

PERANAN BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA USAHA FRANCHISE ROCKET CHICKEN CABANG HERCULES LANDASAN ULIN

Putri Aulia Puspita Sari¹ , Akhmad Samhudi² , Aida Vitria³

¹Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad
Arsyad AL-Banjari, 19310457

²Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad
Arsyad Al-Banjari, 0006075901

³Manajemen, 61201, fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad
Arsyad Al-Banjari, 1123126801

E-mail : putriauliaa1104@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran yang diterapkan pada usaha franchise Rocket Chicken cabang Hercules Landasan Ulin. (2) untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam melakukan bauran pemasaran pada usaha franchise Rocket Chicken cabang Hercules Landasan Ulin guna meningkatkan daya saing. (3) untuk mengetahui upaya apa saja yang harus dilakukan dalam meningkatkan daya saing pada usaha franchise Rocket Chicken cabang Hercules Landasan Ulin. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) usaha franchise Rocket Chicken cabang Hercules menerapkan strategi bauran pemasaran (4P) yaitu product, price, place dan promotion. (2) bauran pemasaran yang diterapkan dapat meningkatkan daya saing pada jenis usaha makanan cepat saji dengan para pesaingnya dengan memberikan kualitas produk dari bahan baku hingga menjadi suatu produk yang siap untuk dijual.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Daya Saing, Usaha Franchise

ABSTRACT

This study aims (1) to determine the application of the marketing mix applied to the Rocket Chicken franchise business, Hercules Landasan Ulin branch. (2) to find out what obstacles are faced in carrying out the marketing mix in the Rocket Chicken franchise business, Hercules Landasan Ulin branch in order to increase competitiveness. (3) to find out what efforts must be made to increase competitiveness in the Rocket Chicken franchise business, Hercules Landasan Ulin branch..

This type of research used is descriptive research that uses a qualitative approach. The methods used in data collection are interviews, documentation, and observation.

The results of this study indicate that (1) the Rocket Chicken franchise business, Hercules branch, implements a marketing mix strategy (4P), namely product, price, place and promotion. (2) The applied marketing mix can increase competitiveness in the type of fast food business with its competitors by providing product quality from raw materials to a product that is ready to be sold.

Keywords: *Marketing Mix, Competitiveness, Franchise Business*

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Priangani, “Memperkuat Manajeme Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global, “Kebangsaan ISSN: 2089-5917 Vol 2, No. 4 (2019): h. 2.
- Assauri, S., (2017), Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431-444.
- Dewi, P.N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R.M. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)*, 17(2), 6-13.
- Farizi, A. (2017). Penerapan Strategi Pemasaran Industri Kreatif Batik Jember dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing (Studi pada Rumah Batik Rolla Kabupaten. 1-17.
- Hernawati, A. (2021). Strategi Pemasaran Fast Food pada Rocket Chicken Jalan Melur Kecamatan Sukajadi Kotaa Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, 1-74.
- Harmaizar Zaharuddin, ‘Menggali Potensi Wirausaha’ (Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, 2006), h.89.
- Juhairiah S. (2016). Komunikasi Pemasaran Resto Cepat Saji Rocket Chicken Kelayan B Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Di Kota Banjarmasin.
- Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1, (Bandung: Erlangga, 2013).
- Kotler, P.& Keller (2016). A framework for marketing managemen, sixth edition, global edition. England: Pearson. Amerika Serikat: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

- Ladiku, Anggi Tirta. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma di Manado).
- Rachmat dan Endang Soetari, Manajemen Strategik, (Bandung: CV Pustaka Setia 2014), hlm 2.
- Rusydi Abubakar, Manajemen Pemasaran, (Bandung: ALFABETA, 2018).
- Rochmadika, H., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatetry. *Media Wisata*, 21(1), 164-177.
- Saliman, Abdul R. (2014) Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus Jakarta: Kencana Prenai Prenadamedia Group.
- Sofian Assauri, Manajemen Pemasaran, 198.
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sari, N.L. (2019). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah Pada Usaha Keripik Nugraha Food Tulungagung.
- Sudartono, T. (2019). Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Produk Boneka: Studi Kasus Pada Sentra Industri Boneka Sukamulya Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 121- 130.
- Sulistiyani, S., Pratama., & Setiayanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31.
- Tatay Sutari, 'Service is Nothing' (Jakarta: PT. Gramedia, 2016), h.91.
- Tati Handayani & Muhammmad Anwar Fahoni, Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), Cet ke-1, hlm. 115.
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali pers, 2016), hal.2.
- Timbuleng, S.S., & Tumbel, A.L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Kasus Pada Friska Beauty Studio Tomohon). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9.2.

Wibowo, D.H, Arifin Z, &Sunarti. (2015). “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo)”. Jurnal Administrasi Bisnis. VOL.29, NO.1

Widiastuti, A. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Industri Es Drop Di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek.