

Analisis Strategi Pada Perusahaan McDonald's Dengan Menggunakan Porter's Five Forces Model

Rian Iswanda¹, Haripin²

¹ Universitas Gadjah Mada

² Universitas Gadjah Mada

Article Info

Article history:

Received Mar, 2024

Revised Mar, 2024

Accepted Mar, 2024

Kata Kunci:

Manajemen Strategi,
McDonald's, Model Lima
Kekuatan Porter

Keywords:

McDonald's, Porters's Five Forces
Model Analysis, Strategic
Management

ABSTRAK

Industri kuliner merupakan salah satu industri yang paling stabil karena memberikan pendapatan bagi ekonomi pengusaha, karyawan, hingga pemerintah melalui pajak resto. Salah satu bentuk industri kuliner adalah restoran cepat saji. Perkembangan restoran cepat saji itu mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Dahulu McDonald's hanya berjualan burger, akan tetapi di Indonesia mengeluarkan beberapa produk terkait makanan khas Indonesia yaitu nasi. Mulai dari nasi ayam, bubur, hingga nasi uduk. McDonald's juga dihadapkan pada tantangan dari berbagai aspek, yang tercermin dalam model Porter's Five Forces. Meskipun terdapat tantangan seperti ancaman pesaing baru dan produk pengganti, McDonald's tetap memiliki keunggulan melalui hambatan modal yang tinggi dan strategi inovatif. Pengelolaan kekuatan negosiasi pemasok yang rendah dan daya tawar pembeli yang tinggi menjadi fokus penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor ini, McDonald's dapat terus mengembangkan strategi yang efektif untuk mempertahankan posisi terdapatnya di pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami, menjelaskan, dan memberikan saran terkait dengan McDonald's. Metode penelitian yang diterapkan adalah analisis Porter's Five Forces. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, dan jenis penelitian ini bersifat kualitatif. Informasi diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, dan sumber lainnya.

ABSTRACT

The culinary industry is one of the most stable industries because it provides income for the economy of entrepreneurs, employees and the government through restaurant taxes. One form of the culinary industry is a fast food restaurant. The development of fast food restaurants is experiencing rapid growth in Indonesia. In the past, McDonald's only sold burgers, but in Indonesia it released several products related to Indonesian specialties, namely rice. Starting from chicken rice, porridge, to uduk rice. McDonald's also faces challenges from various aspects, which are reflected in Porter's Five Forces model. Despite challenges such as the threat of new competitors and substitute products, McDonald's maintains an advantage through high capital constraints and innovative strategies. Managing low supplier negotiating power and high buyer bargaining power is an important focus for maintaining customer loyalty. By understanding and managing these factors, McDonald's can continue to develop effective strategies to maintain its leading position in the market. This research is intended to identify, describe and provide recommendations regarding McDonald's. The research method used is Porter's Five Forces analysis. The data used is secondary data, while this type of research is qualitative. This data is obtained from

various sources such as journals, articles, and so on.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Rian Iswanda

Institution: Universitas Gadjah Mada

Email: rian.iswanda98@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini, mengakibatkan perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Tingginya laju perkembangan bisnis mendorong tingginya persaingan di dunia bisnis. Dengan kejadian ini, menuntut perusahaan memiliki keunggulan bersaing untuk membentuk rencana strategi perusahaan dalam memahami situasi pasar. Adapun persaingan ini meliputi segala hal, mulai dari menawarkan produk yang sama dengan pesaing, sampai dengan memberikan keunikan atau ciri khas terhadap produk maupun bentuk bisnisnya. Dalam upaya meningkatkan keunggulan kompetitifnya, perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk menganalisis nilai-nilai yang perlu ditekankan guna meningkatkan daya tarik di pasar industri mereka. Pembentukan nilai perusahaan ini melibatkan perencanaan strategi baik dan optimal agar unggul dalam bersaing dapat terwujud. Menurut Khoirunnisa (2020), keunggulan bersaing berperan penting dalam persaingan, mempertimbangkan manfaat yang dapat disuguhkan perusahaan kepada pasar dengan cara yang tidak dapat disaingi oleh pesaing merupakan suatu aspek penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Perusahaan harus mengambil pertimbangan terhadap segala faktor, baik yang berbasis internal maupun eksternal, untuk mencapai hal ini.

Berkembangnya perekonomian di Indonesia sekarang, memicu terjadinya pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor, khususnya sektor waralaba (*franchise*). Dengan kondisi persaingan bisnis yang sangat ketat, terutama perusahaan sejenis, mendorong perusahaan harus memiliki strategi-strategi segala ancaman dari pesaing. Selain itu, perusahaan juga harus siap sedia dalam menghadapi segala perubahan yang disebabkan oleh faktor eksternal, seperti perubahan politik, budaya, ekonomi, sosial, dan lain-lain. Hal ini, bukan hal yang mudah untuk dihadapi dan dipraktikkan, karena beberapa strategi dari perusahaan terkadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu, maka perusahaan harus bersungguh-sungguh memperhatikan dan memahami manajemen strategi yang digunakan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan/pengendalian, agar bisa mengambil keputusan dengan tepat sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mencapai keunggulan bersaing.

Sektor waralaba (*franchise*) di Indonesia, khususnya makanan merupakan hal yang paling banyak diminati oleh pelanggan, mengingat bahwa makanan adalah kebutuhan pokok masyarakat. Zaman sekarang, persaingan di sektor makanan sangat ketat, karena banyak yang membuka atau menggeluti sektor tersebut, dimana didukung dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, membuat perusahaan besar maupun kecil berlomba-lomba untuk berkreasi dan berinovasi dalam membuat makanan yang menarik dan unik. Contohnya, franchise yang beroperasi di sektor makanan cepat saji, seperti KFC, Burger King, PH, Texas Fried Chicken, dan sebagainya, sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, mereka

dihadapkan pada tuntutan untuk terus berinovasi dalam strategi bersaing. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus memiliki kesadaran dan merancang strategi dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya. Salah satu metode yang efektif untuk melakukan analisis ini adalah dengan menggunakan Analisis SWOT. Menurut Luthfiyani & Permana (2022), Analisis SWOT merupakan suatu pendekatan sistematis dalam merumuskan strategi perusahaan. Metode ini berfokus pada identifikasi faktor-faktor yang dapat dioptimalkan, yaitu kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), sambil sekaligus meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threat).

Menurut Devi Yulianti (2020) bahwa pemeriksaan lingkungan internal mencakup dua aspek, yakni kekuatan dan kelemahan. Hal ini dilakukan dengan membandingkan sumber daya perusahaan dan proses bisnis internalnya dengan pesaing lain, termasuk mereka yang memproduksi produk serupa atau produk pengganti. Sedangkan analisis lingkungan eksternal terdiri dari dua cakupan yaitu kesempatan dan ancaman. Analisis ini berkaitan dengan pemahaman berbagai faktor diluar perusahaan yang membandingkan lingkungan tugas dan lingkungan umum (Hidayat, 2014).

Selain menggunakan analisis SWOT, untuk menemukan strategi kompetitif yang dapat digunakan perusahaan dalam industrinya yaitu dengan digunakannya *Porter's Five Forces Model*. Model Porter ini digunakan sebagai pengidentifikasi strukturasi dari sektor/perusahaan yang sama dan untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam hal keunggulan. Rahma & Pradhanawati (2018) berpendapat bahwa dengan menggunakan model *Porter's Five Forces Model* ini, perusahaan bisa mengetahui tindakan-tindakan yang dibutuhkan, mulai dari implementasi/pelaksanaan, proses bisnis, sampai dengan teknik yang bisa memberikan nilai-nilai dalam bersaing bagi setiap organisasi atau perusahaan. Karenanya, model ini sering dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai panduan untuk merumuskan berbagai strategi yang diperlukan guna mencapai keunggulan dalam persaingan.

Dengan demikian, di antara berbagai merek waralaba di industri kuliner, McDonald's menonjol sebagai perusahaan restoran makanan dan minuman cepat saji yang tetap diminati oleh masyarakat luas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. McD merupakan salah satu perusahaan waralaba terkemuka yang terus berkembang baik di Indonesia maupun di tingkat internasional. Sampai detik ini, McD masih menunjukkan citra dan eksistensinya dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Banyak menu yang disajikan oleh McD, mulai dari *Fried Chicken, Hamburger, Spaghetti*, sampai dengan minuman-minuman seperti *coca cola, sprite, Ice Cream*, dan sebagainya. McD menyediakan semua ini berdasarkan keinginan pelanggan. Dalam mengoperasikan sektor makanan cepat saji, McD tentu mengalami banyak permasalahan serta hambatan yang tidak bisa dihindari baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Mulai dari selera pelanggan yang beragam, harga yang *fluktuatif*, dan para pesaing. Dengan kondisi seperti ini, McD harus bisa *sustain* dengan menerapkan strategi-strategi yang bisa diandalkan. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa mengikuti perkembangan bisnis seiring dengan dampak globalisasi yang sangat pesat. Usaha yang bisa dimaksimalkan dalam hal ini adalah kreasi, inovasi, dan kualitas produk serta analisis selera konsumen yang sangat variatif.

Berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan, penulis merasa tertarik untuk menggagas suatu karya ilmiah mengenai perencanaan strategis guna mencapai keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan Model Lima Kekuatan Porter, serta melibatkan analisis SWOT pada perusahaan waralaba makanan cepat saji McDonald's.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil Perusahaan

McDonald's Corp. merupakan sebuah perusahaan Amerika yang beroperasi dalam bisnis makanan dan minuman cepat saji serta real estat, dengan jangkauan multinasional. Pada tahun 1940, Richard dan Maurice McDonald mendirikan sebuah

restoran yang awalnya berfungsi sebagai tempat makan di San Bernardino, California, AS, perusahaan ini awalnya dikenal sebagai stan hamburger. Pada tahun 1953, mereka mengadopsi model waralaba dan memperkenalkan logo Golden Arches di lokasi Phoenix, Arizona. Pada tahun 1955, seorang pengusaha bernama Ray Kroc (1902–1984) bergabung dengan perusahaan sebagai agen waralaba, dan kemudian membeli seluruh jaringan dari Maurice dan Richard McDonald. Sebelumnya berkantor pusat di Oak Brook, Illinois, McDonald's mengalihkan kantor pusat globalnya ke Chicago pada bulan Juni 2018.

McDonald's berdiri sebagai salah satu jaringan restoran terbesar secara global dalam hal pendapatan, memberikan layanan lebih dari 69 juta pelanggan setiap hari di 100 negara melalui jaringan lebih dari 40.000 perusahaan pada tahun 2021. McDonald's terkenal dengan *hamburger*, kentang gorengnya, dan burger kejunya, meskipun menu mereka mencakup menu lain seperti ayam, ikan, buah, dan salad. Item berlisensi mereka yang paling terkenal di menu adalah kentang goreng mereka dengan *Big Mac* di belakangnya. Perusahaan tersebut telah menerima kritik karena tidak sehatnya makanan mereka. Pendapatan McDonald's umumnya berasal dari sejumlah sumber, termasuk pendapatan sewa, royalti, dan pembayaran dari pihak yang memiliki waralaba. Selain itu, penjualan di restoran yang dioperasikan langsung oleh perusahaan juga menjadi kontributor signifikan. Berdasarkan dua laporan yang dirilis pada tahun 2018, McDonald's menempati peringkat kedua sebagai perusahaan swasta terbesar di dunia, dengan jumlah karyawan mencapai 1,7 juta, hanya kalah dari Walmart yang memiliki 2,3 juta karyawan. Pada tahun 2020, McDonald's memiliki valuasi merek global tertinggi kesembilan. McDonald's telah dikritik atas efek kesehatan dari produknya, perlakuannya terhadap karyawan, dan praktik bisnis lainnya (Juwono, 2012).

2.2 Analisis Porter's Five Force Model

Porter's Five Forces Model adalah sebuah rangkaian analisis strategi bisnis yang dirancang oleh Michael Porter dengan tujuan mengilustrasikan faktor-faktor yang berkontribusi pada keunggulan kompetitif (Chairunisa & Irawan, 2020). Porter (1979) berpendapat bahwa fokus utama ahli strategi adalah memahami dan mengelola lingkungan persaingan dengan cara langsung mengamati pesaing serta memberikan perspektif yang lebih luas terkait persaingan organisasi tersebut.

Michael Porter mengenali lima faktor yang mempengaruhi tingkat persaingan di dalam suatu industri, termasuk ancaman dari pesaing baru, potensi produk pengganti, kekuatan negosiasi pemasok dan pembeli, serta intensitas persaingan di antara pesaing yang telah ada (Porter, 2008).

1. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Ancaman pendatang baru dapat diartikan sebagai ancaman yang berkaitan dengan menentukan tingkat kesulitan atau kemudahan yang diterima untuk terjun ke dunia industri. Dengan adanya ancaman ini bisa mengakibatkan semakin meningkatnya persaingan yang nantinya akan berdampak pada penurunan keuntungan. Hal ini dapat diukur dengan kemampuan yang dimiliki oleh new entrants untuk melakukan persaingan dengan perusahaan serupa (Hintoro & Fritz Wijaya, 2021).

2. Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Dalam hal ini, apabila perusahaan memiliki tawar menawar pemasok yang kuat, kemungkinan besar pemasok bisa melakukan penjualan bahan baku pada harga yang relatif tinggi atau pemasok dapat menjual bahan baku yang memiliki kualitas yang rendah kepada pembelinya (Pamungkas, 2016). Ketika perusahaan sudah bergantung kepada pemasok, akan mengakibatkan ancaman

untuk perusahaan itu sendiri. Maka dari itu, perusahaan harus melakukan pemilihan pemasok dengan tepat dalam hal harga dan kualitas.

3. Daya Tawar Pembeli (*Bargaining power of Buyers*)

Daya tawar pembeli merupakan suatu penilaian terhadap kekuatan penawaran dari konsumen. Apabila daya tawar menawar pembeli untuk menentukan harga yang rendah semakin tinggi atau kualitas produk yang tinggi, maka profit yang akan diperoleh oleh perusahaan semakin rendah (Santoso, 2021).

4. Ancaman Produk Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Ancaman ini muncul ketika konsumen dihadapkan pada opsi produk pengganti yang harganya lebih murah atau produk pengganti yang kualitasnya lebih baik dengan biaya produk yang rendah (Widayani, 2018). Dengan demikian, semakin beragamnya produk dalam industri yang berdampak pada pendapatan perusahaan.

5. Persaingan dengan Kompetitor Sejenis (*Rivalry of Competitors*)

Bagian ini merupakan faktor paling utama yang dipertimbangkan dalam model strategi ini. Melihat kondisi persaingan bisnis yang semakin kuat, maka banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar yang sejenis. Menurut Limantoro et al. (2018) segala aspek dibutuhkan untuk mengoptimalkan posisi, seperti strategi dalam persaingan harga, promosi/iklan, dan melakukan peningkatan atas pelayanan atau jaminan kepada para konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang melibatkan analisis data sekunder dari jurnal-jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Pencarian literatur dilakukan melalui *database* akademik, yaitu Google Scholar dengan menggunakan beberapa kata kunci yang relevan dengan topik penelitian, seperti [*Porter's Five Forces Model*, Analisis SWOT, analisis strategi McDonald's]. Studi ini juga menggunakan kriteria inklusi dalam pencarian literatur. Adapun kriteria inklusi, sebagai berikut.

1. Menjelaskan analisis strategi dalam perusahaan
2. Menjelaskan analisis lima kekuatan porter, dan
3. Menjelaskan penggunaan analisis SWOT.

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan jurnal-jurnal yang sesuai dan dianalisis secara sistematis berdasarkan topik penelitian. Berdasarkan tahapan-tahapan yang sudah dilakukan, ditemukan sekitar 19 jurnal ilmiah yang sesuai dengan topik penelitian. Meskipun literatur yang sudah ditemukan telah melalui proses *peer-review*, potensi kerentanan dan keterbatasan dalam data yang gunakan tetap ada. Beberapa keterbatasan data pada penelitian ini yaitu basis data yang digunakan hanya satu (Google Scholar), jurnal yang ditemukan terbilang sedikit, dan tidak membatasi pada tahun publikasi. Akan tetapi, data yang digunakan dalam penelitian ini masih signifikan dan masih memberikan wawasan yang berharga dan relevan terhadap topik penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ancaman Pendetang Baru

Pengaruh pendatang baru dapat berdampak pada pangsa pasar dan kinerja keuangan McDonald. Lima kekuatan analisis ini menyoroti dampak pemain baru terhadap operasional restoran. Dalam konteks McDonald, ancaman dari pesaing baru dinilai sebagai moderat, dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal berikut:

- a. Biaya peralihan rendah – Kuat
- b. Variabilitas tinggi biaya modal – Sedang
- c. Biaya yang diperlukan pengembangan merek yang tinggi untuk perusahaan jasa makanan – Lemah

Biaya transisi yang terjangkau mempermudah pelanggan untuk beralih dari McDonald's ke restoran cepat saji yang baru muncul. Dalam konteks analisis lima kekuatan Porter, elemen eksternal ini memperkuat potensi ancaman yang dihadapi oleh pesaing yang sudah berada di industri makanan. Tingginya biaya modal mengambang untuk memulai operasi restoran baru hanya membatasi sebagian masuknya bisnis baru ke pasar. Faktor-faktor eksternal ini menghasilkan risiko sedang memasuki McDonald's. Membangun merek yang kuat di industri makanan cepat saji membutuhkan biaya. Banyak usaha kecil dan menengah kurang memiliki sumber daya untuk mengembangkan merek yang kuat dan bersaing dengan McDonald's. Oleh karena itu, dalam analisis lima kekuatan, faktor eksternal menunjukkan bahwa kedatangan pesaing baru merupakan isu strategis yang cukup penting, meskipun bukan yang utama, bagi rantai restoran multinasional tersebut.

2. *Daya Tawar Pemasok*

Pengaruh pemasok terhadap kapasitas produksi McDonald's dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku. Analisis Five Forces menggambarkan dampak pemasok terhadap bisnis dan lingkungan industri makanan cepat saji. Dalam konteks McDonald's, kelemahan daya tawar pemasok terkait dengan faktor-faktor eksternal berikut:

- a. Sejumlah besar pemasok – Lemah
- b. Integrasi pemasok vertikal rendah ke depan – Lemah
- c. Pasokan keseluruhan yang tinggi untuk bisnis layanan makanan – Lemah

Banyaknya pemasok telah mengurangi pengaruh pemasok individu di McDonald's Corporation. Kehadiran lemah ini sebagian disebabkan oleh ketidakadaan aliansi yang kuat di tingkat regional dan global pada industri makanan dan minuman. Oleh karena itu, mayoritas pemasok McDonald's tidak memiliki integrasi vertikal, tidak menguasai saluran distribusi yang menyediakan produk ke restoran cepat saji. Dalam konteks Model Analisis Lima Kekuatan Porter, rendahnya tingkat integrasi vertikal menjadi pelemahan dalam negosiasi dengan pemasok oleh McDonald's Corporation. Pasokan bahan-bahan seperti tepung dan daging yang melimpah mengurangi dampak setiap pemasok terhadap operasional bisnis. Oleh karena itu, elemen-elemen analisis lima kekuatan ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor eksternal melemahkan kekuatan pemasok dan menjadi tantangan kecil dalam manajemen strategis restoran. Meskipun begitu, strategi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pendekatan manajemen pemangku kepentingan oleh McDonald's membantu mengatasi kelemahan kekuatan pemasok ini.

3. *Daya Tawar Pembeli*

Strategi pemasaran McDonald's berfokus pada kemampuan pelanggan untuk mempengaruhi kinerja bisnis. Model Analisis Lima Kekuatan ini melihat kekuatan konsumen dan bagaimana pilihan mereka memengaruhi bisnis perhotelan. Dalam kasus McDonald's, faktor-faktor eksternal berikut mempengaruhi daya tawar pembeli yang kuat:

- a. Biaya peralihan rendah – Kuat
- b. Sejumlah besar penyedia makanan dan minuman – Kuat
- c. Ketersediaan alternatif yang tinggi – Kuat

Keleluasaan untuk beralih dari satu restoran ke restoran lain tanpa biaya yang tinggi memungkinkan pelanggan memiliki pengaruh terhadap operasional bisnis

McDonald's. Faktor eksternal tersebut memperkuat daya tawar pelanggan terhadap pengaruh perusahaan jasa makanan di pasar. Kejenuhan di pasar menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan restoran cepat saji selain McDonald's. Situasi ini memberikan kekuatan kepada pembeli sebagai faktor yang memengaruhi lingkungan eksternal restoran cepat saji. Selain itu, ketersediaan alternatif makanan dan minuman menjadi aspek penting dalam analisis eksternal ini, meningkatkan daya tawar pelanggan. Contoh produk pengganti meliputi kios makanan, stan makanan, tukang roti, dan kemampuan konsumen untuk memasak di rumah. Dengan mempertimbangkan analisis Lima Kekuatan Porter, strategi bisnis seharusnya fokus pada peningkatan loyalitas pelanggan, terutama ketika faktor-faktor eksternal yang teridentifikasi dikombinasikan dengan tren sosiokultural, seperti meningkatnya preferensi konsumen terhadap gaya hidup sehat, sebagaimana dibahas dalam analisis PESTEL/PESTLE untuk McDonald's Corporation.

4. Ancaman Produk Pengganti

Ancaman produk pengganti merupakan prioritas bagi McDonald's Corporation. Model Analisis Lima Kekuatan Porter ini membahas dampak potensial substitusi pada pertumbuhan bisnis rantai restoran. Berbagai faktor dari luar membuat ancaman penggantian menjadi kekuatan yang signifikan melawan McDonald's:

- a. Ketersediaan pengganti yang tinggi – Kuat
- b. Biaya beralih rendah untuk konsumen – Kuat
- c. Rasio biaya-kinerja rendah dari banyak pengganti – Kuat

Terdapat banyak pengganti produk McDonald's, salah satunya produk dari produsen toko roti lokal. Selain itu, konsumen dapat menyiapkan makanan sendiri di rumah. Faktor eksternal tersebut meningkatkan intensitas ancaman substitusi pada industri jasa makanan cepat saji. Beralih dari McDonald's ke substitusi mudah dilakukan karena biaya peralihan yang rendah. Misalnya, beralih dari makan bersama perusahaan ke makanan pengganti biasanya menghasilkan kerugian yang tidak signifikan atau minimal, seperti tambahan waktu yang dihabiskan untuk menyiapkan makanan atau, dalam beberapa kasus, biaya makan sedikit lebih tinggi. Terdapat banyak produk pengganti bersaing dalam hal kualitas dan kepuasan pelanggan dengan harga terjangkau (rasio biaya-manfaat rendah), Kepuasan konsumen terhadap manfaat kesehatan dari masakan rumahan.

5. Persaingan dengan Kompetitor Sejenis

McDonald's menghadapi persaingan sengit karena saturasi pasar restoran cepat saji. Model Analisis Lima Kekuatan Porter terkait dengan pengaruh persaingan dalam lingkungan industri makanan. Dalam konteks McDonald's, kekuatan persaingan yang signifikan muncul dari berbagai faktor eksternal, termasuk:

- a. Jumlah perusahaan jasa makanan yang tinggi – Kuat
- b. Agresivitas perusahaan yang tinggi – Kuat
- c. Biaya peralihan rendah antar restoran – Kuat

Terdapat banyak perusahaan dengan berbagai ukuran di industri ini, termasuk rantai global seperti McDonald's dan rantai makanan cepat saji lokal. Faktor eksternal ini memperkuat kekuatan kompetitif restoran cepat saji. Selain itu, dalam model analisis *Five Forces*, agresivitas perusahaan dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi persaingan McDonald's. Kebanyakan perusahaan skala menengah dan besar sedang aktif mempromosikan produk makanan dan minumannya. Faktor dari luar ini meningkatkan persaingan dengan McDonald's Corporation. Biaya peralihan yang rendah merupakan faktor eksternal yang memudahkan konsumen untuk beralih ke restoran lain seperti Burger King, yang meningkatkan persaingan. Jadi elemen

analisis lima kekuatan McDonald's menunjukkan bahwa persaingan adalah faktor eksternal yang sangat penting dalam mengelola strategi perusahaan.

5. KESIMPULAN

McDonald's Merupakan waralaba terkemuka dan dikenal luas yang beroperasi secara global, mengkhususkan diri pada makanan cepat saji. Restoran ini menawarkan beragam item menu lezat, termasuk berbagai pilihan makanan yang dibundel. Sepanjang operasionalnya, perusahaan secara konsisten memperkenalkan produk pangan inovatif dan insentif menarik untuk menarik minat konsumennya. McDonald's menggunakan berbagai strategi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar. Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan memiliki peranan yang sangat signifikan dalam menemukan seberapa kuatnya perusahaan tersebut melampaui kelemahan atau faktor lainnya. Tidak diragukan lagi, manajemen internal yang efektif dan kompeten memungkinkan perusahaan mempertahankan posisinya di antara para pesaing.

McDonald's juga menghadapi tantangan dari beberapa aspek eksternal yang memengaruhi kekuatan Porter's Five Forces Model. Ancaman pendaatang baru, kekuatan negosiasi pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk pengganti, dan persaingan dengan kompetitor sejenis semuanya memengaruhi strategi dan kinerja perusahaan. Ancaman dari pesaing baru, meskipun memiliki biaya peralihan yang rendah dan biaya pengembangan merek yang tinggi, terbukti tidak signifikan karena adanya hambatan modal yang tinggi untuk memulai bisnis restoran. Namun, McDonald's harus tetap waspada terhadap potensi masuknya pesaing baru yang dapat memengaruhi pangsa pasarnya. Kekuatan negosiasi pemasok yang rendah sebagian besar disebabkan oleh banyaknya pemasok dan rendahnya integrasi vertikal mereka. Hal ini memberikan McDonald's keleluasaan dalam menentukan harga dan kualitas bahan baku yang mereka beli. Daya tawar pembeli yang tinggi, didorong oleh banyaknya alternatif makanan dan minuman serta biaya peralihan yang rendah, menuntut McDonald's untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Ancaman produk pengganti, seperti makanan dari toko roti lokal atau masakan rumahan, menekankan pentingnya McDonald's untuk terus berinovasi dalam menawarkan menu yang menarik dan memenuhi kebutuhan konsumen. Persaingan dengan kompetitor sejenis, baik dari rantai global maupun lokal, menuntut McDonald's untuk tetap agresif dalam strategi pemasaran, promosi, dan inovasi produk guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor eksternal yang memengaruhi kekuatan Porter's Five Forces Model, McDonald's dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar makanan cepat saji.

DAFTAR PUSTAKA

- Chairunisa, R., & Irawan, F. (2020). *Analisis Nilai Entitas Setelah Penerapan Financial Technology oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:234581744>
- Devi Yulianti. (2020). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Pencapaian tujuan Perusahaan. *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.
- Hidayat, A. A. (2014). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*. Salemba Medika.
- Hintoro, S., & Fritz Wijaya, A. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6 SE-Articles), 729–738. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v2i6.613>
- Juwono, O. (2012). Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi Kasus di Restoran Cepat Saji McDonald's). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(1), 1–21. <http://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/278>
- Khoirunnisa, A. (2020). Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat "Naturicha Healthy Food and Drink"). *Jurnal Manajemen*

- Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1, 275–291. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.262>
- Limantoro, L. V, Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). Perusahaan Jasa Kebersihan. *Program Manajemen Bisnis*, 6(2), 1–7.
- Luthfiyani, N., & Permana, H. (2022). Efektivitas Analisis SWOT dalam meningkatkan mutu pembelajaran di SDI Miftahul Diniyah. *PeTeKa*, 5(2), 153–158.
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive Force Dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner Di Indonesia (Studi Kasus : Kulina.id). *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 118–127. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v1i2.10760>
- Porter. (2008). The five competitive forces that shape strategy. In Harvard Business Review. *Harvard Business Review*, 86(1), 31.
- Rahma, A. N., & Pradhanawati, A. (2018). Strategi Bersaing Produk Ukm Lunpia Dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan Swot (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis; Vol 7, No 2 (2018)DO - 10.14710/Jiab.2018.20353* . <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/20353>
- Santoso, V. A. (2021). Legal Protection on E-Commerce Transactions: Problems and Challenges in Global Business. *Semarang State University Undergraduate Law and Society Review*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.15294/lsr.v1i2.50552>
- Widayani, A. (2018). Daya Saing Program Studi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2 SE-Articles), 37–56. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/IAB/article/view/291>