

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA
AYAM GEPREK DIDESA PAKAPURAN
KECAMATAN AMUNTAI UTARA**

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh

Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh

NOVIA SARI

NPM : 202226

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA) AMUNTAI
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA
AYAM GEPREK DI DESA PAKAPURAN
KECAMATAN AMUNTAI UTARA**

**(STUDI KASUS PADA PENGUSAHA AYAM GEPREK DI DESA
PAKAPURAN KECAMATAN AMUNTAI UTARA)**

Oleh

NOVIA SARI

NPM : 202226

Telah diujikan

Pada tanggal 25 Juli 2025

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials 'JR'.

Jamil Rifani, S.Sos, MM

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA AYAM GEPREK DIDESA PAKAPURAN KECAMATAN AMUNTAI UTARA

Novia Sari¹, Jamil Rifani²

Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email: viasari937@gmail.com

ABSTRAK

Strategi bisnis sangat diperlukan dalam pengembangan usaha. Hal ini dilakukan agar mampu berdaya saing, namun usaha ayam geprek di desa Pakapuran masih terkendala beberapa hal sehingga perlu dikaji lebih dalam. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan mengetahui tentang Strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan usaha ayam geprek di desa Pakapuran Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian cukup baik, Dalam analisis SWOT memiliki situasi yang sangat menguntungkan. Ayam Geprek memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan potensi yang ada. Analisis SWOT usaha Ayam menggunakan strategi Agresif di mana strategi ini merupakan strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar. Mengetahui mengenai strategi agresif, penjual dapat mengembangkan usaha terutama di bidang promosi agar usaha dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, dan membuat inovasi baru yang membuat usaha menjadi lebih menarik dan berbeda dengan kompetitor lain. Untuk memenangkan persaingan dalam usaha ayam geprek, pelaku usaha perlu fokus pada kualitas produk, diferensiasi, pelayanan yang baik, promosi yang efektif, dan pengelolaan yang efisien.

Kata Kunci : Strategi, Bisnis, Ayam Geprek

ABSTRACT

Business strategy is very necessary in business development, this is done in order to be competitive, but the ayam geprek business in Pakapuran village is still hampered by several things so it needs to be studied more deeply. Based on this, this study aims to find out about the business development strategy to increase the geprek chicken business in Pakapuran village, North Amuntai District, North Hulu Sungai Regency, and the factors that influence it by using qualitative research methods. The results of the study are quite good, In the SWOT analysis it has a very favorable situation. Geprek Chicken has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing potential. SWOT analysis of the Chicken business uses an Aggressive strategy where this strategy is a strategy that supports the company to continue to maximize existing strengths and opportunities to continue to progress and achieve greater success. Knowing about aggressive strategies, sellers can develop businesses, especially in the field of promotion so that businesses can be better known by the wider community, and create new innovations that make businesses more attractive and different from other competitors. To win the competition in the fried chicken business, entrepreneurs need to focus on product quality, differentiation, good service, effective promotion, and efficient

management.

Keywords: *Strategy, Business, Fried Chicken*

PENDAHULUAN

Suatu usaha yang sedang dijalankan atau dikembangkan tidak terlepas dari strategi dan pengembangan usaha agar dapat berkembang dan juga mampu bertahan serta lebih maju dari para pesaingnya perlu terus melakukan inovasi-inovasi kearah yang lebih baik. Saat ini strategi dalam sebuah bisnis adalah suatu hal yang sangat krusial dan penting untuk dibahas bagi perusahaan maupun organisasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Makna terpenting dari pemahaman strategi disini adalah pelaku bisnis harus mampu mengambil tindakan yang tidak sama atau yang tidak serupa atau dalam satu industri guna mendapatkan posisi yang lebih baik dalam mengembangkan usahanya. Strategi didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistic atau yang terstruktur yang berarti setelah suatu strategi tersusun dengan perencanaan yang telah matang, dalam menjalankan organisasi atau bisnis harus sesuai dengan visi dan misi dengan baik dan benar, sesuai dengan apa yang telah dicita-citakan baik untuk jangka Panjang maupun jangka pendek, strategi dirumuskan untuk kemudian diimplementasikan dengan visi dan misi korporasi sesuai apa yang dicita-citakan oleh pelaku usaha atau bisnis.

Usaha atau bisnis adalah dapat diartikan segala sesuatu yang dapat menghasilkan suatu produk sesuai target dari produk yang dihasilkan tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari usaha yang dikembangkannya. mengembangkan usaha berarti mengembangkan kegiatan terkait apa-apa saja yang harus dilakukan, mengembangkan produk, mengembangkan strategi, mengembangkan penjualan untuk tetap eksis dan berkembang demi kemajuan bisnis tersebut.

Kuliner dapat dikatakan sebagai elemen budaya dari suatu bangsa citra dari suatu bangsa dan negara. Apa yang kita makan, apa yang kita kunyah, dengan siapa kita makan, dan dimanapun, dan penyajian dari suatu makanan merupakan ikon dari sebuah kebudayaan, karena sejatinya manusia tidak pernah bisa lepas dan akan selalu membutuhkan yang namanya makanan untuk terus bertahan hidup dan uniknya makanan ini akan selalu kita butuhkan setiap hari, dari banyaknya jenis makanan yang ada maka seyogyanya penting memberi tubuh makanan yang tidak Cuma nikmat namun juga sehat ditambah dengan citra rasa yang unik harus dipertahankan agar lidah bisa menerima dan selalu mencari makanan tersebut, berdasarkan hal tersebut maka hal ini sangat penting dalam meningkatkan sebagai pelaku bisnis untuk meningkatkan cita rasa

dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli bagi usahanya dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Dizaman sekarang ini tidak dapat dipungkiri bahwa berbagai bisnis yang berkaitan dengan kuliner tumbuh begitu pesat, roda kehidupan yang membuat orang ingin serba instan nyatanya juga berpengaruh terhadap kepraktisan Masyarakat dalam memilih makanan yang siap saj, bisnis kuliner menduduki urutan pertama sebagai sektor ekonomi kreatif dengan sumbangsih yang cukup besar, fakta lainnya adalah semakin tahun bisnis makanan, hotel maupun restoran selalu meningkat setiap tahunnya baik itu skala besar maupun UMKM, selain itu bisnis kuliner ini memberikan sumbangsih yangh aman besar terhadap pajak, kalau dilihat dari realitas tersebut artinya bisnis kuliner ini adalah salah satu bisnis dengan profit yang cukup tinggi.

Salah satu bisnis kuliner yang banyak menjadi pilihan adalah Bisnis ayam geprek dengan modal yang cukup terjangkau alias tidak terlalu besar sangat cocok bagi pemula. Prospek permintaan yang tinggi karena peminatnya semua umur dengan penyajian yang tergolong simple alias tidak ribet. Makanan ini banyak digemari oleh berbagai kalangan dengan target pasar yang cukup luas. Dengan bahan utama ayam tersebut menjadi nilai jual yang sangat tinggi dalam bisnis perpaduan ayam crispy ditambah sambel yang nikmat dengan berbagai variasi sesuai selera konsumen. Harga yang amat terjangkau tersebut sesuai dengan keuangan para pelajar dan mahasiswa.

Tidak dapat dipungkiri bahwa usaha ini banyak peminatnya oleh Masyarakat desa Pakapurann, terlebih didesa Pakapuran menjadi jalan lintas antar provinsi Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah sehingga banyak orang lalu Lalang di daerah tersebut yang menjadikannya sebagai posisi yang cukup strategis dalam berbisnis makanan. Besarnya peluang usaha ayam geprek ternyata juga diiringi dengan tingginya atau cukup ketatnya persaingan sesama pedagang. Maka penting bagi pedagang untuk melakukan inovasi dan kreasi pada bisnis yang dijalankan. Jumlah penikmat ayam yang terus meningkat ditambah persaingan yang cukup ketat menjadi salah satu alasan mengapa bisnis ini banyak pesaing yang juga menjalkan usaha serupa maka perlu dipikirkan Upaya agar bisnis tersebut terus berkembang dan mencari pembeda dengan pesaing lainnya.

Berdasarkan sejumlah fenomena di atas, dalam penelitian ini akan dikaji lebih dalam tentang **”Strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan usaha ayam geprek di desa Pakapuran Kecamatan Amuntai Utara Kab.Hulu Sungai Utara”**.

METODE

Lokasi penelitian ada di tempat pemilik usaha di Desa Pakapuran. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena di Desa Pakapuran mempunyai Usaha yang sedang ramai karena disana banyak pelaku usaha ayam geprek, dan banyaknya lingkungan sekolah dari Tingkat bermain hingga kuliah, ditambah di desa tersebut menjadi alur atau jalan alternatif yang menghubungkan 2 provinsi sehingga banyak orang lalu Lalang.

Disini penulis menggunakan penelitian kualitas Adapun tipe yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan harapan kita dapat memahami apa yang menjadi masalah dalam penelitian ini kemudian digunakanlah suatu prosedur sesuai dengan alat dan bahan penelitian yang telah ditentukan dan tak lupa melakukan pengamatan social terhadap fenomena-fenomena yang terjadi untuk mendapatkan Gambaran yang lebih mendalam, setelah itu dianalisis dan diterapkan ke dalam data untuk menjadi bahan informasi yang disajikan dalam sebuah penelitian

Ada 3 teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah pertama observasi, kedua wawancara, dan ketiga dokumentasi. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas. Metode observasi ini menggunakan pengamatan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi atau perilaku. Peneliti memandang yang diobservasi, apabila peneliti tidak dapat dengan segera memahami makna sesuai kejadian di lokasi, para subjek dapat membantu menjelaskan pemaknaan dalam hal-hal tertentu disusun secara bersama-sama antara peneliti dengan subjek, sedangkan wawancara adalah Teknik mengajukan pertanyaan dengan bertanya langsung terhadap orang yang terlibat dalam penelitian, Adapun dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder, Data primer adalah data pokok yang digali dari responden penelitian tentang strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan usaha ayam geprek di desa Pakapuran Kecamatan Amuntai Utara Kab.Hulu Sungai Utara. Data primer pada penelitian ini adalah informan yang sudah dipilih, pemilihan informan tersebut dinilai dari wawasan dan pengetahuannya terhadap permasalahan-permasalahan pada tempat penelitian. diambil melalui penarikan sampel

secara *Snowball Sampling* yang informan sebanyak 5 orang. Adapun Data Sekunder adalah data penunjang atau pelengkap yang meliputi: gambaran umum lokasi penelitian yang berhubungan dengan strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan usaha ayam geprek di desa Pakapuran Kecamatan Amuntai Utara Kab.Hulu Sungai Utara.

Setelah data terkumpul kemudian dianalisis melalui cara reduksi data (Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi selanjutnya membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo. Reduksi data / proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun), penyajian data (Penyajian data merupakan rangkaian kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga mudah dipahami. Kemampuan manusia sangat terbatas dalam menghadapi catatan lapangan yang biasa, jadi mencapai ribuan halaman. Oleh karena itu diperlukan sajian data yang jelas dan sistematis dalam hal ini adalah penyampaian faktor-faktor yang berkaitan dengan bisnis), dan verifikasi penarikan Kesimpulan (Penarikan kesimpulan sebagai dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan diverifikasi dalam penelitian berlangsung. Verifikasi merupakan tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan dengan peninjauan kembali sebagai upaya untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokan yakni yang merupakan validitasnya).

PEMBAHASAN

Salah satu yang populer dan selalu ada adalah bisnis makanan, bisnis makanan yang saat ini semakin trend adalah Bisnis ayam geprek menjadi pilihan cukup populer bagi pemul. Karena bisnis ini banyak digemari dan mudah dilakukan. Selain itu bisnis ayam ini sangat diidolakan ditengah Masyarakat mulai dari anak-anak bahkan orang Dewasa menjadi hidangan yang cukup lezat untuk digunakan. Makanan ini sekarang menjadi salah satu makanan favorit kalangan Mahasiswa apalagi anak-anak hingga remaja maupun orang tua. Salah satu keunggulan dari produk yang dihasilkan yaitu mengutamakan proses pengolahan ayam dengan citra rasa yang dihasilkan selalu sama dan memiliki ciri khas sendiri yang sangat nikmat dipadukan dengan nasi hangat ditambah dengan sambel yang menambah rasa semakin nikmat. Harga yang kompetitif bisa terbilang sangat terjangkau sesuai dengan keuangan para pelajar dan mahasiswa.

Meskipun menggunakan fasilitas yang amat sederhana ternyata usaha ini banyak diminati oleh warga sekitar terutama di daerah Pakapuran karena harga dan inovasi produk yang ditawarkan terjangkau. Besarnya peluang usaha ayam geprek ini karena banyak peminat membuat pemilik berusaha untuk melakukan kreasi baru dari olahan ayam sesuai keinginan pelanggan. Segmentasi mencakup dari segi usia dan selera sehingga menjadi sebuah tantangan yang harus dipikirkan oleh pemilik untuk terus melakukan inovasi pada bisnis yang dijalankan. Jumlah penikmat olahan ayam goreng yang semakin hari terus meningkat menjadi salah satu alasan mengapa bisnis ini terus menjamur Dimana-mana dan makin banyak pesaingnya sehingga perlu bagi setiap bisnis tersebut terus meningkatkan keunggulan yang dimiliki dan mencari pembeda dengan pesaing lainnya agar dapat terus mengembangkan usahanya.

Penelitian ini menggunakan teori Analisis dengan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dapat menjadi alat pengukur yang cukup efektif untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang meningkatkan daya saing. Dengan menganalisis faktor internal (kekuatan serta kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan juga ancaman), bisnis dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memanfaatkan potensi yang ada untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Berikut ini adalah hasil penelitian penulis terkait Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Ayam Geprek Di Desa Pakapuran Kecamatan Amuntai Utara Kabupaten Hulu Sungai Utara:

1. Faktor Internal

a. Kekuatan

Dari pengamatan dan dari beberapa informan dapat disimpulkan, usaha ayam geprek memiliki beberapa kekuatan utama yang membuatnya menarik sebagai pilihan bisnis. Pertama, ayam geprek adalah makanan yang populer dan digemari banyak oleh lapisan masyarakat, menjadikannya memiliki potensi pasar yang besar. Kedua, modal awal yang dibutuhkan relatif kecil, dan bahan bakunya mudah didapatkan, sehingga memulai usaha ini tidak terlalu sulit. Ketiga, margin keuntungan usaha ayam geprek bisa cukup tinggi, mencapai 30-50%, yang berarti potensi keuntungan finansial yang menarik. Keempat, variasi sambal yang bisa ditawarkan bisa menjadi daya tarik tersendiri, karena tidak semua penjual ayam geprek memiliki pilihan sambal yang beragam.

b. Kelemahan

Dari kelemahannya, Usaha ayam geprek, meskipun populer, memiliki beberapa kelemahan. Beberapa di antaranya adalah potensi makanan cepat basi, fluktuasi harga bahan baku, ketergantungan pada pemasok, dan persaingan yang ketat..

2. Faktor Eksternal

a. Peluang

Peluang cukup bagus, Peluang usaha ayam geprek masih sangat bagus karena makanan ini populer dan digemari berbagai kalangan, modal awal yang relatif terjangkau, dan fleksibilitas dalam konsep usaha (mulai dari rumah, gerobak, hingga waralaba). Kombinasi rasa pedas dan tekstur renyah ayam geprek menjadi daya tarik utama, sementara harga yang terjangkau membuatnya diminati berbagai segmen pasar.

b. Ancaman

Adapun ancaman Usaha Ayam Geprek Di Desa Pakapuran adalah persaingan yang ketat dan potensi penurunan popularitas. Persaingan yang semakin ketat dari usaha ayam geprek lain dan munculnya tren makanan baru dapat mengurangi pangsa pasar. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku, terutama ayam, juga bisa menjadi ancaman. Faktor eksternal seperti kondisi ekonomi yang tidak stabil atau perubahan selera konsumen juga dapat mempengaruhi.

Pembahasan

Analisis dengan menggunakan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada usaha ayam geprek membantu mengidentifikasi apa saja yang menjadi faktor internal dan apa saja yang menjadi faktor eksternal yang dapat mempengaruhi suatu bisnis. Kekuatan (*Strengths*) bisa berupa kualitas produk yang baik, lokasi strategis, atau harga yang terjangkau. Kelemahan (*Weaknesses*) bisa mencakup promosi yang kurang efektif, keterbatasan modal, atau lokasi yang kurang strategis. Peluang (*Opportunities*) bisa datang dari tren makanan populer, acara-acara yang ramai, atau peningkatan permintaan. Ancaman (*Threats*) bisa berupa persaingan ketat, kenaikan harga bahan baku, atau perubahan selera konsumen.

Analisis SWOT Ayam Geprek:

Kekuatan (*Strengths*):

Rasa yang disukai: Ayam geprek memiliki rasa yang disukai banyak orang, terutama dengan berbagai pilihan level pedas.

Harga terjangkau: Ayam geprek umumnya dijual dengan harga yang tergolong murah atau terjangkau bervariasi mulai dari Rp.4.000, membuatnya mudah dibeli oleh berbagai kalangan.

Kemudahan mendapatkan bahan baku: Bahan baku ayam geprek mudah didapatkan di pasaran.

Proses memasak yang relatif cepat: Memungkinkan untuk melayani banyak pelanggan dalam waktu singkat.

Variasi menu: Ayam geprek bisa dipadukan dengan berbagai topping dan lauk, menciptakan variasi yang menarik.

Kelemahan (Weaknesses):

Ketergantungan pada bahan baku: Harga ayam yang fluktuatif bisa mempengaruhi biaya produksi.

Promosi yang kurang masif: Beberapa penjual ayam geprek mungkin belum memaksimalkan promosi, terutama melalui media sosial.

Persaingan yang ketat: Banyaknya penjual ayam geprek membuat persaingan semakin sengit.

Keterbatasan tempat: Beberapa gerai ayam geprek mungkin memiliki tempat yang terbatas.

Kualitas bahan baku yang tidak selalu konsisten: Kualitas ayam dan bahan lainnya bisa berbeda-beda tergantung pemasok.

Peluang (Opportunities):

Tren makanan pedas yang masih diminati:

Ayam geprek masih menjadi salah satu makanan yang amat banyak peminatnya mulai dari kalangan anak-anak hingga yang tua, terutama di kalangan anak muda.

Kerjasama dengan aplikasi pesan antar:

Memperluas jangkauan pasar melalui kerjasama dengan platform pesan antar makanan.

Inovasi menu:

Membuat variasi menu baru, seperti ayam geprek dengan keju mozzarella, atau ayam geprek dengan berbagai saus.

Promosi melalui media sosial:

Dizaman serba digital ini penting untuk melakukan promosi lewat media social seperti tiktok, Instagram, facebook dan lain-lain dengan harapan hal ini dilakukan untuk lebih banyak menjangkau konsumen dan agar juga mampu bersaing serta tidak ketinggalan zaman.

Membuka cabang di lokasi strategis:

Memperluas jangkauan bisnis dengan membuka cabang di lokasi yang ramai dan mudah dijangkau seperti area sekolah, atau jalan lintas provinsi seperti di desa Pakapuran yang banyak orang lewat sehingga Lokasi lebih strategis dan mudah dijangkau oleh pembeli atau konsumen.

Ancaman (Threats):

Munculnya pesaing baru: Banyaknya penjual baru yang menawarkan produk serupa.

Perubahan selera konsumen: Selera konsumen bisa berubah, sehingga perlu terus berinovasi untuk mempertahankan pelanggan.

Kenaikan harga bahan baku: Kenaikan harga ayam dan bahan baku lainnya bisa mempengaruhi biaya produksi dan harga jual.

Masalah keamanan pangan: Jika tidak dikelola dengan baik, masalah keamanan pangan bisa menjadi ancaman serius.

Kondisi ekonomi yang tidak menentu. Penghasilan konsumen juga berpengaruh terhadap usaha ini, seperti pada awal bulan karena sedang ramainya orang gaji maka juga banyak peminat atau pembeli lebih meningkat.

Sesuai dengan analisis diatas, pemilik usaha ayam geprek dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, apa saja yang harus dikembangkan dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengembangkan bisnisnya.

SIMPULAN

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan diatas maka dalam analisis SWOT kita dapat melihat situasi yang sangat menguntungkan apa saja yang harus dilakukan untuk pengembangan bisnis agar mampu bersaing. Ayam Geprek memiliki peluang dan kekuatan yang bisa dikatakan cukup tinggi sehingga dapat memanfaatkan potensi yang ada sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Dengan melihat Analisis SWOT usah Ayam pelaku usaha dapat melihat strategi Agresif di mana strategi ini menjadi Langkah awal strategi yang mendukung pelaku bisnis untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang apa saja yang bisa dioptimalkan untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar lagi dalam usaha yang dijalannya. Penting untuk pelaku bisnis ayam geprek mengetahui strategi agresif, sehingga penjual dapat mengembangkan usaha terutama di bidang promosi dan peningkatan penjualan agar usaha dapat lebih di kenal oleh masyarakat, dan penting juga membuat inovasi baru yang membuat usaha menjadi lebih menarik dan berbeda dengan pesaing lainnya. Untuk memenangkan persaingan dalam usaha ayam geprek, pelaku usaha perlu fokus pada kualitas produk, diferensiasi, pelayanan yang baik, promosi yang efektif, dan pengelolaan yang efisien.

DAFTAR PUSTAKA

Anggara, S. 2015. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Pustaka Setia.

Andy Dwi Hardi, Analisa Strategi Pengembangan Bisnis di PT.EM Advertising, Jurnal



AGORA Vol.4, No.1 (2016)

Moleong, J. Lexy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Ibram Adika Trio Fasya. 2023. "*Strategi Pengembangan Usaha Dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Ayam Di Kecamatan Tanjung Seneng Kota Bandar Lampung)*". Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Safitri Anas, 2022. "*Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Saung Enggal Kota Gajah (Di Desa Rejo Basuki Kota Gajah Lampung Tengah)*". Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Verniaputri Agusetyaningrum, Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang), Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 38 No.2 September 2016