

ANALISIS *POSITIONING MAPPING* ROCKET CHICKEN PADA RUMAH MAKAN CEPAT SAJI CABANG MANARAP BANJARMASIN

Norfitriana¹,Sofia Purnamasari²,Zakiyah³

¹Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB NPM.17510057

²Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB NIK.061110308

³Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB NIK.061310672

Email:fitrianaifit15@gmail.com

ABSTRAK

Sejalan pada perkembangan zaman, banyak tertuju orang untuk makan di luar rumah semakin pesat dengan berbagai alasan praktis, ekonomis maupun *prestige*. Rocket Chicken yaitu opsi perusahaan rumah makan siap saji yang akhir-akhir ini sangat berkembang dan sudah membuka cabang gerai dimana-mana khususnya di Kota Banjarmasin. Peran harga pada pandangan pembeli yaitu pada kualitas produk, pengorbanan(*sacrifice*) nilai dan keinginan untuk membeli, Sedangkan Tempat atau tempat seringkali ikut mengarahkan kesuksesan perusahaan, karena tempat erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan. permasalahan pda penelitian ini yaitu sebagai berikut: Bagaimana *positioning* dari aspek harga dan tempat dalam melahirkan keunggulan bersaing? Bagaimana penerapan *positioning* Rocket Chicken dalam Perspektif Ekonomi Islam?. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui *Positioning* Rocket Chicken dari aspek harga dan tempat dalam melahirkan keunggulan bersaing serta untuk mengetahui penerapan *positioning* Rocket Chicken dalam Perspektif Ekonomi Islam. Manfaat penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, serta sebagai pengetahuan yang dapat memberikan informasi bagi semua kalangan, dalam upaya meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam. Metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan(*field research*). Hasil menunjukkan maka: 1) Rocket Chicken menyediakan paket makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau, melahirkan suasana nyaman.2) Serta telah sesuai dengan *Positioning* dalam Islam yaitu nama atau identitas dari merk yang baik dan berkualitas, konsumen membeli produk tersebut bukan karena paksaan.

Kata kunci: Perspektif Ekonomi Islam, *Positioning*, Rocket Chicken Cabang Manarap.

ABSTRACT

Along with the changing times, the tendency of people to eat outside the home is increasing for various practical, economic and prestige reasons. Rocket Chicken is one of the fast food restaurant companies that has recently grown and has opened branch outlets everywhere, especially in the city of Banjarmasin. The role of price in buyer's perception is on product quality, value sacrifice and desire to buy, while location or place often determines the company's success, because location is closely related to a company's potential market. The problems in this study are as follows: How is the positioning from the aspect of price and place in creating a competitive advantage? How to apply Rocket Chicken positioning in Islamic Economic Perspective?. The purpose of this study was to determine the positioning of Rocket Chicken from the aspect of price and place in creating a competitive advantage and to determine the application of Rocket Chicken's positioning in an Islamic Economic Perspective. The benefits of this research can be used as consideration for companies, as well as knowledge that can provide information for all people, in an effort to improve knowledge in the field of Islamic economics. Qualitative research method with the type of field research (field research). The results show that: 1) Rocket Chicken provides food and beverage packages at affordable prices, creating a comfortable atmosphere.2) And in accordance with Positioning in Islam, namely the name or identity of a good and quality brand, consumers buy the product not because of coercion.

Keywords: *Islamic Economic Perspective, Positioning, Rocket Chicken Manarap Branch*

DAFTAR PUSTAKA

- Choirotul Ummah, *Pengaruh Merk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA FRESH Di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya*, (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016), hlm.7.
- Dina Shahlia, *Strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah pelanggan pada usaha waralaba Rocket Chicken Palangka Raya*, Tahun 2009, Hlm. 3
- Dwi Lestari, *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Membeli Makanan Cepat Saji Rocket Chicken Di Kota Salatiga*, tahun 2020, hlm. 36.
- Ferry Kondo Lembang, Angelia C. Leunupun dan Mozart W. Talakua, *Analisis Peta Positioning Untuk Restoran Berdasarkan Pandangan Pelanggan Dengan Memakai Metode Multidimensional Scalling (Study Kasus: Restoran Ambon City Center Passo)*, Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan | Maret 2016 | Volume 10 Nomor 1.
- Kisah Inspiratif Nurul Atik, Dari Cleaning Service Menjadi CEO Rocket Chicken*, <https://rocketchicken.co.id/info/kisah-inspiratif-nurul-atik-dari-cleaning-service-menjadi-ceo-rocket-chicken> (diakses pada 1 April 2021, pukul 11.15)
- Virginita Daulay, *Pandangan konsumen dalam memilih makanan cepat saji (studi di Restoran Cepat Saji KFC Suprpto Kota Bengkulu)*, tahu 2014, hlm. 19
- Wawancara dengan Puspa Hadaryati, Supervisor Rocket Chicken Cabang Manarap Banjarmasin, Pada tanggal 1 Juli 2021.
- Wawancara dengan Puspa Hadaryati, Supervisor Rocket Chicken Cabang Manarap Banjarmasin, Pada tanggal 1 Juli 2021.
- Wawancara dengan Puspa Hadaryati, Supervisor Rocket Chicken Cabang Manarap Banjarmasin, Pada tanggal 1 Juli 2021.