
Analisis Terhadap Ekosistem Budaya Bisnis Ayam Goreng KFC

Faricha Noor Aida¹, Adi Mansah²

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

* Correspondence e-mail; aidanoor003@gmail.com, adi.mansah@umj.ac.id

Article history

Submitted: 2024/01/01; Revised: 2024/01/11; Accepted: 2024/01/13

Abstract

KFC, rantai makanan cepat saji, telah dianalisis dalam jurnal berjudul "Cultural Environmental Analysis of Kentucky Fried Chicken (KFC) Business" menggunakan pendekatan kualitatif. Studi ini menemukan bahwa perusahaan KFC beradaptasi dengan nilai-nilai budaya lokal dan meminimalkan risiko akibat perbedaan budaya, meskipun beroperasi di negara yang berbeda.

Keywords

Budaya, bisnis internasional, metode kualitatif, risiko



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Budaya perusahaan adalah seperangkat nilai, keyakinan, dan perilaku yang membedakan perusahaan dari yang lain, sedangkan budaya organisasi memotivasi pengambilan keputusan dalam suatu organisasi. Warren Buffet, salah satu dari tiga pengusaha terkaya, menekankan pentingnya budaya dalam kinerja bisnis. Pernyataan misi perusahaan yang terorganisir dengan baik mendefinisikan tujuan fundamentalnya, memastikan kesatuan pendapat dan memaksimalkan penggunaan sumber daya. Risiko bisnis, termasuk risiko politik, pemerintahan, makroekonomi, sosial, dan bencana alam, merupakan perhatian yang signifikan. KFC, merek makanan cepat saji global, telah mencapai kesuksesan dengan mengadaptasi menu dan operasi dengan selera dan kebiasaan lokal, memanfaatkan model waralaba, dan menanggapi perubahan perilaku konsumen di seluruh negara dan budaya. Strategi manajemen risiko dan risiko sangat penting untuk operasi bisnis.

METODE

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menganalisis KFC, rantai makanan cepat saji global, untuk memahami persepsi subjek tentang kondisi objektif, mengikuti metodologi Sugiyono (2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini memeriksa layanan pemesanan drive-thru perusahaan KFC di Depok City, dengan fokus pada praktek dan tradisi. Ini bertujuan untuk memahami lingkungan budaya dalam bisnis internasional, karena secara signifikan mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan bisnis. Perbedaan antar budaya, seperti bahasa, kebiasaan, norma sosial, dan praktik bisnis, dapat muncul di pasar baru. Agama juga memainkan peran penting dalam budaya yang berbeda, membentuk nilai-nilai dan keyakinan. Perusahaan yang beroperasi di negara-negara ini harus sensitif terhadap perbedaan budaya ini dan memastikan praktik mereka sejalan dengan nilai-nilai budaya lokal.

KFC, perusahaan makanan dan minuman dengan lebih dari 38.000 cabang di lebih dari 110 negara, adalah contoh perusahaan yang mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam operasinya. Untuk beroperasi dengan lancar di pasar global, KFC harus mengelola empat risiko utama: hambatan bahasa, norma sosial, dan agama. Dengan memahami dan beradaptasi dengan perbedaan budaya ini, KFC dapat memastikan keberhasilan di pasar rantai makanan global.

Risiko operasional termasuk risiko politik, ekonomi, hukum, dan budaya. KFC menghadapi risiko operasional seperti rumor tentang makanan yang mengandung B2 atau daging babi, yang diselesaikan dengan memecahkan masalah dan memastikan semua produk 100% daging ayam asli. Risiko ekonomi terkait dengan kepemilikan keuangan dan dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti fluktuasi pasar, perubahan kebijakan pemerintah, perubahan suku bunga, inflasi, dan perubahan pola konsumsi. Risiko hukum termasuk pemotongan gaji karyawan pada bulan April 2020, yang menyebabkan protes pekerja.

Risiko budaya muncul ketika KFC beroperasi di negara-negara dengan orientasi sosial dan budaya yang berbeda. Misalnya, KFC di Malaysia menghasilkan salad unik yang sesuai dengan selera dan minat penduduk setempat, seperti budaya Cina yang tidak makan makanan yang terlalu pedas. Secara keseluruhan, manajemen operasional dan lingkungan budaya KFC berkontribusi pada kesuksesan di industri makanan cepat saji global.

KESIMPULAN

KFC telah berhasil menyesuaikan menu dan strategi pemasarannya untuk memenuhi selera dan preferensi lokal di berbagai negara. Misalnya, di India, ia menawarkan pilihan vegetarian, sementara Indonesia menawarkan paprika pedas buatan sendiri. Di pasar internasional, ia menyiapkan salad unik dengan cita rasa lokal. Keberhasilan KFC dikaitkan dengan sertifikasi halal dan penggunaan daging ayam. Perusahaan juga telah memperluas kemampuan digital dan layanan pengirimannya.

REFERENCES

- Asiwe, D. N., Jorgensen, L. I., & Hill, C. (2014). *The development and investigation of the psychometric properties of a burnout scale within a South African agricultural research institution*. SA Journal of Industrial Psychology, 40(1), 1-14.
- Cavusgil, S. T., Deligonul, S., Ghauri, P. N., Bamiatzi, V., Park, B. I., & Mellahi, K. (2020). *Risk in international business and its mitigation*. Journal of World Business, 55(2), 101078.
- Childress, J. R. (2013). *Leverage: the CEO's guide to corporate culture*. Principia Associates.
- Cian, L., & Cervai, S. (2014). *Under the reputation umbrella: An integrative and multidisciplinary review for*

- corporate image, projected image, construed image, organizational identity, and organizational culture.*
Corporate Communications: An International Journal.
- Hutzschenreuter, T., Kleindienst, I., Groene, F., & Verbeke, A. (2014). *Corporate strategic responses to foreign entry: insights from prospect theory.* The Multinational Business Review, 22(3), 294-323.
- Jaharuddin, dkk. 2019. *Manajemen Operasi.* Jakarta: UM Jakarta Press.
- John, A., & Lawton, T. C. (2018). *International political risk management: Perspectives, approaches and emerging agendas.* International Journal of Management Reviews, 20(4), 847-879.
- Ortega-Parra, A., & Ángel Sastre-Castillo, M. (2013). *Impact of perceived corporate culture on organizational commitment.* Management decision, 51(5), 1071-1083.