

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan rendahnya penjualan produk di *Bexprezz Fried Chicken Gajah* geprek Kota Padang dikarena produk yang dijual belum berbeda dari produk pesaing disekitaran kampus Universitas Negeri Padang, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan Strategi Diferensiasi Produk yang dapat digunakan di *Bexprezz Fried Chicken Gajah* geprek Kota Padang, mengetahui gambaran strategi IFAS (Internal Factor Analysis Summary), EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary), mendeskripsikan faktor eksternal dan internal SWOT di *Bexprezz Fried Chicken Gajah* geprek Kota Padang dengan menggunakan matriks SWOT dan merumuskan strategi diferensiasi produk di BFC Gajah Geprek. Jenis dari penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan metode survei dan menggunakan purposive sampling dengan 9 Indikator yaitu bentuk/*form*, fitur/*feature*, mutu kinerja/*peformance quality*, mutu kesesuaian/*conformance quality*, daya tahan/*durability*, keandalan/*reliability*, mudah diperbaiki/*repairability*, gaya/*style*, desain/*design*. Berdasarkan hasil penelitian Strategi Diferensiasi Produk *Bexprezz Fried Chicken Gajah* Geprek Kota Padang yaitu berupa nugget paha bawah yang merupakan produk terbaru dari BFC Gajah Geprek, membuat buku resep terkait cara pembuatan dari nugget paha bawah di BFC Gajah Geprek, membuat SOP (Standar Operasional Produk) untuk pengelolaan nugget paha bawah di BFC Gajah Geprek, menjadikan nugget paha bawah berupa makanan frozen food.

Kata Kunci: Strategi, Diferensiasi, Produk, Penjualan, *Franchise*, SWOT