

Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Mcdonald's

Juwairiazizah Rasta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: juwairiazizahrasta@gmail.com

Tia Deja Pohan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: pohantiadeza@gmail.com

Nurbaiti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: nurbaiti@uinsu.ac.id

Korespondensi penulis: juwairiazizahrasta@gmail.com

Abstract: *Technological developments in Indonesia have an influence on current developments, especially fast food restaurants which are currently a trend among consumers, including McDonald's. With the trend of fast food such as McDonald's, many competitors have emerged with similar companies. This research was conducted with the aim of knowing and analyzing McDoanald's marketing strategy using a SWOT analysis consisting of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. The method in this research is a case study using SWOT analysis. The data used in this research is secondary data. On the other hand, qualitative research is a type of research that uses techniques to extract information using data sets that are larger than one point of view, such as journals, articles, and so on. This type of qualitative research is carried out by collecting clear data to analyze information related to ongoing research. The research results show that McDonald's has strengths, weaknesses, opportunities and threats in its marketing activities. The results of the analysis show that McDonald's must use a strategy to increase the effectiveness of promotions through advertising, media and existing websites as well as adding sponsorship and collaboration with other top artists.*

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, McDonald's*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang ada di Indonesia membawa pengaruh terhadap perkembangan zaman khususnya pada restoran cepat saji yang sedang trend dikalangan konsumen termasuk salah satunya yaitu mcdonald's. Dengan trendnya makanan cepat saji seperti mcdonald's membuat banyaknya pesaing yang muncul dengan perusahaan yang sejenis. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran McDoanald's dengan menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari Strength, Weakness, Opportunities dan Threats. Metode dalam penelitian ini merupakan studi kasus dengan menggunakan analisis SWOT. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Di sisi lain, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan dengan teknik mengekstrak informasi dengan menggunakan kumpulan data yang lebih besar daripada satu sudut pandang seperti jurnal, artikel, dan lain sebagainya. jenis penelitian kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang jelas untuk menganalisis informasi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa McDonald's mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam kegiatan pemasarannya. Hasil analisis menunjukkan bahwa McDonald's harus menggunakan strategi meningkatkan efektifitas promo melalui iklan, media dan website yang ada serta menambah sponsorship maupun kerjasama dengan artis papan atas lainnya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisa SWOT, McDonald's

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pesatnya pertumbuhan sektor industri yang diiringi dengan kemajuan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara, yang pada

akhirnya membawa masyarakatnya memasuki era digital. Perkembangan teknologi yang ada di Indonesia membuat para pesaing meningkat pesat khususnya dalam perusahaan sejenis. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki strategi strategi dalam menghadapi ancaman dari para pesaing.

McDonalds merupakan salah satu perusahaan cepat saji yang berkembang, bersaing dan meraih profit di pasar dunia. Hal ini Berawal dari restoran drive-in di Pasadena, McDonald's kini telah berkembang menjadi bisnis waralaba perusahaan cepat saji yang ada hampir di setiap penjuru dunia. McDonald's yang membuat trend makanan cepat saji dan style baru pada masyarakat. Tentu saja berbagai keberhasilan yang diraih memiliki banyak masalah yang dihadapi, strategi pemasaran McDonald's lah yang membuat bisnis waralaba cepat saji ini mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu situasi atau rencana strategis. Dalam konteks strategi pemasaran, analisis SWOT dapat membantu perusahaan seperti McDonald's untuk memahami posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan kampanye pemasaran mereka. Dalam merencanakan strategi pemasarannya, McDonald's perlu menggunakan hasil analisis SWOT ini sebagai pedoman untuk mengidentifikasi peluang yang dapat mereka manfaatkan serta mengatasi kekurangan dan risiko yang ada. Dengan pemahaman mendalam tentang kekuatan mereka dan bagaimana menghadapi tantangan, McDonald's dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar tetap relevan dan sukses di pasar makanan cepat saji yang kompetitif ini.

TINJAUAN TEORITIS

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode analisis dalam pengelolaan bisnis atau organisasi yang dilakukan secara sistematis untuk membantu menyusun rencana yang komprehensif guna mencapai tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang, analisis ini harus dilakukan oleh setiap perusahaan. Definisi lain dari analisis SWOT adalah analisis deskriptif yang memberikan gambaran situasi dan kondisi. Analisis ini mengambil situasi dan kondisi sebagai input, kemudian dikelompokkan sesuai kontribusinya masing-masing. SWOT merupakan akronim dari strength (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman). Keputusan bisnis yang strategis memerlukan pertimbangan faktor internal, termasuk kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal, termasuk peluang dan ancaman. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan pertimbangan-pertimbangan tersebut ketika melakukan analisis SWOT.

1. Strength (kekuatan) adalah keadaan yang memberikan suatu organisasi atau bisnis keunggulan teknologi dan kualitas yang lebih maju.
2. Weaknesses(kelemahan) adalah keadaan yang menjadi kelemahan suatu organisasi atau usaha pada saat itu. ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang secara serius menghambat pertumbuhan bisnis.
3. Opportunity (peluang) adalah keadaan di luar organisasi atau bisnis yang memberikan peluang bagi pertumbuhan di masa depan. Metode ini melibatkan pencarian peluang atau potensi kemajuan untuk mengembangkan bisnis atau organisasi.
4. Threats (Ancaman) adalah tantangan atau situasi yang dapat mengancam suatu usaha atau organisasi dan menyebabkan kegagalan. Jika hal tersebut tidak langsung diatasi, ancaman ini dapat menjadi hambatan bagi dunia usaha dan menimbulkan dampak yang signifikan saat ini dan di masa depan.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan tujuan, kebijakan, dan aturan yang mengarahkan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, di semua tingkatan, serta standar dan alokasi, khususnya respons perusahaan dalam lingkungan yang selalu berubah dan kompetitif. Tujuan dari strategi pemasaran adalah untuk menemukan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang belum terpenuhi, mengukur pasar dan potensi keuntungan, mengidentifikasi dan menentukan segmen pasar yang akan dilayani, serta merancang, meningkatkan, dan memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Strategi pemasaran juga melibatkan respons perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif didasarkan pada teori postpositivis dan digunakan untuk mempelajari kondisi kualitatif. Penelitian kualitatif mencakup analisis kualitatif, purposive dan snowball sampling, teknik triangulasi (gabungan), data dengan analisis kualitas kualitatif atau induktif, dan hasil yang lebih cenderung makroskopis dibandingkan penelitian kualitatif. jenis penelitian kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang jelas untuk menganalisis informasi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

Strenght (kekuatan)

Mcdonalds yang mengedepankan kepuasan dan kenyamanan konsumen pada service mereka dengan memastikan kebersihan pada setiap outlet yang ada. Mcdonalds juga menyediakan tempat bermain untuk para anak anak yang membuat mereka jadi pilihan orangtua untuk memilih mereka sebagai tempat makan untuk keluarga. Mcdonalds yang mempunyai aplikasi mcdelivery yang mempermudah konsumen dalam memesan makanan dari rumah tanpa harus datang ke outlet mereka memberi nilai tambahan dimata para konsumen. Apalagi dengan adanya promo maupun diskon pada setiap bulannya yang membuat para konsumen semakin tertarik pada mereka.

Pelanggan mcdonalds yang dapat dibbilang cukup besar, hal ini dikarenakan wilayah mereka yang strategis dan dapat dijangkau oleh konsumen. Mereka yang memilih membuat outlet di kota ataupun di mal besar yang membuat nama mereka menjadi besar dan memiliki pengakuan atas merk mereka sendiri.

Weakness (kelemahan)

Mcdonalds yang memiliki kelemahan pada harga yang bisa dibbilang tidak ramah kantong pada sebagian masyarakat, tetap hal ini dapat tertutupi dengan adanya promo “ paket murah “ dengan memberikan harga yang masih terjangkau.

Opportunity (Peluang)

Mcdonalds dapat mengembangkan panga pasar dengan menggunakan bidang teknologi mereka yaitu macdelivery. Dengan tingginya minat masyarakat pada mcdelivery cepat saji ini dapat memengaruhi pendapatan mcdonalds semakin tinggi.

Threats (Ancaman)

Mcdonalds yang merupakan makanan cepat saji yang memiliki banyak para pesaing yang sejenis seperti burger king, AW, KFC dll. Persaingan antar perusahaan sejenis ini tentu tidak mudah, makanan cepat saji seperti mcdonalds ini memiliki sifat yang praktis dan citra rasa yang nikmat yang membuat dampak tingkat pesaing semakin tinggi. Mcdonalds juga memiliki strategi pemasaran sama halnya dengan perusahaan makanan cepat saji lainnya.

Strategi Pemasaran

Selama menjalankan usahanya mcdonalds memiliki strategi pemasaran yang membuat konsumen tetap percaya kepadanya. Pertama, memiliki target menjadi perusahaan bisnis makanan cepat saji terbesar yang ada didunia. Dengan memiliki target ini mereka mengupayakan yang terbaik dalam meningkatkan image mereka. Kedua, menawarkan promo

diberbagai sosial media seperti halnya ig, tiktok, dan aplikasi mcdonalds. Mcdnalds juga menjalin kerjasama dengan artis papan atas lainnya untuk menjadikan mereka brand ambassador pada merek mereka. Dengan adanya kolaborasi pada artis papan atas ini membuahkan hasil dengan meningkatnya penjualan mereka. Ketiga, meningkatkan kualitas pada produk mereka seperti dengan menambah menu varian yang ada. Keempat, menawarkan harga yang masih terjangkau oleh para konsumen. Apalagi dengan promo yang ditawarkan pada tiap minggunya. Kelima, memanjakan konsumen dengan adanya mcdelivery yang dapat diantar sampai didepan rumah. Keenam, selalu mengutamakan kebersihan dalam setiap prosedur makanan mereka.

KESIMPULAN

Macdonalds yang merupakan salah satu perusahaan makanan cepat saji yang sangat besar dan dikenal diberbagai negara. Perusahaan ini yang melakukan strategi pemasaran yang baik sehingga perusahaan makanan cepat saji ini mampu menggunakan kekuatannya dalam mengatasi kelemahan yang ada. Kekuatan tersebut yaitu tempat atau lokasi yang strategis, adanya pengakuan pada merk mereka, promo yang ada pada tiap minggunya , adanya sistem delivery dan lainnya. Kekuatan yang ada sangat membantu perusahaan mcdonalds apalagi dengan meningkatkan efektifitas promo melalui iklan, media dan website yang ada serta menambah sponsorship maupun kerjasama dengan artis papan atas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Juwono, O. (2012). Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (StudiKasus di Restoran Cepat Saji McDonald's). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(1),1-21.
- McDonald's. (n.d.). McDonald's. <https://mcdonalds.co.id/>
- Ramadhan, A., & Sofiyah, FR (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road). *Jurnal media informasi manajemen*, 1 (4), 1-10.
- Sari, A. N., Pangestu, S., Erisya, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis Strategic Management Pada Restoran Cepat Saji McDonald's. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2917-2927.
- Wance, F. (2021). Analisis swot untuk menentukan strategi manajerial perusahaan yang efektif.18(1).