



Analyzing Business Strategies of Ayam Nelongso Using EFAS and IFAS: A Case Study of Culinary

Rifqi Dwi Mahendra¹, Hari Mulyadi,² Dian Herdiana Utama³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dr. Setiabudi No.229, Kota Bandung, Jawa Barat 40154, Indonesia

rifqii0309@upi.edu, harimulyadi@upi.edu, dian.herdiana@upi.edu

ABSTRACT

Ayam Nelongso is a fast-food business that excels in offering affordable prices, distinctive flavors, and strong customer loyalty. However, to sustain growth amidst fierce competition and shifting consumer preferences, Ayam Nelongso must address operational weaknesses and leverage opportunities in digitalization and product diversification. Using the Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC) approach, the integration of economic, social, and environmental aspects is analyzed to develop a holistic and sustainable strategy. The economic layer focuses on improving operational efficiency and market expansion through digitalization. The social layer emphasizes community engagement and customer experience, while the environmental layer highlights the adoption of eco-friendly practices. The integration of these layers demonstrates that with the right innovation and adaptation, Ayam Nelongso can maintain its economic performance while meeting modern consumer needs and contributing to sustainability.

Keywords: *Ayam Nelongso, fast food, digitalization, product diversification, sustainability, Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC), operational efficiency, eco-friendly practices, community engagement.*

ABSTRAK

Ayam Nelongso merupakan bisnis makanan cepat saji yang memiliki keunggulan dalam harga terjangkau, cita rasa khas, dan loyalitas pelanggan. Namun, untuk terus berkembang di tengah persaingan ketat dan perubahan preferensi konsumen, Ayam Nelongso perlu mengatasi kelemahan operasional dan memanfaatkan peluang digitalisasi serta diversifikasi produk. Melalui pendekatan **Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC)**, integrasi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dianalisis untuk menciptakan strategi yang holistik dan berkelanjutan. Pada lapisan ekonomi, digitalisasi meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Lapisan sosial menekankan hubungan komunitas dan pengalaman pelanggan, sementara lapisan lingkungan berfokus pada penerapan praktik ramah lingkungan. Integrasi ketiga lapisan ini menunjukkan bahwa dengan inovasi dan adaptasi yang tepat, Ayam Nelongso dapat mempertahankan kinerja ekonominya sekaligus memenuhi kebutuhan konsumen modern dan berkontribusi pada keberlanjutan.

Kata Kunci: Ayam Nelongso, makanan cepat saji, digitalisasi, diversifikasi produk, keberlanjutan, Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC), efisiensi operasional, praktik ramah lingkungan, keterlibatan komunitas.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern, strategi bisnis memegang peranan krusial dalam meraih keunggulan kompetitif. Dinamika lingkungan bisnis global dan meningkatnya intensitas persaingan mendorong perusahaan untuk terus berinovasi serta menerapkan strategi yang efektif. Keunggulan kompetitif mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi dominan di pasar dibandingkan para pesaingnya. Porter (1985) mengemukakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui

tiga strategi utama: diferensiasi, kepemimpinan biaya, dan fokus. Oleh karena itu, merancang strategi yang tepat menjadi faktor kunci untuk memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Triwulan II 2023 mencapai 5,17% (yoy), meningkat dibandingkan pertumbuhan pada triwulan sebelumnya yang sebesar 5,04% (yoy). Ke depannya, Bank Indonesia berkomitmen untuk memperkuat sinergi antara stimulus fiskal pemerintah dan kebijakan makroprudensial guna mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama dari sisi permintaan. Bank Indonesia memproyeksikan pertumbuhan ekonomi tahun 2023 berada dalam kisaran 4,5-5,3%.

Pada tahun 2022, perekonomian Indonesia tumbuh sebesar 5,31% (yoy), melampaui pencapaian pada periode yang sama tahun 2019. Menurut BPS, Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Indonesia pada 2022 tercatat sebesar Rp19.588,4 triliun, di mana sektor industri makanan dan minuman menyumbang Rp1,2 kuadriliun atau sekitar 6,32% dari total perekonomian nasional.

BPS juga mencatat bahwa Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) dari sektor makanan dan minuman pada kuartal II 2023 mencapai Rp209,51 triliun, meningkat 4,62% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, yakni Rp200,30 triliun. Industri makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan konsisten selama satu dekade terakhir, dengan pertumbuhan tertinggi sebesar 10,33% pada tahun 2012. Namun, pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2020, yaitu 1,58%, seiring dampak pandemi Covid-19.

Melihat prospek yang menjanjikan pada sektor makanan dan minuman, serta didukung oleh populasi Indonesia yang telah mencapai 275 juta jiwa menjadikannya negara dengan populasi terbesar ke-4 di dunia perseroan melihat peluang besar di sektor ini dan berencana untuk berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia. UMKM, yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional, memiliki kontribusi signifikan terhadap PDB, yaitu sebesar 60,5%, serta menyerap 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Pemerintah RI juga mendorong pengembangan UMKM sebagai upaya memperkuat pertumbuhan ekonomi nasional.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam industri makanan dan minuman, dinamika pasar yang kompetitif, perubahan selera konsumen, serta inovasi teknologi menjadi tantangan eksternal utama. Analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*) membantu perusahaan seperti Ayam Nelongso mengidentifikasi peluang dan ancaman dari faktor eksternal ini. Dengan menilai bobot setiap faktor berdasarkan pengaruhnya, perusahaan dapat merumuskan strategi untuk memanfaatkan tren pasar, seperti meningkatnya preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji yang terjangkau, atau mengantisipasi tantangan seperti kenaikan harga bahan baku (David & David, 2016).

Sementara itu, IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) memungkinkan Ayam Nelongso mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya. Faktor seperti keunggulan operasional, kemampuan inovasi menu, efisiensi rantai pasok, dan manajemen cabang menjadi elemen penting yang harus dianalisis. Misalnya, efisiensi operasional yang tinggi dapat membantu perusahaan menjaga harga tetap kompetitif, sementara kelemahan seperti kurangnya pelatihan karyawan dapat menjadi hambatan dalam menjaga kualitas layanan (Pearce & Robinson, 2007).

Pendekatan kombinasi EFAS dan IFAS memberikan pandangan menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis. Analisis ini sering digunakan dalam kerangka SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang membantu Ayam Nelongso merumuskan strategi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Di tengah persaingan ketat di sektor food and beverage, strategi berbasis data ini memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan selera pasar (Hill et al., 2019).

Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix) mengintegrasikan hasil analisis IFAS dan EFAS untuk menentukan posisi strategis Ayam Nelongso. Dengan memetakan kekuatan internal pada sumbu X dan peluang eksternal pada sumbu Y, matriks ini membantu perusahaan merumuskan strategi, seperti ekspansi cabang baru atau pengembangan menu inovatif. Sebagai contoh, jika skor IFAS dan EFAS menunjukkan posisi perusahaan berada di wilayah *Grow and Build*, Ayam Nelongso dapat memanfaatkan peluang untuk memperluas jangkauan pasar melalui pembukaan cabang di kota-kota baru (Hill et al., 2019).

Dalam konteks Ayam Nelongso, penerapan EFAS dan IFAS dapat membantu perusahaan memahami peluang pasar seperti meningkatnya minat konsumen terhadap makanan terjangkau dan lezat, sekaligus mengidentifikasi tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku. Dengan pendekatan ini, Ayam Nelongso dapat memperkuat posisinya sebagai pemain kunci di sektor *food and beverage* melalui inovasi menu, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran yang relevan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk merancang model bisnis berkelanjutan bagi Ayam Nelongso, dengan fokus pada pemahaman mendalam terhadap tantangan operasional dan kekuatan internal perusahaan. Metode kualitatif sangat cocok untuk studi bisnis makanan dan minuman karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap isu-isu kompleks seperti perilaku konsumen, perspektif pemangku kepentingan, dan dinamika organisasi. Creswell menekankan bahwa penelitian kualitatif memberikan wawasan rinci yang sering kali tidak dapat dijangkau oleh metode kuantitatif, sehingga menjadi alat yang tak ternilai untuk memahami dinamika operasional dan interaksi pelanggan dalam bisnis. Dalam penelitian ini, metode kualitatif mencakup wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan utama, seperti karyawan, pelanggan, dan pemasok, untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor yang membentuk model bisnis Ayam Nelongso. Wawancara mendalam dirancang untuk mengumpulkan informasi rinci tentang tantangan operasional dan kekuatan yang memberikan keunggulan kompetitif bagi Ayam Nelongso. Pendekatan ini sejalan dengan panduan Kvale tentang penggunaan pertanyaan terbuka dalam wawancara kualitatif untuk menggali pengalaman dan sudut pandang peserta secara mendalam. Dengan melibatkan pemangku kepentingan dalam percakapan bermakna, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap wawasan berharga tentang preferensi pelanggan, kualitas layanan, dan lingkungan bisnis secara keseluruhan.

Data kualitatif yang dikumpulkan dari wawancara dianalisis secara tematik, mengidentifikasi pola dan tema yang berulang sebagai dasar untuk analisis SWOT. Analisis SWOT menjadi elemen kunci metodologi penelitian ini, menawarkan pendekatan terstruktur untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi model bisnis Ayam Nelongso. Helms dan Nixon mencatat bahwa analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang banyak digunakan untuk membantu organisasi secara sistematis menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Untuk bisnis seperti Ayam Nelongso, alat ini sangat berguna dalam mengidentifikasi faktor strategis penting yang dapat memandu pengambilan keputusan dan pertumbuhan bisnis.

Proses analisis SWOT dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan kolaboratif, melibatkan pemangku kepentingan dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan internal serta peluang eksternal Ayam Nelongso. Pendekatan partisipatif ini konsisten dengan rekomendasi Rimmer et al. untuk memasukkan perspektif beragam pemangku kepentingan dalam proses analisis SWOT guna menciptakan pemahaman yang lebih komprehensif. Dengan mengintegrasikan masukan dari karyawan, pelanggan, dan pemasok, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan gambaran holistik tentang posisi strategis Ayam Nelongso, sehingga memungkinkan pengembangan model bisnis yang lebih informatif dan berdampak.

Berdasarkan analisis SWOT, penelitian ini mengintegrasikan temuan ke dalam kerangka Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC). TLBMC menyoroti keterkaitan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam operasi bisnis, menawarkan pendekatan menyeluruh untuk inovasi model bisnis. Integrasi ini sangat relevan bagi Ayam Nelongso yang berupaya meningkatkan daya saingnya sambil memenuhi permintaan konsumen modern akan praktik bisnis yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan TLBMC, penelitian ini mengembangkan strategi bisnis holistik yang selaras dengan nilai-nilai konsumen masa kini dan ekspektasi keberlanjutan.

Selain metode kualitatif dan analisis SWOT, penelitian ini juga memasukkan wawasan dari studi kasus model bisnis ritel yang berkelanjutan. Studi kasus ini memberikan pelajaran berharga tentang praktik terbaik dan strategi inovatif yang diterapkan oleh bisnis lain yang menghadapi tantangan serupa. Sansone menekankan pentingnya belajar dari studi kasus yang sukses untuk menginformasikan perencanaan strategis dan pengembangan model bisnis. Dengan mempelajari contoh-contoh ini, Ayam Nelongso dapat mengidentifikasi strategi potensial untuk pertumbuhan dan keberlanjutan, sehingga meningkatkan adaptabilitasnya di lingkungan bisnis F&B yang terus berkembang.

Penggunaan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini tidak hanya memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks operasional Ayam Nelongso tetapi juga mendukung pengembangan rekomendasi yang dapat diimplementasikan. Wawasan yang diperoleh dari wawancara pemangku kepentingan dan analisis SWOT menjadi dasar bagi penciptaan model bisnis berkelanjutan yang disesuaikan dengan tantangan unik perusahaan. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Andriuskevičius dan Štreimikienė, yang menekankan pentingnya mengintegrasikan wawasan kualitatif ke dalam perencanaan strategis untuk meningkatkan ketahanan dan adaptabilitas organisasi.

Kesimpulannya, penelitian ini menggunakan metodologi komprehensif yang menggabungkan penelitian kualitatif, analisis SWOT, dan kerangka TLBMC untuk mengembangkan model bisnis berkelanjutan bagi Ayam Nelongso. Dengan melibatkan pemangku kepentingan dan memanfaatkan pendekatan analitis yang terstruktur, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang dapat diterapkan untuk mendukung perencanaan strategis dan meningkatkan daya saing bisnis makanan dan minuman ini. Integrasi data kualitatif dengan alat analitis yang mapan menyoroti nilai pendekatan menyeluruh dalam pengembangan model bisnis di sektor F&B.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SWOT Analisis

Ayam Nelongso memiliki keunggulan utama dalam menyediakan makanan dengan harga terjangkau dan cita rasa khas yang mampu menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Menu yang sederhana namun beragam menjadi daya tarik tersendiri, ditambah dengan strategi pemasaran berbasis komunitas yang membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Selain itu, pelayanan cepat di setiap cabang mendukung kepuasan pelanggan, menciptakan loyalitas yang kuat dan memperkuat posisinya di pasar makanan cepat saji. Namun, bisnis ini juga menghadapi beberapa kelemahan, seperti ketergantungan pada model outlet fisik yang membatasi jangkauan pasar. Sistem operasional yang masih tradisional, seperti pengelolaan inventaris manual, serta keterbatasan anggaran untuk investasi teknologi dan inovasi, menjadi hambatan bagi Ayam Nelongso untuk berkembang lebih jauh.

Peluang besar muncul melalui digitalisasi dan diversifikasi produk. Dengan memanfaatkan platform digital seperti aplikasi pemesanan makanan dan media sosial, Ayam Nelongso dapat memperluas jangkauan pasarnya dan meningkatkan efisiensi operasional. Penambahan variasi menu yang sesuai dengan tren konsumen juga dapat menarik segmen pelanggan baru sekaligus mengurangi ketergantungan pada menu utama. Namun, ancaman dari perubahan preferensi konsumen yang semakin mengutamakan layanan berbasis digital dan makanan sehat, serta persaingan ketat dengan merek besar yang memiliki sumber daya lebih unggul, menjadi tantangan yang harus diantisipasi.

Faktor eksternal seperti kenaikan harga bahan baku atau kebijakan pemerintah yang memengaruhi biaya operasional juga dapat memengaruhi stabilitas bisnis.

Secara keseluruhan, Ayam Nelongso memiliki fondasi yang kuat dalam hal harga kompetitif, cita rasa khas, dan loyalitas pelanggan. Namun, kelemahan operasional perlu diatasi dengan strategi yang memanfaatkan peluang digitalisasi dan diversifikasi produk. Dengan tetap waspada terhadap ancaman pasar dan proaktif dalam beradaptasi terhadap tren, Ayam Nelongso dapat terus berkembang dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain utama di industri makanan cepat saji di Indonesia..

Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC): Economic Layer

Pada lapisan ekonomi, Ayam Nelongso fokus pada peningkatan pendapatan, efisiensi biaya, dan ekspansi pasar. Strategi utama yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan platform digital seperti aplikasi pemesanan makanan dan media sosial untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Dengan ini, Ayam Nelongso tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperbaiki efisiensi operasional melalui otomatisasi proses pemesanan dan pengelolaan stok. Selain itu, optimalisasi struktur biaya dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi seperti sistem manajemen inventaris yang mampu mengurangi limbah dan meningkatkan perputaran stok. Diversifikasi produk juga menjadi peluang untuk pertumbuhan berkelanjutan, misalnya dengan menambahkan menu sehat atau ramah lingkungan yang dapat menarik segmen pasar baru dan mengurangi ketergantungan pada menu utama. Langkah-langkah ini membantu Ayam Nelongso menjaga keberlanjutan ekonominya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

Social Layer

Lapisan sosial menekankan pentingnya keterlibatan komunitas, loyalitas pelanggan, dan dampak sosial. Ayam Nelongso dapat memperkuat hubungan dengan komunitas lokal melalui program kemitraan dengan peternak ayam atau pemasok bahan baku lokal, serta mendukung acara komunitas. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra bisnis tetapi juga menciptakan nilai sosial yang mendalam. Program loyalitas seperti pemberian diskon untuk pelanggan tetap atau promo khusus dapat meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan sekaligus mendorong promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, pelatihan karyawan untuk memberikan pelayanan yang ramah dan cepat dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, memperkuat posisi Ayam Nelongso sebagai bisnis yang berfokus pada pelanggan. Dengan mengutamakan dampak sosial, Ayam Nelongso dapat membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan berbasis komunitas.

Environmental Layer

Pada lapisan lingkungan, Ayam Nelongso dapat mengadopsi praktik ramah lingkungan untuk menarik pelanggan yang peduli terhadap keberlanjutan. Pengurangan limbah melalui pengelolaan stok yang lebih baik dapat membantu mengurangi biaya sekaligus dampak lingkungan. Penggunaan kemasan yang ramah lingkungan, seperti bahan biodegradable atau reusable, juga dapat meningkatkan daya tarik merek sebagai bisnis yang peduli lingkungan. Selain itu, Ayam Nelongso dapat bermitra dengan pemasok yang menerapkan praktik ramah lingkungan untuk menyediakan bahan baku yang lebih berkelanjutan. Peningkatan efisiensi energi, seperti penggunaan lampu hemat energi atau peralatan dapur yang lebih efisien, dapat mengurangi jejak karbon sekaligus menekan biaya operasional. Strategi ini menunjukkan komitmen Ayam Nelongso terhadap keberlanjutan yang sesuai dengan preferensi konsumen masa kini.

Integrasi Lapisan

Mengintegrasikan lapisan ekonomi, sosial, dan lingkungan menciptakan model bisnis holistik yang sejalan dengan nilai konsumen modern dan memastikan keberlanjutan jangka panjang. Misalnya, digitalisasi pada lapisan ekonomi dapat memperkuat lapisan sosial dengan meningkatkan interaksi pelanggan melalui platform online. Demikian pula, penawaran produk ramah lingkungan tidak hanya mendukung tujuan keberlanjutan tetapi juga mempererat hubungan dengan komunitas melalui kolaborasi dengan pemasok lokal. Dengan mengintegrasikan ketiga lapisan ini, Ayam Nelongso dapat mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman pasar secara efektif.

Pendekatan ini menjadikan Ayam Nelongso sebagai bisnis yang inovatif dan berkelanjutan, yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan modern sekaligus menjaga kinerja ekonomi yang kuat.

SIMPULAN

Ayam Nelongso memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai salah satu pemain utama di industri makanan cepat saji di Indonesia. Dengan keunggulan harga terjangkau, cita rasa khas, dan loyalitas pelanggan, bisnis ini telah membangun fondasi yang kokoh. Namun, untuk menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, perubahan preferensi konsumen, dan keterbatasan operasional, Ayam Nelongso perlu beradaptasi melalui strategi yang inovatif dan berkelanjutan.

Penerapan Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC) memberikan pendekatan menyeluruh untuk mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam strategi bisnis. Pada lapisan ekonomi, digitalisasi dan diversifikasi produk dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar. Pada lapisan sosial, penguatan hubungan komunitas, program loyalitas, dan peningkatan kualitas pelayanan menciptakan dampak positif bagi pelanggan dan komunitas lokal. Pada lapisan lingkungan, penerapan praktik ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah yang efisien dan penggunaan kemasan biodegradable, menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan yang sejalan dengan preferensi konsumen modern.

Integrasi ketiga lapisan ini memastikan Ayam Nelongso mampu menghadapi tantangan sekaligus memanfaatkan peluang yang ada. Dengan memprioritaskan inovasi, keberlanjutan, dan kepuasan pelanggan, Ayam Nelongso dapat mempertahankan posisinya di pasar sekaligus membangun masa depan yang lebih kuat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=SbF5CwAAQBAJ>
- Hill, M. J., Heino, J., White, J. C., Ryves, D. B., & Wood, P. J. (2019). Environmental factors are primary determinants of different facets of pond macroinvertebrate alpha and beta diversity in a human-modified landscape. *Biological Conservation*, 237, 348–357. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.biocon.2019.07.015>
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2007). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. McGraw-Hill/Irwin. <https://books.google.co.id/books?id=hVFiGgAACAAJ>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:102339835>