

## **STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL BERBASIS ANALISIS SWOT (Studi Kasus pada *Startup* UFO Burger Bojonegoro)**

Rofaq Azharul Ahmad<sup>1</sup>, Septyan Budy Cahya<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: rofaqazharul.20017@mhs.unesa.ac.id

### Abstrak

*Startup* UFO Burger Bojonegoro adalah *startup* makanan cepat saji yang bersaing di era digital dengan banyaknya pesaing baru. Analisis SWOT diperlukan untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing melalui tiga tahap, yaitu memasukkan EFE dan IFE, pencocokan table SWOT dan Matriks *Grand Strategy*, dan Keputusan Matriks QSPM. Hasil analisis EFE menunjukkan total skor bobot sebesar 3,46 dengan nilai peluang 2,79 dan ancaman 1,67. Analisis IFE menunjukkan total skor bobot 3,63 dengan nilai kekuatan 1,88 dan kelemahan 1,75. Strategi yang paling dominan untuk memenangkan persaingan adalah strategi SO dengan nilai 3,67. Hasil Matriks *Grand Strategy* menempatkan Perusahaan pada Kuadran I, yang berarti strategi intensif, integrasi, dan diversifikasi. Keputusan akhir dari Matriks QSPM menunjukkan bahwa strategi Integrasi Vertikal dan Diversifikasi Konglomerasi adalah yang paling sesuai untuk *Startup* UFO Burger Bojonegoro.

*Keywords:* SWOT; Matriks EFE; Matriks IFE; Matriks IE; Matriks *Grand Strategy*; QSPM.

### Abstract

*UFO Burger Bojonegoro Startup is a fast-food company facing tough competition in the digital era. To stay ahead, it's important to conduct a SWOT analysis, which involves three stages: input (EFE and IFE), matching (SWOT table and Grand Strategy Matrix), and decision-making (QSPM Matrix). The EFE analysis resulted in a total weighted score of 3.46, with an opportunity value of 1.79 and a threat value of 1.67. The IFE analysis resulted in a total weighted score of 3.63, with a strength value of 1.88 and a weakness value of 1.75. The most effective strategy is the SO strategy with a score of 3.67. The Grand Strategy Matrix places the company in quadrant I, indicating intensive integration and diversification strategies. According to the QSPM Matrix, the most suitable strategies for UFO Burger Bojonegoro Startup are Vertical Integration and Conglomerate Diversification.*

*Keywords:* SWOT; EFE Matrix; IFE Matrix; IE Matrix; Grand Strategy Matrix; QSPM.

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi dan transformasi digital telah mengubah pola konsumsi dan perilaku pelanggan secara signifikan. Di tengah gejolak ini, pelaku bisnis, terutama Startup di sektor kuliner, harus mampu beradaptasi dan menyusun strategi yang tepat untuk menjaga dan meningkatkan daya saing mereka (Bhuana et al., 2020).

Salah satu contoh nyata dari perkembangan teknologi dan transformasi digital di bisnis kuliner adalah tren penggunaan aplikasi pengiriman makanan. Fenomena ini secara umum mencerminkan bagaimana industri kuliner telah beradaptasi dengan kemajuan teknologi untuk meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas konsumen. Aplikasi seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan dari berbagai restoran dengan mudah

melalui ponsel mereka (Saputra & Rizaldi, 2021). Melalui integrasi teknologi ini, bisnis kuliner dapat memperluas jangkauan pasar mereka tanpa harus memiliki tempat makan fisik yang besar (Ermawati & Lestari, 2022).

Selain itu, teknologi juga memainkan peran dalam meningkatkan efisiensi operasional di industri kuliner. Penggunaan sistem pemesanan online, pembayaran digital, dan manajemen inventaris berbasis teknologi membantu restoran untuk lebih efektif mengelola proses bisnis mereka (Tosida et al., 2017). Penerapan teknologi juga dapat meningkatkan interaksi pelanggan, misalnya melalui program loyalitas digital atau promosi khusus yang disampaikan melalui aplikasi atau platform media sosial.

Pengembangan strategi bisnis menjadi semakin penting dalam menghadapi era transformasi digital, terutama di sektor kuliner. Seiring dengan penerapan teknologi dalam operasional

restoran, perusahaan perlu merumuskan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan manfaat teknologi tersebut (Diat & Prasojjo, 2018). Strategi bisnis yang efektif akan memungkinkan restoran untuk tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga untuk menyesuaikan dengan pergeseran perilaku pelanggan yang semakin mengandalkan teknologi (Made et al., 2023).

Sebagai salah satu Startup di Bojonegoro, Jawa Timur, UFO Burger memiliki potensi untuk menjadi pemain kunci di pasar makanan cepat saji lokal. Namun, keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis ini perlu dihadapi dengan tantangan baru yang muncul di era digital, seperti perubahan gaya hidup konsumen dan persaingan sengit di dunia maya (Saputra & Rizaldi, 2021). Oleh karena itu, strategi peningkatan daya saing yang cerdas dan terukur menjadi faktor krusial bagi keberhasilan UFO Burger.

## **KAJIAN PUSTAKA STRATEGI**

Strategi bisnis adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengalokasian sumber daya dan pengambilan keputusan yang cermat. Strategi ini mencakup berbagai aspek, seperti orientasi pada tujuan organisasi, perencanaan untuk posisi masa depan, dan integrasi menyeluruh dari semua bagian organisasi dalam mencapai tujuan bersama. Pentingnya lingkungan internal dan eksternal juga diperhitungkan dalam perumusan strategi, termasuk misi perusahaan, teknologi, dan sumber daya yang tersedia.

Manajemen strategis bertujuan untuk memberikan panduan dalam mencapai tujuan organisasi, mempertimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan, serta memastikan organisasi dapat menghadapi perubahan dengan efektif. Efisiensi dan efektivitas operasional juga menjadi fokus utama dalam pelaksanaan strategi.

Komponen utama strategi meliputi kompetensi unggulan, yang merupakan keahlian khusus organisasi, ruang lingkup yang mencakup pasar yang akan dilayani, dan alokasi sumber daya yang memastikan distribusi yang tepat di antara

berbagai bidang. Ada beberapa tipe strategi yang bisa dipilih, seperti strategi integrasi untuk meningkatkan kendali atas rantai pasokan, strategi diversifikasi untuk memperluas produk atau layanan, dan strategi defensif untuk mengelola bisnis melalui pengurangan biaya atau penjualan aset.

Proses perumusan strategi melibatkan pengamatan tren, analisis SWOT, envisioning, dan pemilihan strategi yang tepat, semuanya bertujuan untuk menyesuaikan organisasi dengan perubahan di lingkungan bisnis dan memaksimalkan keunggulan kompetitif.

## **DAYA SAING**

Daya saing adalah kemampuan suatu entitas untuk menghasilkan hasil dengan lebih cepat, efektif, atau bermakna, yang mencakup penguatan pangsa pasar, keterhubungan dengan lingkungan, peningkatan kinerja berkelanjutan, dan penguatan posisi yang menguntungkan (Narto & HM, 2020). Daya saing suatu perusahaan dalam industri ditentukan oleh keunggulan bersaingnya, yang bergantung pada sumber daya relatif dan keunggulan kompetitif. Tiga komponen utama daya saing meliputi peningkatan produktivitas, perluasan kapasitas ekonomi, serta keyakinan pada efisiensi mekanisme pasar.

Dalam konteks persaingan, penting bagi perusahaan untuk memahami pesaing, termasuk identitas, posisi pasar, strategi, serta kekuatan dan kelemahan mereka. Analisis pesaing mencakup pemahaman struktur biaya dan kapasitas produksi pesaing. Identifikasi pesaing diperlukan untuk memastikan analisis pesaing tepat sasaran, yang mencakup analisis jenis produk, estimasi pangsa pasar, serta identifikasi peluang dan ancaman. Selain itu, perusahaan perlu memetakan keunggulan dan kelemahan pesaing dalam aspek seperti produk, harga, distribusi, dan promosi, untuk memperoleh gambaran yang holistik tentang persaingan yang dihadapi.

## **ANALISIS SWOT**

Analisis SWOT adalah pendekatan sistematis untuk merumuskan strategi dengan menilai peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan bisnis (GÜREL, 2017). Proses ini melibatkan identifikasi elemen-elemen tersebut dari

berbagai sumber, membantu perusahaan memahami posisi mereka dalam lingkungan internal dan eksternal. Setelah faktor-faktor ini diidentifikasi, perusahaan menggunakan strategi EFAS dan IFAS untuk memberikan bobot dan peringkat pada setiap faktor, yang kemudian digunakan untuk merumuskan strategi bersaing (Wijayanti et al., 2024).

Faktor internal meliputi kekuatan, seperti kemampuan unggul, dan kelemahan, seperti penurunan kinerja. Sementara faktor eksternal mencakup peluang yang menawarkan potensi keuntungan, dan ancaman yang dapat melemahkan posisi perusahaan. Lingkungan bisnis dibagi menjadi mikro, yang mencakup pelanggan, pesaing, pemasok, saluran perantara, dan masyarakat, serta makro, yang mencakup demografi, ekonomi, ekologi, teknologi, politik, budaya, dan hukum.

Analisis internal perusahaan mencakup pemanfaatan sumber daya dan perilaku organisasi yang dapat menciptakan kekuatan atau kelemahan. Faktor-faktor ini, bersama dengan efek sinergis, kompetensi, dan kemampuan organisasi, berperan dalam menentukan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena memerlukan gambaran yang lebih luas dan objektif akan strategi pengembangan merek dan peningkatan daya saing dalam konteks era digital. Fokus penelitian adalah pada analisis SWOT, dengan menggunakan studi kasus Startup UFO Burger di Bojonegoro. Tujuan penelitian adalah untuk menginvestigasi strategi peningkatan daya saing yang dilakukan oleh UFO Burger di era digital (Munir, 2023). Metode kualitatif dipilih karena dianggap paling tepat untuk menjawab tujuan penelitian.

Penelitian dilakukan selama kurang lebih 2 bulan di lokasi Startup UFO Burger yang beralamat di Jl. Basuki Rahmat No.71, Mojo Kp., Mojokampung, Kec. Bojonegoro,

Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur (Neuman, 2014). Variabel penelitian terdiri dari daya saing, dengan indikator analisis pesaing dan identifikasi pesaing, serta analisis SWOT, dengan indikator kekuatan, kelemahan, peluang,

dan ancaman. Populasi terdiri dari manusia dan benda-benda alami dan buatan manusia lainnya yang terkait dengan objek penelitian. Sampel akan diambil dari populasi tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Meningkatkan Daya Saing Startup UFO Burger Bojonegoro

Startup UFO Burger Bojonegoro menghadapi persaingan ketat di pasar burger lokal, dengan pesaing utama seperti Burger Bangor, Kebab Burger Pangsud, dan Hits Chicken. Meskipun demikian, mereka berhasil mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar berkat rasa dan kualitas produk yang diakui. Dengan fokus pada penggunaan roti buatan sendiri dan variasi daging yang unik, mereka membedakan diri dari pesaing. Strategi pemasaran digital melalui Instagram dan layanan *delivery* juga telah efektif dalam membangun kesadaran merek. Namun, mereka menghadapi tantangan operasional terkait pengelolaan stok dan sedang mempertimbangkan ekspansi ke lokasi strategis untuk meningkatkan aksesibilitas produk. Meskipun demikian, prospek pertumbuhan Startup UFO Burger Bojonegoro tetap menjanjikan.

### Strategi EFAS dan IFAS Startup UFO Burger Bojonegoro

Metode perencanaan strategi SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu bisnis. SWOT mencakup kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari lingkungan internal, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal.

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan, ditentukan faktor yang mempengaruhi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) Startup UFO Burger Bojonegoro.

**Tabel 1.**  
**ANALISIS KEKUATAN DAN KELEMAHAN**

<u>Strength (S)</u>	<u>Weaknesses (W)</u>
1. Keunikan produk	1. Keterbatasan stok dari pusat
2. Kualitas bahan	2. Keterbatasan lokasi

3. Beragam varian isian burger 3. Kurangnya informasi tentang produk

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

**Tabel 2.**  
**ANALISIS PELUANG DAN ANCAMAN**

<i>Opportunities (O)</i>	<i>Threats (T)</i>
1. Promosi oleh ojek <i>online</i> lokal	1. Kesalahpahaman konsumen
2. Pemasaran digital	2. Masalah pasokan
3. Dukungan dari <i>franchisor</i>	3. Biaya operasional
4. Lokasi potensial	4. Selera konsumen
5. Kurangnya persaingan	5. Kendala listrik di lokasi

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel analisis **Tabel 1.** dan **Tabel 2.** untuk *Startup* UFO Burger di Bojonegoro, dapat disimpulkan bahwa startup ini memiliki beberapa kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnisnya. Kekuatan utama terletak pada keunikan produk, kualitas bahan, serta beragam varian isian burger yang dapat menarik minat konsumen. Di sisi lain, startup ini juga menghadapi beberapa kelemahan, seperti keterbatasan stok dari pusat, terbatasnya jumlah lokasi, serta kurangnya informasi produk bagi konsumen.

Dari segi peluang, *Startup* UFO Burger dapat memanfaatkan promosi melalui ojek *online* lokal, melakukan pemasaran digital yang lebih agresif, serta mendapatkan dukungan dari *franchisor* jika merupakan bisnis waralaba. Selain itu, masih terdapat potensi pengembangan lokasi baru dan rendahnya tingkat persaingan di beberapa wilayah. Namun, startup ini juga perlu mewaspadaikan ancaman-ancaman, seperti kesalahpahaman konsumen, masalah pasokan, biaya operasional yang tinggi, perubahan selera konsumen, serta kendala listrik di lokasi usaha.

Dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman, *Startup* UFO Burger di Bojonegoro memiliki potensi untuk berkembang dan mencapai keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

### Analisis SWOT

Hasil pengolahan data mendapatkan hasil perhitungan sebagaimana pada table berikut:

**Tabel 3.**  
**MATRIKS IFE**

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<b><i>Strength (S)</i></b>				
1	Keunikan Produk	0,18	4	0,73
2	Kualitas Bahan	0,15	3,46	0,54
3	Beragam varian isian burger	0,16	3,66	0,61
<b>Sub Total</b>		<b>0,5</b>		<b>1,88</b>
<b><i>Weaknesses (W)</i></b>				
1	Keterbatasan stok dari pusat	0,16	3,53	0,57
2	Keterbatasan lokasi	0,16	3,66	0,61
3	Kurangnya informasi tentang produl	0,16	3,53	0,57
<b>Sub Total</b>		<b>0,49</b>		<b>1,75</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>3,63</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

**Tabel 3.** menunjukkan analisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan utama meliputi keunikan produk (0,73), keragaman varian burger (0,61), dan kualitas bahan (0,54), dengan total skor 1,88. Kelemahan utama adalah keterbatasan lokasi (0,61), keterbatasan stok (0,57), dan kurangnya informasi produk (0,57), dengan total skor 1,75. Total skor keseluruhan adalah 3,63.

**Tabel 4.**  
**MATRIKS EFE**

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
<b><i>Opportunities (O)</i></b>				
1	Promosi oleh ojek <i>online</i> lokal	0,09	3,33	0,31
2	Pemasaran digital	0,1	3,66	0,38
3	Dukungan dari <i>franchisor</i>	0,11	4	0,45
4	Lokasi potensial	0,08	3,13	0,28
5	Kurangnya persaingan	0,1	3,6	0,37
<b>Sub Total</b>		<b>0,5</b>		<b>1,79</b>
<b><i>Threats (T)</i></b>				
1	Kesalahpahaman konsumen	0,08	3	0,25
2	Masalah pasokan	0,1	3,66	0,38
3	Biaya operasional	0,09	3,33	0,31
4	Selera konsumen	0,08	3,13	0,28
5	Kendala listrik di lokasi	0,11	4	0,45

<b>Sub Total</b>	<b>0,4</b>	<b>1,67</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>3,46</b>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

**Tabel 4.** menunjukkan analisis faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Peluang utama adalah dukungan dari franchisor (0,45), pemasaran digital (0,38), dan kurangnya persaingan (0,37), dengan total skor 1,79. Ancaman utama adalah kendala listrik (0,45), masalah pasokan (0,38), dan biaya operasional (0,31), dengan total skor 1,67. Total skor keseluruhan adalah 3,46.

**Tabel 5.**  
**ANALISIS SWOT**

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	(1,88)	(1,75)
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi (SO)	Strategi (WO)
(1,79)	$1,88+1,79 = 3,67$	$1,75+1,79 = 3,54$
<i>Threats (T)</i>	Strategi (ST)	Strategi (WT)
(1,67)	$1,88+1,67 = 3,55$	$1,75+1,67 = 3,42$

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

**Tabel 5.** menunjukkan nilai kombinasi strategi SWOT, Strategi SO (3,67) fokus pada memanfaatkan kekuatan untuk peluang, strategi WO (3,54) mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang, strategi ST (3,55) menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, dan strategi WT (3,42) mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman. Strategi SO, dengan nilai tertinggi 3,67, direkomendasikan untuk memenangkan persaingan dan mengembangkan bisnis.

Matriks SWOT menggabungkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) untuk menentukan strategi yang paling sesuai untuk perusahaan. Tabel matriks SWOT berikut menunjukkan hasilnya.

**Tabel 6.**  
**KOMBINASI MATRIKS SWOT**

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	1. Keunikan produk	1. Keterbatasan stok dari pusat

	2. Kualitas bahan	2. Keterbatasan lokasi
	3. Beragam varian isian burger	3. Kurangnya informasi tentang produk

<i>Opportunity (O)</i>	Strategi (SO)	Strategi (WO)
1. Produk unik dan berbeda	1. Promosi keunikan produk melalui pemasaran digital	1. Mengoptimalkan pemasaran digital
2. Pemasaran digital	2. Meningkatkan kualitas dan variasi bahan dengan dukungan franchisor	2. Bekerjasama dengan franchisor untuk menangani keterbatasan stok
3. Dukungan dari franchisor	3. Membuka cabang di lokasi potensial	3. Memanfaatkan lokasi potensial untuk ekspansi
4. Lokasi potensial		
5. Kurangnya persaingan		

<i>Threats (T)</i>	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Kesalahpahaman konsumen	1. Meningkatkan edukasi konsumen tentang keunikan produk	1. Mengelola stok dengan baik untuk menghindari masalah pasokan
2. Masalah pasokan	2. Diversifikasi sumber bahan untuk mengatasi masalah pasokan	2. Menjajaki Lokasi baru yang memiliki infrastruktur listrik yang baik
3. Biaya operasional	3. Menyesuaikan varian isian dengan preferensi lokal	3. Mengkomunikasikan kejelasan produk melalui materi promosi yang informatif
4. Selera konsumen		
5. Kendala listrik di lokasi		

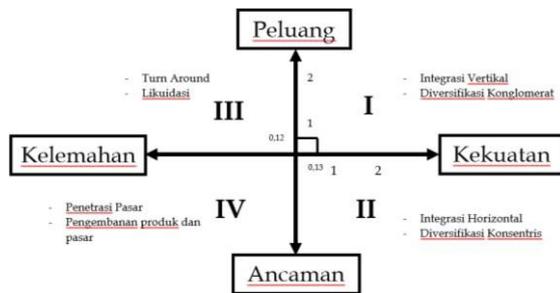
Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

Dari tabel Matriks IFE dan Tabel Matriks EFE dapat disimpulkan bahwa perbandingan kekuatan dengan kelemahan, peluang dan ancaman:

$$S - W = 1.88 - 1.75 = 0.13 \text{ (positif)}$$

$$O - T = 1.79 - 1.67 = 0.12 \text{ (positif)}$$

Artinya bahwa Kekuatan perusahaan mampu mengatasi kelemahan yang ada, sementara perbandingan peluang dan ancaman menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi ancaman. Berdasarkan analisis ini, Matriks *Grand Strategy* disusun untuk menentukan posisi perusahaan dalam kuadran strategis serta untuk mengidentifikasi strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh Startup UFO Burger Bojonegoro. Matriks *Grand Strategy* ini akan membantu dalam merumuskan langkah-langkah strategis yang sesuai untuk mengoptimalkan peluang dan mengatasi ancaman yang dihadapi. Matriks *Grand Strategy* untuk bisnis Startup UFO Burger Bojonegoro berikut ini:



**Gambar 1. MATRIKS GRAND STRATEGY**  
Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

Posisi Startup UFO Burger Bojonegoro berada di Kuadran I, yang menunjukkan kekuatan yang signifikan namun juga tantangan besar. Strategi yang sesuai untuk perusahaan mencakup Kerjasama melalui Integrasi Vertikal dan ekspansi pasar dengan Diversifikasi Konglomerasi. Integrasi Vertikal melibatkan penggabungan aktivitas terkait dalam rantai nilai perusahaan, sementara Diversifikasi Konglomerasi memperluas jenis bisnis dan produk yang ditawarkan. Startup UFO Burger Bojonegoro, dengan strategi Diversifikasi Konglomerasi, memanfaatkan keunggulan produk yang berbeda, strategi pemasaran digital intensif, dan ekspansi lokasi strategis untuk memperkuat posisinya di pasar. Pendekatan ini menciptakan diferensiasi yang jelas dan memungkinkan perusahaan untuk berkembang dalam industri makanan cepat saji dengan cara yang inovatif.

Berdasarkan hasil temuan dari wawancara dan observasi lapangan dengan menghubungkannya pada kajian teoritis, serta hasil dari pengolahan data. Fokus utama adalah pada strategi peningkatan daya saing Startup UFO Burger Bojonegoro di pasar burger lokal yang semakin kompetitif. Startup ini memiliki keunggulan berupa rasa produk yang unik dan strategi pemasaran digital yang efektif, yang membedakannya dari pesaing utama seperti Burger Bangor, Kebab Burger Pangsud, dan Hits Chicken.

Analisis faktor eksternal dan internal menunjukkan bahwa meskipun kekuatan perusahaan seperti produk berkualitas dan pemasaran digital dapat mengatasi kelemahan seperti keterbatasan outlet dan ketergantungan bahan baku, perusahaan masih menghadapi ancaman dari persaingan ketat dan fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan matriks SWOT, strategi yang paling sesuai adalah strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yang meliputi promosi keunikan produk melalui pemasaran digital, peningkatan kualitas dan variasi bahan dengan dukungan franchisor, serta pembukaan cabang baru di lokasi strategis.

Matriks *Grand Strategy* menempatkan perusahaan di Kuadran I, yang menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam posisi kuat namun menghadapi tantangan besar. Strategi yang direkomendasikan termasuk Integrasi Vertikal untuk kerjasama dan Diversifikasi Konglomerasi untuk ekspansi pasar. Diversifikasi konglomerasi akan memungkinkan perusahaan untuk memperluas jenis produk dan bisnis yang ditawarkan, serta memanfaatkan keunggulan produk yang unik dan pemasaran digital yang intensif.

Berdasarkan analisis EFAS dan IFAS, strategi pertumbuhan melalui perluasan jaringan outlet, diversifikasi produk, dan peningkatan kerjasama dengan platform digital sangat penting. Selain itu, strategi efisiensi seperti optimalisasi sistem supply chain dan pencarian sumber pendanaan alternatif juga perlu dipertimbangkan untuk memperkuat modal dan menjaga konsistensi kualitas. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Startup UFO Burger Bojonegoro diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kinerjanya di pasar burger yang kompetitif serta menjadi pemimpin pasar di Bojonegoro.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan daya saing di era digital, *Startup* UFO Burger Bojonegoro menerapkan strategi diferensiasi produk yang meliputi konsep franchise unik, roti buatan sendiri, dan variasi daging yang berbeda dari pesaing, yang semuanya meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen. Analisis EFAS dan IFAS menunjukkan bahwa kekuatan seperti kualitas produk dan strategi pemasaran digital dapat mengatasi kelemahan seperti keterbatasan outlet fisik dan ketergantungan bahan baku. Strategi diversifikasi konglomerasi, termasuk promosi keunikan produk, peningkatan kualitas bahan, dan ekspansi cabang, disarankan untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Disarankan agar *Startup* UFO Burger Bojonegoro memanfaatkan teknologi digital lebih lanjut untuk pemasaran, berinovasi dalam produk untuk tetap relevan, dan memperluas jaringan pemasok bahan baku untuk bersaing lebih baik. Peneliti berikutnya disarankan menggunakan berbagai objek studi dan metode analisis tambahan untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bhuana, S., Barat, K., Akiang, M., Ayustia, R., Hari Kritianto, A., & Tinggi Ilmu Manajemen Shanti Bhuana, S. (2020). *MSDJ: Management Sustainable Development Journal Volume 2 Nomor 2 Tahun 2020 Studi Kelayakan Bisnis Hidroponik Tinjauan Aspek Finansial (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen)*.
- Diat, L., & Prasojo, P. (2018). *Buku Manajemen Strategi\_LANTIP*.
- Ermawati, S., & Lestari, P. (2022). *Pengaruh Startup Sebagai Digitalisasi Bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia*. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- GÜREL, E. (2017). Swot Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Made, N., Kemala, D., & Palgunadi, R. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis *Startup* Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus pada *Startup* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal on Education*, 05(02), 1958–1964.
- Munir, A. R. (2023). *Analysis Of Business Development Strategies in The Digital Era: Study of Start-Up Companies*. <https://www.researchgate.net/publication/372187533>
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Saputra, A. S., & Rizaldi, A. (2021). *Pengaruh Teknologi Informasi pada Koperasi di Era Industri 4.0*.
- Tosida, E. T., Thaheer, H., & Maryana, S. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Melalui Framework Rantai Nilai Untuk Kompetensi Usaha Jasa Telematika Indonesia. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.17933/jppi.2015.0501001>
- Wijayanti, A., Yunita, T., Elzan Musyafa, M., & Cahyani, N. (2023). Analisis Swot Pada Umkm B'steak Grill Untuk Meningkatkan Strategi Penjualan. *Cross-Border*, 6(1), 526–533.