


Persaingan Ayam Goreng Cepat Saji di Denpasar: Analisis Matrix Scoring untuk Mengukur Kelayakan ACK Fried Chicken

Ni Luh Ayu Putri Cahyani¹ *, I Kadek Widhiantara², Anak Agung Elik Astari³

^{1,2,3}Universitas Mahendradatta

E-mail: kchahye@gmail.com

*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1926>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 04 July 2025

Revised: 10 July 2025

Accepted: 23 July 2025

Kata Kunci

Studi Kelayakan Bisnis, Matrix Scoring, Persaingan, Ayam Cepat Saji

Keywords

Business Feasibility Study, Matrix Scoring, Competition, Chicken Fast Food



ABSTRACT

ingginya persaingan di industri ayam goreng cepat saji Denpasar menuntut evaluasi kelayakan bisnis yang komprehensif. Penelitian ini bertujuan mengukur kelayakan persaingan usaha ACK *Fried Chicken* di Denpasar dan merumuskan strategi yang tepat melalui analisis *matrix scoring*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis kelayakan meliputi aspek non-finansial (pasar dan pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, teknis dan teknologi, sosial dan ekonomi, serta hukum) dan aspek finansial. Evaluasi finansial dilakukan dengan uji kelayakan investasi. Hasil analisis *matrix scoring* menempatkan bisnis ACK *Fried Chicken* pada kuadran I, mengindikasikan posisi persaingan yang kuat dan pertumbuhan pasar yang cepat. Strategi yang dapat diterapkan diarahkan pada pertumbuhan bisnis dan pemanfaatan peluang tinggi. Berdasarkan analisis aspek non-finansial, usaha ACK *Fried Chicken* dinyatakan layak. Secara finansial, proyek ini menunjukkan kelayakan kuat dengan nilai *Net Present Value* (NPV) Rp 244.864.180 dan *Internal Rate of Return* (IRR) 44,49%.

The intense competition within Denpasar's fast-food fried chicken industry necessitates a comprehensive business feasibility evaluation. This research aims to measure the competitive feasibility of the ACK Fried Chicken business in Denpasar and to formulate appropriate strategies through matrix scoring analysis. This study employed a qualitative descriptive approach, with data collected via interviews, documentation, and literature review. The feasibility analysis covered non-financial aspects (market and marketing, management and human resources, technical and technology, social and economic, and legal) and financial aspects. Financial evaluation was conducted through investment feasibility tests. The matrix scoring analysis results position the ACK Fried Chicken business in Quadrant I, indicating a strong competitive position and rapid market growth. Implementable strategies are directed towards business growth and capitalizing on high opportunities. Based on the non-financial aspect analysis, the ACK Fried Chicken venture is deemed feasible. Financially, the project demonstrates strong viability with a Net Present Value (NPV) of Rp 244,864,180 and an Internal Rate of Return (IRR) of 44.49%



access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Ni Luh Ayu Putri Cahyani, et al (2025). Persaingan Ayam Goreng Cepat Saji di Denpasar: Analisis Matrix Scoring untuk Mengukur Kelayakan ACK Fried Chicken, 4(1), 2062- 2068

<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1926>

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. Selanjutnya, industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp56,60

triliun (Kemenperin, 2020). Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, bisnis menghadapi tantangan yang semakin kompleks dan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan harus dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, mengembangkan strategi yang efektif, dan menghasilkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen.

Bisnis makanan cepat saji telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dan salah satu segmen yang sangat kompetitif adalah bisnis ayam cepat saji. Ayam cepat saji telah menjadi pilihan favorit konsumen karena ketersediaan, harga terjangkau, dan kecepatan layanan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan ayam cepat saji perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk mempertahankan pangsa pasar mereka dan meningkatkan daya saing (Hidayat et al., 2023).

Tabel 1.

Produksi Daging Unggas (Ayam) Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2020-2022 (Ton)				
No	Wilayah kabupaten/kota	Produksi olahan ayam (Ton)		
		2020	2021	2022
1	Kab. Jembrana	1,442	3,757	1,373
2	Kab. Tabanan	3,391	23,253	7,048
3	Kab. Badung	1,449	2,804	2,872
4	Kab. Gianyar	1,750	7,127	2,148
5	Kab. Klungkung	189	1,056	244
6	Kab. Bangli	2,778	7,882	625
7	Kab. Karangasem	1,018	3,415	1,548
8	Kab. Buleleng	1,443	7,794	892
9	Kota Denpasar	8,251	12,980	8,268
10	Provinsi Bali	21,711	70,068	25,018

Sumber: Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan Provinsi Bali

Dari data diatas, menunjukkan bahwa produksi daging ayam di Provinsi Bali masih tergolong tinggi. Permintaan masyarakat terhadap produk ACK *Fried Chicken* menjadi peluang yang tinggi bagi para industri pangan, sehingga usaha ayam cepat saji memproduksi makanan ayam cepat saji berkembang dengan pesat dan hal ini, menciptakan persaingan bisnis dengan produk sejenis (Ambarwati dan Ulfatun, 2021). Umumnya pendirian sebuah perusahaan hanya berfokus pada peningkatan profit tanpa melakukan perencanaan untuk menghadapi pesaing (Dwi Ratnawati, 2020). Dalam membangun suatu bisnis kuliner, pengusaha harus memiliki kemampuan untuk menganalisis produk yang dihasilkan (Dekas, 2022). Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan ciri khas yang berbeda dengan para pesaing lainnya guna mendapatkan keunggulan dalam bersaing. Dengan ciri khas produk yang menjadi pembeda menjadikan kunci dalam menarik minat konsumen terhadap barang yang ditawarkan (Anisa et al., 2023)

Dalam penelitian bisnis ayam cepat saji, menggunakan metode *matrix scoring* berupa penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan yang dihadapi perusahaan dalam pengembangan usaha dalam dunia bisnis. Dalam konteks pemasaran, *matrix scoring* dapat mengacu pada alat evaluasi dan peringkat pesaing berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Ini membantu perusahaan untuk memahami posisi relatif pesaing dalam pasar dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dalam kaitannya dengan perusahaan sendiri (Ratniati et al., 2023, Putri et al., 2023). Peneliti melakukan penelitian pada bisnis ayam cepat saji yaitu ACK *Fried Chicken* (Ayam Crispy Kriuk) dengan menggunakan pendekatan penilaian dengan metode *matrix scoring* yang bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha dalam dunia bisnis yang tepat dalam dengan judul “Analisis *Matrix Scoring* Pada Kelayakan Persaingan Bisnis Ayam Cepat Saji ACK *Fried Chicken*”

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam merumuskan kelayakan persaingan bisnis ayam cepat saji pada usaha ACK *Fried Chicken*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan bisnis yang serupa dengan usaha ACK dan mengetahui kelayakan bisnis dalam penjualan produk cepat saji melalui metode penentuan dengan *matrix scoring* dan analisis kelayakan bisnis yang meliputi aspek non finansial dan finansial. Dalam aspek non finansial meliputi analisis mengenai aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan SDM, aspek teknis dan teknologi, aspek sosial dan ekonomi serta aspek hukum. Dalam aspek finansial meliputi

analisis mengenai aspek keuangan. Data pengumpulan dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan ACK *Fried Chicken* merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan cepat saji yang menjual berbagai menu *fast food*. Usaha ini dikembangkan oleh I Made Artana sekaligus *founder* ACK yang memiliki kantor pusat di Jalan Darmasaba, Abiansemal, Badung. Bisnis ACK menerapkan konsep pemasaran marketing berupa *bazaar* sebagai salah satu strategi produk promosi yang dapat menarik pelanggan baru, meningkatkan visibilitas merek dan meningkatkan penjualan. ACK juga menerapkan sistem *bundling* dalam menu - menu yang di jual yang bertujuan untuk meningkatkan nilai persepsi konsumen terhadap penawaran. Menu yang di tawarkan antara lain Paket Aman, Paket ACK *Firechicken*, Paket Ayam GeprACK, Paket Samjo dan Paket ACK *Burger*.

Analisis Kelayakan Usaha

Dalam menjalankan sebuah bisnis yang berkembang memerlukan suatu strategi yang tepat untuk diterapkan dengan tujuan agar bisnis dapat menguasai pasar dan memenangkan persaingan pasar. Strategi pemasaran produk merupakan aspek yang sangat penting untuk dirumuskan karena strategi ini menjadi langkah awal dan faktor penentu dalam kemajuan dan keberlanjutan usaha.

Matriks IFAS

Analisis dengan menggunakan matriks IFAS menunjukkan bahwa faktor internal berupa kekuatan (*strength*) yang dimiliki bisnis ACK *Fried Chicken* memperoleh total skor sebesar 1,726. Untuk kelemahan (*weakness*) bisnis ACK *Fried Chicken* memperoleh skor sebesar 1.512, sehingga perolehan skor keseluruhan faktor internal dari bisnis ACK *Fried Chicken* memperoleh total skor sebesar 3,497.

Matriks EFAS

Analisis yang dilakukan memperoleh hasil bahwa faktor eksternal berupa peluang (*opportunity*) yang dimiliki bisnis ACK *Fried Chicken* memperoleh total skor sebesar 1.771. untuk ancaman (*threat*) dari bisnis ACK *Fried Chicken* memperoleh skor sebesar 1,559, sehingga perolehan skor keseluruhan faktor eksternal dari bisnis ACK *Fried Chicken* memperoleh total skor sebesar 3,330.

Grand Strategy Matrix

Posisi bisnis ACK *Fried Chicken* berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa usaha ACK *Fried Chicken* memiliki posisi persaingan kompetitif yang kuat dengan pertumbuhan pasar yang cepat. Posisi bisnis ACK *Fried Chicken* yang berada pada kuadran I menggambarkan bahwa bisnis ACK *Fried Chicken* sedang bertumbuh dan membangun.

Matriks IE

Diperoleh strategi dari bisnis ACK *Fried Chicken* berada pada sel I (posisi *growth* atau tumbuh) dengan titik koordinat 3,497;3,330. Posisi tersebut menunjukkan bahwa strategi yang tepat diterapkan pada bisnis ACK *Fried Chicken* adalah strategi intensif seperti *market development*, *market penetration*, dan *product development* atau strategi terintegrasi seperti *horizontal integration*, *forward integration*, dan *backward integration*.

QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Dari keseluruhan strategi diperoleh bahwa strategi WO 2 menjadi strategi dengan skor tertinggi yaitu sebesar 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dalam mempertahankan kualitas rasa produk ACK *Fried Chicken* dengan menjaga bahan baku tetap dengan keadaan segar.

Matriks SWOT

Berikut adalah analisis SWOT pada perusahaan:

Strength (Kekuatan)

- Produk yang berkualitas, segar, dan bergizi
- Memiliki varian menu
- Dikemas dengan menarik
- Memiliki banyak cabang
- Lokasi usaha yang strategis

Weakness (Kelemahan)

- Banyak pesaing

- Pengaruhi produksi jika stok bahan baku kurang
- Masih belum menjangkau pelosok kecil
- Kemasan produk sekali pakai
- Rasa produk tidak konsisten

Opportunity (Peluang)

- Minat produk tinggi
- Peningkatan jumlah produk setiap tahun
- Penjualan melalui online dan offline
- Pangsa pasar yang luas
- Dengan promosi, meningkatkan penjualan produk

Treath (Ancaman)

- Adanya pesaing pasar
- Adanya persaingan harga
- Perubahan selera konsumen ke menu sehat mengakibatkan penurunan permintaan produk
- Penurunan pasokan bahan baku
- konsumen lebih memilih alternatif protein nabati atau organik

Tabel 2. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strength (S) Produk yang berkualitas, segar, dan bergizi Memiliki varian menu Dikemas dengan menarik Memiliki banyak cabang Lokasi usaha yang strategis	Weakness (W) Banyak pesaing Pengaruh produksi jika stok bahan baku kurang Masih belum menjangkau pelosok kecil Kemasan produk sekali pakai Rasa produk tidak konsisten
Opportunity (O) Minat produk tinggi Peningkatan jumlah produk setiap tahun Penjualan melalui online dan offline Pangsa pasar yang luas Dengan promosi, meningkatkan penjualan produk	Strategi SO Mempertahankan kualitas produk Menggunakan peluang yang ada dengan meningkatkan produksi Meningkatkan kegiatan penjualan melalui online dan off line	Strategi WO Menyediakan stok bahan baku tambahan untuk memenuhi permintaan produk yang tinggi Mempertahankan kualitas rasa produk dengan menjaga bahan baku tetap dengan keadaan segar Memperluas jangkauan dengan sistem pemesanan produk melalui online supaya konsumen dari pelosok bisa menikmati produk

Treath (T)	Strategi ST	Strategi WT
Adanya pesaing pasar Adanya persaingan harga Perubahan selera konsumen ke menu sehat mengakibatkan penurunan permintaan produk Penurunan pasokan bahan baku konsumen lebih memilih alternatif protein nabati atau organik	Melakukan kerja sama dengan pemasok bahan baku lain agar produksi tetap berjalan dan mencukupi permintaan Maksimalkan nilai gizi dari produk dengan menjaga kualitas bahan baku Memperkuat brand agar mampu mengembangkan daya saing	Memanfaatkan keberadaan kompetitor untuk meningkatkan kualitas produk

Sumber: Data primer diolah, 2024

Aspek Pasar dan Pemasaran

Diperoleh nilai rata-rata skor kriteria yang terpenuhi dari aspek pasar dan pemasaran pada bisnis ACK *Fried Chicken* yang sebesar 8,97. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan, aspek pasar dan pemasaran memiliki skor $\geq 6,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan bisnis ACK *Fried Chicken* ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran sangat layak untuk dijalankan. Dari hasil analisis diperoleh strategi yang dapat diterapkan untuk membantu dan menetapkan harga produk yang terjangkau, meningkatkan kegiatan promosi di *offline* dan *online* sehingga bisnis ACK *Fried Chicken* lebih banyak diminati dan menaikkan pendapatan.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek manajemen dan sumber daya manusia pada bisnis ACK *Fried Chicken* yaitu sebesar 5,54. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan, aspek manajemen dan sumber daya manusia memiliki skor $\geq 3,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan bisnis ACK *Fried Chicken* ditinjau dari manajemen dan sumber daya manusia sangat layak untuk di jalankan.

Aspek Teknis dan Teknologi

Diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek teknis dan teknologi pada bisnis ACK *Fried Chicken* yaitu sebesar 6,47. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan, teknis dan teknologi memiliki skor $\geq 4,5$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan bisnis ACK *Fried Chicken* ditinjau dari teknis dan teknologi sangat layak untuk dijalankan.

Aspek Sosial Dan Ekonomi

Diperoleh nilai rata-rata skor kriteria-kriteria yang terpenuhi dari aspek sosial dan ekonomi pada bisnis ACK *Fried Chicken* yaitu sebesar 4,63. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan, aspek sosial dan ekonomi memiliki skor $\geq 3,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan bisnis ACK *Fried Chicken* ditinjau dari sosial dan ekonomi sangat layak untuk dijalankan.

Aspek Hukum

Diperoleh nilai rata-rata skor kriteria -kriteria yang terpenuhi dari aspek hukum pada bisnis ACK *Fried Chicken* yaitu sebesar 5,48. Dilihat dari hasil pengkategorian kelayakan, aspek hukum memiliki skor $\geq 3,75$ sehingga dapat dikatakan bahwa kelayakan bisnis ACK *Fried Chicken* ditinjau dari hukum sangat layak untuk dijalankan.

Aspek Keuangan

Analisis kelayakan usaha menggunakan beberapa kriteria kelayakan investasi yaitu: *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate of Return* (IRR). Berikut hasil analisis kelayakan usaha:

Tabel 3. Hasil Analisis Kelayakan

Metode Analisis	Hasil Analisis	Kriteria Kelayakan	Keterangan
NPV	244.864.180	NPV >0 & Bernilai positif	Layak
IRR	44,49%	IRR >Tingkat Suku Bunga	Layak

Sumber: Data Diolah, 2024

SIMPULAN

Bisnis ACK *Fried Chicken* dinyatakan layak secara aspek non finansial dan finansial, hal ini dapat dilihat dari NPV (*Net Present Value*) yang diperoleh >0 dan bersifat positif yaitu sebesar Rp. 244.864.180. Nilai IRR (*Internal Rate Of Return*) yang dihasilkan $>$ tingkat suku bunga yaitu 44,49%. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS, bisnis ACK *Fried Chicken* memiliki faktor internal perusahaan lebih kuat dari faktor eksternal. *Grand Strategy Matrix* menunjukkan bahwa bisnis ACK *Fried Chicken* berada pada kuadran 1 yang artinya perusahaan sedang bertumbuh dan membangun, matriks SWOT memunjukkan strategi utama pengembangan usaha adalah strategi WO 2 yang mempertahankan kualitas rasa produk dengan menjaga bahan baku dengan keadaan segar, matriks IE menunjukkan bahwa bisnis ACK berada pada sel 1 (*Growth* atau Tumbuh) dengan titik koordinat 3,497;3,330.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Bapak I Kadek Wihiantara, S.E., M.M dan Ibu Kaprodi Kewirausahaan Dr. Anak Agung Elik Astari, S.E., M.M Serta Ibu Ni Ketut Murdani, S. E, S. Sos., M.M dimana ini merupakan bimbingan terakhir beliau sebelum menjalani masa purna tugas, terima kasih atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang tak ternilai selama proses penelitian skripsi ini, yang menjadi dasar dari artikel ini. Terima kasih juga disampaikan kepada, Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Universitas Mahendradatta atas fasilitas dan kesempatan yang diberikan.

Kami juga berterima kasih kepada oleh I Made Artana sekaligus founder ACK yang memiliki kantor pusat di Jalan Darmasaba, Abiansemal, Badung atas kontribusi dan kerjasamanya. Terakhir, penghargaan yang tulus disampaikan kepada keluarga dan teman-teman atas dukungan moral yang tak tergantikan

REFERENSI

- Ambarwati, J., & Ulfatun, T. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antarpedagang Mie Ayam Dan Bakso Di Kecamatan Girimarto (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ardiansyah, I., & Silmi, N. F. (2022). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kuliner di Kota Tangerang Dengan Matriks Swot dan Analisis QSPM (Studi Kasus Kawasan Laksa Tangerang). *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 141-160.
- Astari, A. A. E., Sudiartini, N. W. A., & Sari, N. L. P. R. (2021). Studi Kelayakan Inovasi Produk pada Arimasta Silver di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *JURNAL PENELITIAN EKONOMI DAN AKUNTANSI (JPENSI)*, 6(2), 153-170.
- Ratniati, N. K., Astari, A. A. E., & Laksmi, N. P. A. D. (2023). Analysis of IFAS, EFAS Strategies and Feasibility of Mangot Cultivation Business to Reduce Household Waste: ANALYSIS OF IFAS, EFAS STRATEGY AND FEASIBILITY OF MANGGOT CULTIVATION BUSINESS TO REDUCE HOUSEHOLD WASTE. David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep*, Buku 1, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Dwi Ratnawati, D. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Amanda Brownies Jalan Gajah Mada Kabupaten Jember (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).
- Hidayat, R., Samsudin, A., Zahrain, M., & Putri, S. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen pada Restoran Cepat Saji. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1213-1219.
- Kasmir dan Jakfar (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Cetakan Keempat Belas. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Putri, N. P. Y., Astari, A. A. E., & Laksmi, N. P. A. D. (2023). Integrasi Matrix Scoring pada Kelayakan Penjualan Produk Makanan Green Food Balini Organic di E-Commerce. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 3(3), 153-169.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* Cetakan Keduapuluh Tiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Selviani, P., Astari, A. A. E., & Indiani, N. L. (2022). Studi Bisnis Model Canvas dalam Pengembangan Usaha dan Wirausaha Muda di Denpasar. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), 76-80
- Sudiartini, N. W. A., & Astari, A. A. E. (2019). Analisis faktor yang menyebabkan daya beli masyarakat pada pasar tradisional di denpasar. *Jurnal transformatif*