

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ROCKET CHICKEN IRIGASI GAMBUT KABUPATEN BANJAR

Ima Rahmania¹, Farida Yulianti², Apriya Shanti³

¹Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM.18310142

²Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK.069809131

³Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 061104512

Email: imarahmaniaima1234@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan di Rocket Chicken Irigasi Gambut Kabupaten Banjar. Jenis penelitian yang dipakai kualitatif dengan proses landasan teori dijadikan sebagai acuan agar fokus penelitian ini sesuai dengan data yang disuguhkan di lapangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam upaya meningkatkan penjualan yaitu dengan memakai bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Peranan strategi pemasaran sangatlah penting dalam meningkatkan penjualan Rocket Chicken Irigasi Gambut dikarenakan peranan strategi pemasaran sangat bermanfaat terhadap peningkatan penjualan yang telah dilakukan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut. Rocket Chicken Irigasi Gambut juga memberikan kualitas terbaik untuk konsumen mulai dari kualitas produk, kualitas harga, kualitas tempat dan kualitas promosi, strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut ditengah banyaknya persaingan usaha usaha makanan yang bermunculan saat ini.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan.

ABSTRACT

This study plans to dissect the promoting system with an end goal to increment deals at Rocket Chicken, Peat Water system, Banjar Regime. The kind of examination utilized is subjective with a hypothetical establishment process as a source of perspective so the focal point of this exploration is as per the information introduced in the field.

The consequences of this study demonstrate that the showcasing system did by Rocket Chicken Peat Water system with an end goal to build deals is to utilize a showcasing blend which incorporates item procedure, cost technique, place methodology, and advancement system. The job of advertising system is vital in expanding deals of Rocket Chicken Watered Peat in light of the fact that the job of promoting methodology is exceptionally persuasive on expanding deals that have been done by Rocket Chicken Water system Peat. Rocket Chicken Peat Water system additionally gives the best quality to buyers beginning from item quality, cost quality, place quality and advancement quality, this methodology is done to increment deals at Peat Water system Rocket Chicken amidst the numerous food business contest that is arising today.

Keywords: Marketing Strategy, Sales.

PENDAHULUAN

Di Indonesia bisnis makanan semakin meningkat setiap tahunnya, hal tersebut dapat dilihat dari lingkungan sekitar masyarakat semakin banyak gerai makanan dengan berbagai merek yang tersedia. Bisnis dibidang makanan cenderung meningkat bukan hanya dari segi kualitasnya saja namun meningkat juga dari segi kuantitasnya, hal ini dapat dilihat dari kenyataannya maka makanan yaitu kebutuhan pokok manusia, dimana permintaan terhadap makanan yang terus meningkat berdampak terhadap meningkatnya juga penawaran akan makanan tersebut. Bisnis makanan ini selalu ada disetiap wilayah atau tempat, untuk berbagai usia dan kelas masyarakat selalu membutuhkan makanan, baik skala besar maupun kecil.

Bisnis restoran saat ini sedang marak-maraknya menawarkan berbagai macam makanan dengan berbagai inovasi yang mampu mengambil hati para konsumen dan sudah tidak diragukan lagi mampu bersaing di pasar, terutama masyarakat Indonesia sendiri mayoritas penggemar kuliner makanan. Bagian darinya kebutuhan konsumen akan makanan cepat saji. Hal ini dikarenakan makanan cepat saji dapat disajikan secara instan sehingga menghemat waktu serta memiliki rasa yang enak. Dengan begitu semakin banyak ragamnya restoran siap saji yang bermunculan dipasar, hal ini memicu persaingan antar perusahaan sejenis. Oleh karena itu dalam persaingan pasar strategi mempunyai peran penting yang dapat membuat suatu bisnis meraih kesuksesan.

Setiap perusahaan pastinya menginginkan agar usahanya dapat berjalan baik, lancar, dan banyak diminati oleh konsumen bahkan konsumen menjadi terikat dengan produk atau pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, pelaku usaha harus memiliki strategi tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan keadaan sulit yang dialami. Bagian dari faktor utama yang sangat perlu untuk diperhatikan dan dipikirkan dengan baik yaitu mengenai strategi pemasaran, karena dengan strategi pemasaran

tersebut maka suatu perusahaan atau pelaku usaha dapat menentukan keberlanjutan usahanya untuk melaju ke depan dan berkembang lebih baik.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Sekarang ini banyak restoran cepat saji menjual berbagai macam makanan andalannya masing-masing. Terdapat beberapa restoran cepat saji di Indonesia yang mayoritas menu andalannya yaitu ayam goreng, seperti Kentucky Fried Chicken dan McDonald's. Keduanya yakni brand internasional yang tak asing khususnya ditelinga masyarakat menengah ke atas. Terlepas dari brand internasional tersebut, ada juga perusahaan lokal yang sejenis mampu bersaing di pasar dengan membidik kalangan menengah ke bawah bagian darinya yaitu Rocket Chicken. Dalam usaha mendekati diri dengan para konsumen, Rocket Chicken selalu berusaha menawarkan produk yang lebih murah, diterima dan digemari masyarakat.

Rocket Chicken yakni perusahaan waralaba yang bergerak dibidang restoran cepat saji berbahan dasar ayam. Waralaba yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau dipakai oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. (Pasal 1 angka 1 PP No. 42 Tahun 2007). Rocket Chicken sendiri berdiri pada tanggal 21 Februari 2010 dan sudah memiliki beberapa cabang outlet Rocket Chicken yang berada di Banjarmasin, bagian dari cabang Rocket Chicken yang akan diteliti

oleh penulis yaitu Rocket Chicken Irigasi Gambut yang berdiri sejak tahun 2016 berada di Jalan Irigasi RT 015 RW 005 Gambut, Kelurahan Gambut, Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan 70652. Rocket Chicken ini memakai konsep kerja franchise (kemitraan) dengan sistem kerja waralaba. Sistem kerja karyawannya sendiri per outlet minimal 10 orang dengan pergantian shif kerja sesuai dengan jadwal.

Rocket Chicken menyediakan menu berbagai menu dari bahan dasar ayam. Dengan beberapa menu andalan seperti fried chicken, burger, chicken steak, chicken cheesy level dan beberapa jenis makanan lainnya menjadi menu andalan di Rocket Chicken. Dengan pemilihan bumbu dan bahan baku berkualitas, Rocket Chicken berusaha untuk menyajikan menu makanan yang lezat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harganya terjangkau bagi semua kalangan masyarakat dan telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.

METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian data melalui riset yang mana bersifat deskriptif

Ekonomi pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini ada beberapa cara yang ditempuh antara lain sebagai berikut :Wawancara,Observasi dan Dokumentasi

Analisis yang dipakai yaitu dengan memakai pendekatan metode kualitatif yaitu menerangkan Analisis Strategi Pemasaran Dalam upaya Meningkatkan Penjualan Di Rocket Chicken Irigasi Gambut, yang beralamat di Jalan Irigasi Gambut RT 015 RW 005 Kelurahan Gambut, Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan 70652

HASIL PENELITIAN

A. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Rocket Chicken Irigasi Gambut Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan

Peningkatan penjualan yang telah terjadi pada Rocket Chicken Irigasi Gambut tentunya berkaitan dengan bauran pemasaran, terkait bauran pemasaran yang telah diterapkan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam upaya meningkatkan penjualan maka dapat dianalisis sebagai berikut :

1. Strategi Produk (*Product*)

Produk yaitu sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk dimiliki, dinikmati, dikonsumsi dan untuk memuaskan kebutuhan. Suatu produk dapat berupa seperti makanan, jasa, benda dan sesuatu yang dapat memenuhi keinginan kebutuhan seseorang. Pada Rocket Chicken Irigasi Gambut produk yang ditawarkan yaitu makanan yang berdasar ayam, karena ayam yaitu bagian dari kebutuhan pokok yang pastinya sangat diminati oleh konsumen, makanan siap saji yang berdasar ayam ini sangat menjanjikan untuk dijual kepada konsumen karena peminatnya sangat banyak dari berbagai kalangan usia dari yang muda sampai yang tua. Rocket Chicken Irigasi Gambut sendiri mempunyai berbagai pilihan menu yang menarik konsumen seperti chicken product, others, paket rocket, chicken cheesy level, paket geprek, ayam geprek sambal terasi, ayam geprek sambal matah, paket roma.

Strategi produk yang dilakukan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut yaitu sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan cita rasa, bagi Rocket Chicken Irigasi Gambut mempertahankan cita rasa sangatlah penting. Mempertahankan cita rasa inilah menjadi kunci utama kesuksesan dari Rocket Chicken Irigasi Gambut. Rocket Chicken Irigasi Gambut sendiri selalu menjaga kualitas bahan baku, bahan baku yang dipilih pun dari distributor terbaik agar

rasa makanan yang dihasilkan memuaskan. Tidak hanya bahan baku saja, bahan jadi pun seperti bumbu Rocket Chicken Irigasi Gambut tetap mengutamakan standar takaran sesuai Standar Operasional Prosedur yang telah ditentukan oleh PT. Rocket Chicken, walaupun bahan - bahan seperti bumbu nya sudah siap jadi, tetapi Rocket Chicken Irigasi Gambut pun tetap harus memasukkan bumbu sesuai takaran agar cita rasa yang disajikan kepada konsumen tetap sama tidak berbeda dan harus sesuai dengan Standar Operasional Prosedur.

- 2) Berinovasi terhadap produk yang dihasilkan, bagian darinya dengan menambah variasi rasa yang beragam. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk mencobanya dan dapat menambah peningkatan penjualan di Rocket Chicken Irigasi Gambut.
- 3) Menciptakan kemasan yang menarik, kemasan yakni pembungkus suatu produk yang telah dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Dalam menciptakan kemasan Rocket Chicken Irigasi Gambut harus memperhatikan segi kualitas kemasan dari warnanya harus menarik, bentuk dan ukuran harus sesuai.
- 4) Penciptaan merek, merek yakni suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Agar merek mudah diingat oleh konsumen, Rocket Chicken Irigasi Gambut telah memperhatikan beberapa faktor yang meliputi, merek mudah dikenali dan juga merek bisa menarik perhatian konsumen.

2. Strategi Harga (Price)

Harga yaitu bagian dari hal yang penting dalam Marketing Mix, penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan oleh sebuah perusahaan, karena mengingat harga yakni bagian dari penentu laku atau tidaknya produk yang jasa yang

ditawarkan. Jika salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang akan dijual atau ditawarkan dan pastinya akan berakibat tidak lakunya produk tersebut dimasyarakat. Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi harga pada Rocket Chicken Irigasi Gambut harga sudah termasuk Standar Operasional Prosedur jadi semua cabang Rocket Chicken memiliki harga yang sama dan kualitas yang sama. Harga yang ditawarkan Rocket Chicken beragam sesuai dengan pilihan menu yang tersedia harga mulai dari Rp. 13.000 sampai dengan Rp. 26.000.

Rocket Chicken Irigasi Gambut juga mempunyai strategi harga dalam menarik konsumen antara lain :

- 1) Memberikan potongan harga kepada konsumen. Contohnya seperti setiap pembelian paket hemat, dengan memberikan potongan harga ke konsumen strategi ini dapat meningkatkan penjualan Rocket Chicken Irigasi Gambut.
 - 2) Memberikan diskon dan hadiah untuk menarik konsumen, agar konsumen merasa senang Rocket Chicken Irigasi Gambut sering memberikan diskon atau hadiah kepada konsumen. Strategi ini bertujuan agar menarik konsumen untuk datang kembali lagi ke Rocket Chicken Irigasi Gambut.
 - 3) Pemberian gratis ongkos kirim terhadap pengantaran produk untuk pesanan jarak terdekat dengan jumlah minimal pembelian, dengan memberikan gratis ongkos kirim kepada konsumen dengan jumlah minimal pembelian yang telah ditentukan, strategi ini dapat membuat konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut.
- ## 3. Strategi Tempat (*Place*)

Dalam dunia usaha, tempat usaha menjadi bagian dari hal yang sangat penting, saat ini kemudahan dalam berbelanja juga menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi konsumen. Dimana konsumen mencari tempat yang mudah untuk dijangkau baik dari segi harga maupun tempat dan pastinya dengan produk yang berkualitas. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan, tempat Rocket Chicken Irigasi Gambut memiliki lokasi yang sangat strategis yang beralamat di Jalan Irigasi RT 015 RW 005 Gambut Kelurahan Gambut, Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan 70652 di tengah masyarakat, perkotaan, dan perumahan yang padat penduduk menjadikan Rocket Chicken Irigasi Gambut mudah dijangkau dan diakses oleh konsumen. Rocket Chicken Irigasi Gambut juga berlokasi di jalan raya utama yang banyak dilewati oleh masyarakat sehingga memudahkan konsumen yang ingin membeli dengan mudah untuk mendatangi lokasi tersebut. Hal ini menjadi bagian dari strategi Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam menarik konsumen agar tertarik membeli produknya. Dengan adanya strategi tempat tersebut Rocket Chicken Irigasi dapat memasarkan produknya dengan mudah, baik dan dapat meningkatkan penjualan.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi yaitu suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang mana bertujuan untuk mengenalkan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan agar konsumen tahu produk apa yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Jadi dengan adanya promosi dapat memberikan tujuan informasi kepada konsumen untuk memperkenalkan, membujuk, dan meyakinkan

konsumen untuk membeli produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Rocket Chicken Irigasi Gambut juga memiliki berbagai macam strategi promosi yang telah dilakukan untuk menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapatkan, strategi promosi yang telah dilakukan Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam meningkatkan penjualan antara lain :

- (1) Mempromosikan ke sekolah - sekolah, dengan mempromosikan ke sekolah - sekolah seperti Taman Kanak - kanak, dan juga mengadakan lomba mewarnai kepada anak-anak, strategi promosi ini dilakukan bertujuan agar memperkenalkan produk yang telah dihasilkan Rocket Chicken Irigasi Gambut dapat dikenal luas oleh konsumen, khususnya konsumen kalangan anak-anak. Dengan strategi promosi ini bertujuan dapat meningkatkan penjualan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut.
- (2) Mempromosikan melalui Open stand seperti di pasar malam, open stand ini diadakan untuk membantu mempromosikan produk yang telah dihasilkan dan membantu memperkenalkan produk-produk yang baru yang telah dihasilkan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut kepada konsumen.
- (3) Mempromosikan melalui spanduk, X banner, brosur, umbul-umbul dan iklan. Dengan melakukan strategi promosi ini mempermudah konsumen untuk mengetahui apa saja makanan yang ditawarkan dan dihasilkan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut. Dari strategi promosi tersebut membuat Rocket Chicken Irigasi Gambut mendapat keuntungan-keuntungan penjualan dan peningkatan konsumen.
- (4) Mempromosikan melalui event - event, contohnya seperti pasar Ramadhan,

dengan mempromosikan produk melalui event ini Rocket Chicken Irigasi Gambut bertujuan untuk mengenalkan produk ke konsumen luas bukan hanya masyarakat sekitar tetapi juga masyarakat luar.

- (5) Mempromosikan melalui media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan aplikasi gojek atau grab, dengan mempromosikan melalui jejaring sosial tersebut Rocket Chicken Irigasi Gambut dapat mengembangkan usahanya dikalangan luas terutama untuk kalangan kaum milenial sekarang ini.

B. Peranan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rocket Chicken Irigasi Gambut

Dalam peranan strategi pemasaran yang telah diterapkan Rocket Chicken Irigasi Gambut meliputi bauran pemasaran seperti Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place) dan Promosi (Promotion). Peranan strategi pemasaran sangat penting karena untuk meningkatkan penjualan, strategi tersebut mempunyai keunggulan masing - masing yang mana tujuannya untuk meningkatkan penjualan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut, dari strategi-strategi tersebut yang telah diterapkan Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam pemasarannya tentunya ada strategi utama yang memiliki peranan sangat penting dari strategi lainnya dalam upaya meningkatkan penjualan yaitu strategi produk.

Strategi produk yakni strategi yang utama diantara strategi lainnya yang memiliki peranan penting dalam menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan. Peranan strategi produk yakni cara dalam menetapkan penyediaan produk yang tepat, yang bertujuan untuk menetapkan dan menyediakan produk yang tepat untuk memuaskan konsumen dan juga untuk meningkatkan penjualan sebuah perusahaan dalam jangka panjang.

Strategi produk yaitu metode bauran pemasaran yang berperan sangat penting dalam meningkatkan penjualan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut. Konsumen banyak tertarik karena produk makanan yang dihasilkan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut sangat menjaga segi kualitas produk makanannya hal ini bertujuan agar konsumen puas terhadap makanan yang dibeli. Rocket Chicken juga selalu berinovasi untuk mengembangkan produknya dengan menyajikan menu-menu baru, dengan menyajikan menu-menu baru Rocket Chicken Irigasi Gambut bisa menarik konsumen untuk membelinya dan bisa meningkatkan penjualan. Rocket Chicken Irigasi Gambut sendiri memiliki ciri khas produk dengan memakai nama produk yang unik. Ciri khas yang unik tersebut membuat produk berbeda dari yang lain sehingga mudah dikenali oleh konsumen.

Sedangkan strategi promosi yaitu strategi kedua yang perannya sangat penting setelah strategi produk yang sangat berpengaruh dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan diketahui maka Rocket Chicken Irigasi Gambut mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya sejak dari 2016-2022 setelah menerapkan strategi bauran pemasaran meliputi (Product), Harga (Price), Tempat (Place) dan Promosi (Promotion) karena peranan strategi pemasaran tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut terutama untuk strategi produk dan strategi promosi, kedua strategi itu menjadi kunci utama dalam meningkatkan penjualan. Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan maka peranan strategi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan penjualan dikarenakan peranan strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap peningkatan

penjualan yang telah dilakukan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut.

PEMBAHASAN

Sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan agar bisa berhasil bersaing dipasaran. Keunggulan muncul karena perusahaan memiliki strategi - strategi yang tepat untuk menuju sebuah keberhasilan dalam mengembangkan usahanya, apabila sebuah perusahaan tidak memiliki strategi maka usaha akan mudah kalah bersaing dipasaran, seiring banyaknya pesaing yang bermuculan saat ini, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar bisa menarik hati konsumen dalam persaingan sekarang ini.

Rocket Chicken Irigasi Gambut juga mempunyai strategi dalam menghadapi persaingan dipasaran, mulai strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan juga strategi promosi. Strategi tersebut dilakukan agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal ditengah banyaknya usaha usaha bermuculan sekarang ini. Rocket Chicken Irigasi Gambut juga selalu memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan agar bisa selalu memuaskan konsumen, penetapan harga jual pun selalu diperhatikan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut agar kosumen bisa menjangkau dari berbagai kalangan masyarakat, dalam usahanya tempat pun menjadi hal yang selalu diperhatikan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut karena tempat yaitu hal yang penting dalam memudahkan konsumen untuk membelinya. Promosi juga selalu menjadi hal yang utama dalam menjalankan usahanya, berbagai macam promosi dipakai untuk meningkatkan penjualan setiap tahunnya, penjualan Rocket Chicken Irigasi Gambut selalu meningkat setiap tahunnya karena selalu berinovasi dalam menarik hati konsumen hal ini juga dilakukan agar bisa bersaing ditengah banyaknya usaha makanan restoran cepat saji yang bermunculan dengan keunggulannya masing-masing. Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan maka Rocket Chicken Irigasi Gambut agar bisa bersaing dipasaran mempunyai strategi yang

tepat dalam menjalankan usahanya ditengah banyaknya usaha makanan yang menawarkan berbagai macam keunggulan produknya, tetapi Rocket Chicken Irigasi Gambut sendiri juga selalu memberikan kualitas terbaik untuk memuaskan konsumen, mulai dari menjaga kualitas produk, harga, tempat, dan promosi semua dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Rocket Chicken Irigasi Gambut.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam upaya meningkatkan penjualan yaitu dengan memakai bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.
2. Peranan strategi pemasaran sangatlah penting dalam meningkatkan penjualan Rocket Chicken Irigasi Gambut dikarenakan peranan strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan yang telah dilakukan oleh Rocket Chicken Irigasi Gambut. Namun ada strategi Rocket Chicken Irigasi Gambut yang perannya sangat penting dalam memasarkan produknya yaitu strategi produk dan strategi promosi, kedua peranan strategi tersebut menjadi kunci utama Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam meningkatkan penjualan.
3. Rocket Chicken Irigasi Gambut dalam bersaing dipasaran mempunyai strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya ditengah banyaknya usaha makanan restoran cepat saji yang bermuculan menawarkan berbagai macam keunggulan-keunggulan produknya. Rocket Chicken Irigasi Gambut juga memberikan kualitas terbaik untuk konsumen mulai dari kualitas produk, kualitas harga, kualitas tempat dan kualitas promosi, strategi tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan

pada Rocket Chicken Irigasi Gambut ditengah banyaknya persaingan usaha usaha makanan yang bermunculan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. 2017. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Adi Kinasih Yulisna dan Nirawati Lia, 2021. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Accessories Ukm Velista Craft*. UPN "Veteran" Jawa Timur: Surabaya
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anam, Samsul, dkk, 2013. *Manajemen Pemasaran*, IAIN Sunan Ampel Press, Surabaya
- DDS Ningsih dan M. R Maika, 2020. *Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo*. Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
- Hamdani dan Maulana, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat
- Indrawan Rully dan Poppy Yaniawati. (2017). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F. 2018. *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kharisma, dkk. 2016. *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI*. (Bandung: Jurnal Tidak Diterbitkan)
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Mulyadi .2014. *Akuntansi Biaya*. Edisi-5. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran* ed. Ketiga. Belas . Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Ritonga, 2019. *Manajemen Pemasaran : Konsep dan Aplikasi*. Medan. CV. Manhaji.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudjana. 2016. *Metode Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumarwan, Ujang dan Fandy Tjiptono. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Syahyuni, Dedy. 2021. *Hubungan antara Budaya Organisasi dengan Disiplin Kerja pada Badan Kepegawaian Negara Jakarta*. Jurnal Sekretariat dan Manajemen. Vol. 2, No. 2.
- Widharta, W.P & Sugiharto, S (2013). *Penyusunan strategi dan sistem penjualan dalam rangka meningkatkan Penjualan toko damai*. Jurnal manajemen pemasaran petra ,Vol. 2 No. 1 ,Hal 1-15
- Yosy Arisandy dan Robby Satriawan, 2018. *Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah*. IAIN. Bengkulu.