABT 8B  
 Bidang : Management Strategi  
 Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *BUSINESS MODEL CANVAS* pada Restoran Ayam Panggang X Depok

Telah dinyatakan selesai melaksanakan pembimbingan .

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab

Depok, 27 Juli 2022  
 Dosen Pembimbing Materi

  
 Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si  
 NIP 196501311989032001



- Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
 RISET, DAN TEKNOLOGI  
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
 JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG  
 Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425  
 Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034 Laman :  
<http://www.pnj.ac.id> e-pos: [humas@pnj.ac.id](mailto:humas@pnj.ac.id)

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN MATERI

Nama Mahasiswa : Mellisa Magdalena Yudha  
 NIM/ Kelas : 1805421001/ABT8B  
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *BU/SINIS*  
*MODEL CANVAS* pada Restoran Ayam Panggang X Depok

Dosen pembimbing Materi : Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si

No	Konsultasi		Materi Konsultasi
	Tanggal	Paraf Pembimbing	
1	20/03/22		Pengiriman proposal awal untuk penelitian skripsi.
2	31/03/22		Pengiriman proposal bab 1 dan file CV.
3	07/04/22		Bimbingan untuk pengarahannya penyusunan proposal skripsi melalui Google Meet.
4	07/04/22		Feedback atas proposal bab 1 dari bu Iis.
5	08/04/22		Pengiriman file revisi proposal bab 1.
6	11/04/22		Feedback atas file revisi proposal bab 1 dari bu Iis, serta approval untuk melanjutkan bab 2.
7	25/04/22		Pengiriman proposal bab 2.
8	27/04/22		Feedback atas proposal bab 2 dari bu Iis.
9	27/04/22		Pengiriman file revisi proposal bab 2.
10	08/05/22		Approval untuk melanjutkan bab 3 dari bu Iis.
11	10/05/22		Pengiriman proposal bab 3.

12	16/05/22		Feedback atas proposal bab 3 dari bu Iis.
13	17/05/22		Pengiriman file revisi proposal bab 3.
14	19/05/22		Approval atas proposal bab 3 serta persiapan untuk pendaftaran semper.
15	25/07/22		Pengiriman file skripsi BAB I – BAB V.
16	26/07/22		Feedback atas file skripsi BAB I – BAB V.
17	26/07/22		Pengiriman file revisi BAB I – BAB V.
18	27/07/22		Approval BAB I – BAB V.

Catatan :

Lembar konsultasi ini diserahkan pada waktu mendaftar sidang

Depok, 28 Juli 2022  
 Pembimbing Materi

Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si  
 NIP. 196501311989032001



- Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merujuk kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 11 Surat Pernyataan Pembimbing Teknis



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
 RISET, DAN TEKNOLOGI  
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
 JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG H  
 Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425  
 Telepon (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034  
 Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: [humas@pnj.ac.id](mailto:humas@pnj.ac.id)

SURAT TUGAS PEMBIMBING TEKNIS  
 Nomor : 03/PL.3.11/PK/2022

Kepala Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta  
 menugaskan kepada :

Nama : **Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd**  
 Jabatan : Dosen

Untuk menjadi Pembimbing Teknis dalam pembuatan laporan Skripsi mahasiswa

Nama : MELLISA MAGDALENA YUDHA  
 Nim/Kelas : 1805421001/ABT 8B  
 Bidang : Management Strategi  
 Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan  
 Pendekatan *BUSINESS MODEL CANVAS* pada  
 Restoran Ayam Panggang X Depok

Demikian surat tugas ini dibuat agar diperhatikan dan dijalankan sebagaimana mestinya.

Depok, 29 Juli 2022  
 KPS Administrasi Bisnis Terapan

  
 Husni Barry, S.E.,M.S.M  
 NIP 198807012014041002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
 RISET, DAN TEKNOLOGI  
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
 JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA, GEDUNG H  
 Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425  
 (021) 7270036/7863538, Hunting Fax (021) 7270034  
 Laman : <http://www.pnj.ac.id> e-pos: [humas@pnj.ac.id](mailto:humas@pnj.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING TEKNIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd**  
 Jabatan : Dosen

Menyatakan bahwa

Nama : MELLISA MAGDALENA YUDHA  
 Nim/Kelas : 1805421001/ABT 8B  
 Bidang : Management Strategi  
 Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha  
 dengan Pendekatan *BUSINESS MODEL*  
*CANVAS* pada Restoran Ayam Panggang X  
 Depok

Telah dinyatakan selesai melaksanakan pembimbingan .

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab

Depok, 10 Agustus 2022  
 Dosen Pembimbing Teknis

  
**Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd**  
 NIP 198711122019032011



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JURUSAN ADMINISTRASI NEGARA, GEDUNG II  
Jalan Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425  
Telepon (021) 7270036/7863538, Handing Fax (021) 7270034  
Laman : <http://www.tri.ac.id> e-mail : [barisan@tri.ac.id](mailto:barisan@tri.ac.id)

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TEKNIS

Nama Mahasiswa : Mellisa Magdalena Yuda  
NIM/ Kelas : 1805421001  
Judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan *Survivor*  
Model Cawan pada Restoran Ayam Punggang X Depok

Dosen pembimbing Teknis : Ertlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd



No	Konsultasi		Materi Konsultasi
	Tanggal	Paraf Pembimbing	
1	01/08/2022		Penyusunan file tugas akhir skripsi melalui e-mail.
2	04/08/2022		Perbaikan terhadap kata yang ditulis angka dalam sebuah paragraf.
3	04/08/2022		Menghapus kalimat yang tidak efisien, serta menambah tanda baca koma.
4	04/08/2022		Penambahan kata "dan" pada perjabaran yang terdiri dari lebih dari dua kalimat.
5	04/08/2022		Mengubah kata asing menggunakan font italic.
6	04/08/2022		Menambahkan tanda sambung jika menggunakan imbuhan "rya" pada istilah asing.
7	04/08/2022		Memisah imbuhan "di" sebagai kata depan.
8	10/08/2022		Approval terhadap perbaikan skripsi.

Catatan :

Lembar konsultasi ini dicetak pada waktu mendftar sidang

Depok, 10 Agustus 2022  
Pembimbing Teknis

Ertlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd  
NIP 198711122019032011