

PERKEMBANGAN STRATEGI MANAJEMEN PERUBAHAN PADA USAHA KFC DI JL.AMBACANG

Egiani Salima¹, Ilvan Efendi², Afdal Septiawan³, Febi Agustina⁴

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email: egianisalima01@gmail.com¹, ilvanefendi195@gmail.com², afdalseptiawan7@gmail.com³, agustinafebi06@gmail.com⁴

Abstrak – Penelitian ini bertujuan menyelidiki strategi manajemen perubahan yang digunakan KFC Ambacang untuk mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang didunia industri makanan cepat saji yang mendukung dan fleksibel. Fokus utama adalah analisis dan evaluasi yang dilakukan untuk memberikan dampak perubahan yang baik dan kompetitif di era persaingan pasar, permintaan konsumen, serta kemajuan teknologi yang terus berkembang. Penelitian ini menyelidiki berbagai strategi manajemen, pengelolaan risetensi manajemen, dan perencanaan strategi. Penelitian ini menunjukkan bahwa KFC Ambacang dapat memperoleh manfaat dari penerapan strategi manajemen perubahan yang efektif untuk meningkatkan kinerja perusahaan, memperkuat posisinya di pasar, dan mendapatkan nilai tambah dari pelanggan dan pemangku kepentingan.

Kata Kunci : Strategi, manajemen Perubahan, Pengelolaan, Persaingan Pasar.

Abstract – This research aims to investigate the change management strategies used by KFC Ambacang to overcome problems and exploit opportunities in a supportive and flexible fast food industry. The main focus is analysis and evaluation carried out to provide a positive and competitive impact of change in an era of market competition, consumer demand and ever- growing technological advances. This research investigates various management strategies, managing management research, and strategic planning. This research shows that KFC Ambacang can benefit from implementing an effective change management strategy to improve company performance, strengthen its position in the market, and gain added value from customers and stakeholders.

Keywords : Strategy, Change Management, Management, Market Competition.

PENDAHULUAN

Tempat makan KFC - Ambacang Padang ini, menjadi salah satu Makanan Barat pilihan warga lokal yang tinggal tidak jauh dari Jl.Bunda Kandung No.14-16 Ambacang Plaza, Belakang Tangsi, Kp. Pd., Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25134. KFC - Ambacang Padang menawarkan beragam hidangan yang hampir semua orang sukai.

Menawarkan suasana yang ramah dan baik, tempat makan ini patut untuk Kamu kunjungi apabila sedang tidak jauh dari daerah Jl.Bunda Kandung No.14-16 Ambacang Plaza, Belakang Tangsi, Kp. Pd., Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25134. KFC - Ambacang Padang terletak di dekat Tugu Gempa, SPR Plaza, Plaza Andalas, Ramayana Andalas Padang, Living Plaza Padang, menjadi pilihan yang ideal untuk bersantap setelah beraktivitas di sekitar area tersebut. Lokasinya yang strategis menawarkan kemudahan akses bagi para pengunjung yang ingin menikmati hidangan nikmat sebelum melanjutkan kegiatan mereka.

KFC - Ambacang Padang adalah salah satu tempat makan khas Makanan Barat yang memiliki beragam metode pembayaran seperti Debit Card, Credit Card, membuat setiap tamu bisa membayar dengan cara yang paling nyaman bagi mereka. Kamu dapat merasakan menu-menu terbaik dari KFC - Ambacang Padang yang berada pada Jl.Bunda Kandung No.14-16 Ambacang Plaza, Belakang Tangsi, Kp. Pd., Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25134. KFC - Ambacang Padang memiliki berbagai macam service, diantaranya adalah Delivery dan Dine In.

KFC - Ambacang Padang memiliki berbagai macam fasilitas, diantaranya adalah Kids Chair dan Toilets. KFC - Ambacang Padang memiliki berbagai macam metode pembayaran, diantaranya adalah Credit Card dan Debit Card Kamu dapat menemukan makanan yang sejenis dengan mencari resto yang termasuk dalam kategori Chicken, Fast Food, American, Restaurant dan Burger di Horego.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mempelajari strategi manajemen perubahan untuk KFC. Untuk mengumpulkan data, praktik dan proses manajemen yang terlibat dalam operasi sehari-hari perusahaan diamati secara langsung di lokasi perusahaan. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan manajer, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah dan pendekatan yang dapat digunakan untuk mengatasi dinamika industri kuliner saat ini. Untuk menemukan pola dan hubungan antarvariabel yang berkaitan dengan subjek penelitian, data yang dikumpulkan dianalisis secara tematik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Perusahaan



KFC Ambacang telah mengimplementasikan manajemen perubahan yang menyeluruh untuk meningkatkan kinerja operasional dan pengalaman pelanggan. Dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, KFC Ambacang mengadopsi pendekatan yang dikenal sebagai "Re-Colonization," yang berfokus pada perubahan merek dan penyempurnaan proses bisnis. Salah satu langkah awal yang diambil adalah melakukan audit menyeluruh terhadap seluruh aspek operasional restoran, mulai dari kualitas bahan baku hingga pelayanan pelanggan.

- Renovasi dan Pembaruan Fasilitas

Sebagai bagian dari strategi ini, KFC Ambacang melakukan renovasi besar-besaran pada fasilitas restoran. Desain interior yang lebih modern dan nyaman, serta peningkatan kebersihan dan keamanan makanan, menjadi prioritas utama. Dapur restoran diperbarui dengan peralatan terbaru untuk memastikan efisiensi dalam proses memasak dan penyajian. Dengan adanya pembaruan ini, diharapkan pelanggan merasakan pengalaman makan yang lebih baik dan menyenangkan.

- Pelatihan Karyawan

Karyawan merupakan aset terpenting dalam industri layanan makanan, sehingga KFC Ambacang menempatkan perhatian khusus pada pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Program pelatihan intensif diluncurkan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam hal pelayanan pelanggan, penanganan makanan, serta pemahaman tentang produk. Dengan membekali karyawan dengan pengetahuan dan keterampilan yang tepat, KFC Ambacang berharap dapat menciptakan tim yang lebih profesional dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

- Inovasi Menu

Selain fokus pada aspek operasional dan pelayanan, manajemen perubahan di KFC Ambacang juga mencakup inovasi menu. Perusahaan secara rutin melakukan riset pasar untuk memahami preferensi konsumen dan tren makanan terkini. Dengan demikian, KFC Ambacang dapat menghadirkan menu baru yang menarik dan sesuai dengan selera lokal, sekaligus mempertahankan kualitas ayam goreng ikonik yang menjadi ciri khas mereka. Penambahan menu sehat dan variasi produk juga menjadi bagian dari strategi ini untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

- Komunikasi dan Pemasaran

Manajemen perubahan di KFC Ambacang juga melibatkan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun kembali citra merek. Melalui kampanye pemasaran yang kreatif dan interaktif, KFC berusaha untuk menjangkau pelanggan lama dan baru dengan pesan-pesan positif tentang perubahan yang telah dilakukan. Media sosial dimanfaatkan sebagai platform untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, mendengarkan masukan mereka, serta membangun komunitas yang loyal terhadap merek.

- Evaluasi dan Umpan Balik

Akhirnya, manajemen perubahan di KFC Ambacang tidak berhenti pada implementasi saja; evaluasi berkala dilakukan untuk mengukur efektivitas setiap langkah yang diambil. Umpan balik dari pelanggan sangat dihargai dan digunakan sebagai dasar untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, KFC Ambacang berkomitmen untuk tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui ekspektasi pelanggan.

Melalui serangkaian langkah strategis ini, KFC Ambacang berharap dapat mengukuhkan posisinya sebagai salah satu pilihan utama bagi pecinta ayam goreng di daerah tersebut, sekaligus menciptakan pengalaman makan yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan. Berikut adalah upaya KFC dalam menghadapi persaingan didalam bisnis :

1. Faktor eksternal yang mendorong KFC ini melakukan perubahan yaitu: Salah satunya adalah dari masukan-masukan dari konsumen sendiri seperti pada perubahan terhadap menu-menu yang ada dimodifikasi menjadi menu-menu yang baru. Untuk karyawan

- sendiri diberikan jenjang karir dan bonus-bonus lainnya, tetapi untuk melakukan perubahan ini yang paling utama ialah kritikan konsumen.
2. Cara KFC dalam mengelola resistensi terhadap perubahan didalam organisasi yaitu Dengan strategi yang dilakukan KFC sendiri ialah didalam pelayanan seperti mengunjungi customer-customer yang telah lama tidak datang di KFC atau mendatangi tempat-tempat yang telah lama tidak didatangi KFC seperti pengorderan lebih dari paket-paketan besar dan untuk lainnya melakukan perubahan seperti layout tempat dan menu-menu untuk mempromosikan menu baru dari tahun ke tahun.
 3. Langkah-langkah yang diterapkan KFC dalam melakukan perubahan eksternal maupun internal yaitu: Untuk langkah-langkah perubahan pada operasional kita melakukan perubahan dari konsumen yang datang, seperti saran dari konsumen untuk memberikan inovasi baru mengenai produk.
 4. KFC memastikan bahwa perubahan yang dilakukan perusahaan akan konsisten dengan visi dan misinya yaitu KFC tidak akan pernah berubah, tetap satu yaitu melayani dengan sepenuh hati.
 5. Tantangan terbesar yang dihadapi KFC dalam proses manajemen perubahan yaitu: Kalau untuk perubahan itu terutama sekali pada perubahan menu karena banyak sekali kompetitor, serta banyak usaha yang memproduksi ayam sehingga berusaha meningkatkan promosi perusahaan dan mengeluarkan inovasi baru mengenai menu dan mengikuti tren dari tahun ke tahun.

KFC menghadapi berbagai faktor eksternal yang mendorong perubahan, seperti persaingan yang ketat di industri makanan cepat saji dan perubahan preferensi konsumen terhadap makanan sehat.

Untuk mengelola resistensi terhadap perubahan, KFC menerapkan strategi komunikasi yang efektif, melibatkan karyawan dalam proses perubahan, dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka.

Langkah-langkah yang diambil dalam menerapkan perubahan operasional meliputi inovasi menu, peningkatan kualitas layanan, dan adopsi teknologi baru, seperti sistem pemesanan digital.

KFC memastikan bahwa perubahan tersebut konsisten dengan visi dan misinya melalui peninjauan berkala dan penyesuaian strategi yang selaras dengan nilai-nilai perusahaan.

Tantangan terbesar yang dihadapi KFC dalam manajemen perubahan adalah menjaga kepuasan pelanggan sambil melakukan transformasi operasional yang diperlukan untuk tetap kompetitif.



Pelaksanaan PBL KFC-Ambacang
Jl.Bunda Kandung No.14-16 Ambacang Plaza, Kota Padang.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, KFC beradaptasi dengan berbagai faktor eksternal yang mendesak perubahan, seperti persaingan yang ketat dan perubahan preferensi konsumen. Dalam mengelola resistensi terhadap perubahan, KFC menerapkan strategi komunikasi yang baik dan melibatkan karyawan dalam proses tersebut. Langkah-langkah yang diambil mencakup inovasi menu, peningkatan layanan, dan adopsi teknologi baru untuk efisiensi operasional. KFC memastikan bahwa semua perubahan selaras dengan visi dan misi perusahaan melalui evaluasi berkala. Meski demikian, tantangan terbesar tetap pada menjaga kepuasan pelanggan di tengah transformasi yang diperlukan untuk tetap kompetitif di industri makanan cepat saji.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada tim peneliti yang telah bekerja keras dan berdedikasi dalam menyelesaikan studi ini. Kolaborasi dan kerja sama tim yang solid sangat berperan penting dalam keberhasilan penelitian ini.

Kami juga sangat menghargai dukungan dan kerja sama dari seluruh tim KFC, Padang. Terima kasih atas kesediaan Anda untuk berbagi informasi dan data yang sangat berharga bagi penelitian ini. Partisipasi dan dukungan Anda sangat membantu dalam memahami strategi manajemen perubahan dan penggunaan teknologi dalam menghadapi persaingan pasar yang diterapkan di KFC –Ambacang, Kota Padang

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.horego.com/padang-barat/kfc-ambacang-padang>

- Indah Prastika Dewi , Lia Sajidah Rusydayana , Meilani Ingrid Diakonesty , Nurul Mustabsyiroh , Bagus Rachmad Saputra , PERAN MANAJEMEN PERUBAHAN TERHADAP KEMAJUAN ORGANISASI , Jurnal Improvement Vol 8 No 1 Juni 2021.
- Endang Wahyudi , Hasanudin , Lydia Salvina Helling , A.A Gede Ajusta , MANAGEMENT PERUBAHAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PERUSAHAAN MENGGUNAKAN ANALISIS BALANCE SCORE CARD , JURNAL EKONOMI & BISNIS VOL. 18 NO. 2 HAL: 153-159
- Aryoni , Achyar Eildine , Leny Muniroh , PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN , Jurnal Manager Vol. 2, No. 2, Mei 2019.