

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN PADA USAHA *FRANCHISE*  
ROCKET CHICKEN GUNTUNG MANGGIS  
BANJARBARU**

Muhammad Rizky Sakbana<sup>1</sup>, Drs. H. Akhmad Samhudi, MM<sup>2</sup>,  
Hj. Farida Yulianti, SE, MM<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al Banjari  
Email : [muhammadrizkysakbana.app@gmail.com](mailto:muhammadrizkysakbana.app@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pelaksanaan strategi pemasaran usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dalam meningkatkan volume penjualan, dan (2) upaya yang dilakukan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal pada masa sekarang ini.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian data melalui riset. Proses dan makna akan lebih ditonjolkan lagi dalam penelitian kualitatif ini. Landasan teori dijadikan sebagai acuan agar fokus penelitiannya sesuai dengan data yang real di lapangan. Selain itu landasan teori juga mampu memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai hasil pembahasan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Usaha *Franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru beralamat di Jalan Guntung Manggis RT 013 RW 002 Kelurahan Guntung Manggis Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru. (2) Aktivitas usahanya mulai dari proses persiapan bahan baku, proses produksi sampai dengan proses saluran distribusi serta promosi dinilai cukup memadai menggunakan strategi pemasarannya. Ini membuktikan bahwa konsep perencanaan produk, perencanaan harga, perencanaan saluran distribusi dan perencanaan promosi, sudah memberi dampak positif atau sudah berhasil meningkatkan volume penjualan. (3) Strategi pemasaran diterapkan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru untuk meningkatkan volume penjualannya adalah dengan meningkatkan kemampuan bersaing produknya yang sudah berjalan baik dengan memperhatikan kualitas hasil produknya yang berkualitas dan penetapan harga jual produk yang masih bisa dijangkau semua kalangan masyarakat, namun saluran distribusi dan promosi harus dilakukan secara maksimal dan optimal apalagi pada masa sekarang ini. (4) Upaya yang harus dilakukan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal pada masa sekarang ini adalah dengan menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan mempunyai lebih banyak lagi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk, serta melakukan promosi yang dapat menembus semua kalangan masyarakat.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Usaha *Franchise*.**

---

**ABSTRACT**

*This study aims to examine: (1) the implementation of the marketing strategy for the Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru franchise business in increasing sales volume, and (2) the efforts made by the Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru franchise so that its business activities run well and optimally in the present.*

*This study uses a qualitative descriptive research design and is a research data through research. Process and meaning will be emphasized more in this qualitative research. The theoretical basis is used as a reference so that the focus of the research is in accordance with real data in the field. In addition, the theoretical basis is also able to provide an overview of the research background and as a result of research discussion.*

*The results showed (1) the Rocket Chicken Guntung Manggis franchise business in Banjarbaru is located at Jalan Guntung Manggis RT 013 RW 002, Guntung Manggis Village, Landasan Ulin District, Banjarbaru City. (2) Its business activities, starting from the raw material preparation process, the production process to the distribution channel process and promotion, are deemed adequate using its marketing strategy. This proves that the concepts of product planning, price planning, distribution channel planning and promotion planning have had a positive impact or have succeeded in increasing sales volume. (3) The marketing strategy applied by the Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru franchise business to increase its sales volume is by increasing the competitiveness of its products that are already running well by paying attention to the quality of their quality products and determining the selling price of products that can still be reached by all people, but distribution channels and promotions must be carried out optimally and optimally especially in today's times. (4) The effort that the Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru franchise business must make so that its business activities run well and optimally at this time is by establishing the right marketing strategy and having more competitive advantages that can increase sales volume and product competitiveness, and carry out promotions that can penetrate all circles of society.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Sales Volume, Franchise Business.*

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia bisnis makanan semakin meningkat setiap tahunnya, hal tersebut dapat dilihat dari lingkungan sekitar masyarakat semakin menjamurnya gerai makanan dengan berbagai merek yang tersedia. Bisnis di bidang makanan cenderung meningkat bukan hanya dari segi kualitasnya saja namun meningkat juga dari segi kuantitasnya, hal ini dapat dilihat dari kenyataannya bahwa makanan adalah kebutuhan pokok manusia, di mana permintaan terhadap makanan yang terus meningkat berdampak terhadap meningkatnya juga penawaran akan makanan tersebut.

Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, yaitu dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar di mana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan (Umar, 2005:58).

Semakin meningkatnya daya saing antar pelaku usaha, maka pelaku usaha tersebut dituntut untuk lebih giat lagi bekerja keras dan melaksanakan kegiatan usahanya secara efektif dan efisien demi kelangsungan hidup juga perkembangan usahanya. Apalagi untuk kondisi sekarang ini di mana dunia khususnya Indonesia sedang menghadapi musibah pandemi Covid-19 yang cukup berdampak besar terhadap perekonomian. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memiliki strategi tepat untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan keadaan sulit yang dialami. Salah satu faktor utama yang sangat perlu untuk diperhatikan dan dipikirkan dengan baik adalah 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. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran (Assauri, 2004:168).

Dalam melakukan kegiatan pemasaran ada beberapa tujuan yang akan dicapai baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik konsumen terutama untuk produk baru diluncurkan, sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis (Kasmir, 2003:168).

Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus dapat menarik perhatian para konsumennya melalui produk yang ditawarkannya dengan baik. Hal ini dapat dilakukan pelaku usaha salah dengan cara promosi, karena promosi bisa dilakukan dengan cara apa saja sebagai media informasi produk agar dapat dikenal oleh orang banyak misalnya dengan mengikuti pameran dan melalui media seperti radio, koran, TV, majalah, dan internet (media sosial).

Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang atau jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat persaingannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah usaha *fast food*. *Fast food* atau biasa yang disebut makanan cepat saji merupakan makanan yang disajikan secara cepat.

Banyak restoran cepat saji (*fast food restaurant*) menjual berbagai macam makanan andalannya masing-masing. Terdapat beberapa restoran cepat saji di Indonesia yang mayoritas menu andalannya yaitu ayam goreng, seperti KFC dan McDonald. Keduanya merupakan brand internasional yang tak asing khususnya ditelinga masyarakat menengah ke atas. Terlepas dari *brand* internasional tersebut, ada juga beberapa perusahaan lokal yang sejenis mampu bersaing di pasar dengan membidik kalangan menengah ke bawah, antara lain *Rocket Chicken*, *Olive Chicken*, *Chicken Crush*, dan *Quick Chicken*. Selain harga lebih terjangkau lokasi *brand* lokal lebih mudah dijangkau dibanding dengan *brand* internasional yang tersebar di kota-kota besar saja. Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji lokal (Amalina, 2015).

Sebagai usaha *franchise* (waralaba), Rocket Chicken mempunyai peluang dan tantangan yang sama dengan restoran siap saji lainnya. Namun secara umum konsumen akan lebih memandang atau membandingkan harga, lokasi yang

strategis, kenyamanan ruangan, serta fasilitas tambahan lainnya yang diberikan oleh rumah makan siap saji tersebut apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan mereka, karena jika konsumen merasa puas, tentu akan kembali datang, kemungkinan besar akan menjadi pelanggan yang setia, serta akan menceritakan pengalaman mereka tersebut kepada orang lain, maka bertambahlah konsumen baru sehingga penjualan pun akan meningkat.

Waralaba Rocket Chicken pun masih membuka peluang bisnis bagi calon mitra yang serius menggeluti bisnis *fast food fried chicken*. Ditawarkan investasi tipe resto dengan banderol sekitar Rp. 255 juta, tergantung luasan tempat usahanya (ruko). Biaya itu sudah termasuk *franchise fee* selama lima tahun, *resto equipment*, renovasi, dan fasilitas penunjang lainnya (Suharyanto, 2016:Online).

Menu andalan dari Rocket Chicken adalah berupa ayam goreng, di mana ayam goreng merupakan hidangan yang dibuat dari daging ayam yang dicampurkan dengan adonan tepung bumbu, kemudian digoreng ke dalam minyak goreng, produk ayam goreng Rocket Chicken pun siap untuk disajikan cepat kepada konsumen.

Secara umum faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis rumah makan siap saji adalah kualitas cita rasa produk makanannya yang sesuai selera konsumen secara umum atau dapat mencakup semua kalangan, pemilihan lokasi yang tepat artinya strategis untuk tempat usaha, selain itu faktor yang tidak kalah pentingnya adalah faktor pelayanan yang baik kepada setiap konsumen yang datang sehingga kepuasan konsumen akan tercapai, penjualan meningkat, dan usaha pun ikut berkembang semakin baik.

Berdasarkan semua uraian di atas yang tujuannya tak lain untuk mengetahui strategi pemasaran yang baik dan benar agar volume penjualan mendapatkan peningkatan, perlu dilakukan analisis pada strategi pemasaran, sehingga judul yang penulis ajukan yaitu “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha *Franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru”. Hasil analisis strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat terus bertahan dan mengembangkan suatu strategi bersaing yang sesuai untuk menghadapi segala kemungkinan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaannya.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian data melalui riset yang mana bersifat deskriptif. Proses dan makna akan lebih ditonjolkan lagi dalam penelitian kualitatif ini. Landasan teori dijadikan sebagai acuan agar fokus penelitiannya sesuai dengan data yang real di lapangan. Selain itu landasan teori juga mampu memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai hasil pembahasan penelitian.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru beralamat di Jalan Guntung Manggis RT 013 RW 002 Kelurahan Guntung Manggis Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru.

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada akhir bulan September sampai bulan Oktober selesainya pengambilan data untuk penyusunan penelitian.

## 3. Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta yang penting. Data merupakan bentuk jamak dari *datum* (bahasa latin) artinya “sesuatu yang diberikan”. Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain:

### 1) Data umum

- (1) Sejarah berdirinya usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru.
- (2) Struktur organisasi usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru.

### 2) Data khusus

Data yang berkaitan dengan strategi pemasaran usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dalam meningkatkan volume penjualan dan upaya yang dilakukan agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal pada masa sekarang ini.

## 4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

### 1) Penelitian Pustaka

Data yang diperoleh dengan studi kepustakaan (*library research*) yaitu dengan cara membaca, memahami, menelaah berbagai buku, laporan-laporan penelitian dan pendapat para ahli yang dianggap berkaitan dengan penelitian ini untuk memperoleh informasi dan digunakan sebagai sumber data.

### 2) Penelitian Lapangan

#### (1) Wawancara

Wawancara adalah suatu pencarian informasi yang dilahirkan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden (sumber informasi). Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru.

#### (2) Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara kunjungan dan pengamatan langsung pada usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru. Hal ini sudah dilakukan selama penelitian berlangsung.

#### (3) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mendapatkan data yang telah ada dan telah dibukukan sebelumnya.

## 5. Analisis Data

Analisis yang digunakan dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif yaitu menerangkan Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru, yang beralamat di Jl. Jalan Guntung Manggis RT 013 RW 002 Kelurahan Guntung Manggis Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru. Data yang telah dikumpulkan melalui penelitian lapangan (*field research*) dan analisa dengan menghubungkan pada dasar-dasar teoritis yang didapat dari bahan pustaka dan selanjutnya disusun menjadi sebuah skripsi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### 1. Data Perkembangan Hasil Produksi dan Volume Penjualan

Adapun data perkembangan produksi dan volume penjualan untuk produk ayam goreng usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dari awal hingga sekarang dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1. Data Perkembangan Hasil Produksi dan Volume Penjualan Rocket Chicken Guntung Manggis Selama 3 Tahun (2017 s/d 2020)**

Periode	Produksi Ayam Goreng	Produk yang Terjual	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
September 2017 s.d Februari 2018	472 ekor	3.776 potong	10.000,-	37.760.000,-
Maret 2018 s.d Agustus 2018	503 ekor	4.024 potong	10.000,-	40.240.000,-
September 2018 s.d Februari 2019	510 ekor	4.080 potong	11.000,-	44.880.000,-
Maret 2019 s.d Agustus 2019	526 ekor	4.208 potong	11.000,-	46.288.000,-
September 2019 s.d Februari 2020	547 ekor	4.376 potong	12.000,-	52.512.000,-
Maret 2020 s.d Agustus 2020	495 ekor	3.944 potong	12.000,-	47.328.000,-

Sumber: Usaha *Franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Tahun 2020

Berdasarkan Tabel 1 yang telah dianalisa oleh peneliti menunjukkan bahwa terjadi kenaikan yang konsisten pada produksi ayam goreng Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dan otomatis jumlah produk yang dihasilkan menjadi meningkat dan volume penjualan pun ikut meningkat di setiap periodenya. Namun pada periode Maret 2020 s.d Agustus 2020 terjadi penurunan yang signifikan dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia dan hal tersebut berdampak pada penurunan volume

penjualan, tidak hanya untuk usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru tapi juga berdampak pada hampir semua bidang usaha lainnya.

Adapun data perkembangan produksi dan volume penjualan untuk produk ayam goreng usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru untuk tahun 2020 dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 2. Data Perkembangan Hasil Produksi dan Volume Penjualan Usaha *Franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Selama Tahun 2020**

Bulan ke	Produksi Ayam Goreng (per bulan)	Produk Ayam Goreng yang Terjual	Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	94 ekor	752 potong	12.000,-	9.024.000,-
2	95 ekor	760 potong	12.000,-	9.120.000,-
3	85 ekor	680 potong	12.000,-	8.160.000,-
4	83 ekor	664 potong	12.000,-	7.968.000,-
5	80 ekor	640 potong	12.000,-	7.680.000,-
6	78 ekor	624 potong	12.000,-	7.488.000,-
7	82 ekor	656 potong	12.000,-	7.872.000,-
8	85 ekor	680 potong	12.000,-	8.100.000,-
9	90 ekor	720 potong	12.000,-	8.640.000,-

Sumber: Usaha *Franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Tahun 2020

Berdasarkan Tabel 2 yang telah dianalisa oleh peneliti menunjukkan bahwa terjadi penurunan pada periode Maret 2020 s.d Agustus 2020, namun setelah itu untuk bulan September 2020 mulai terjadi sedikit peningkatan dikarenakan keadaan mulai berangsur normal kembali. Keadaan tersebut dapat meningkat apabila perusahaan mampu menarik minat dan kepercayaan konsumen lagi untuk melakukan pembelian dengan syarat standar kebersihan yang lebih tinggi sesuai protokol kesehatan yang telah ditentukan oleh pemerintah.

Berdasarkan bentuk fisiknya hasil produk ayam goreng yang dihasilkan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru sudah bagus dan menarik minat konsumen karena telah memenuhi persyaratan kualitas produk serta memenuhi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk ayam goreng yang dipasarkan yaitu:

- 1) Bahan baku yang digunakan yaitu daging ayam yang berkualitas tinggi.
- 2) Bahan pelengkap sesuai dengan prosedur pembuatan.
- 3) Peralatan produksi, termasuk ruangan proses produksi dan gudang yang memadai.
- 4) Proses produksi sesuai prosedur pembuatan.
- 5) Personil/ tenaga kerja bekerja dengan baik dan bertanggung jawab dengan tugas-tugasnya.
- 6) Standar kebersihan sudah ditentukan dengan baik.

Kualitas produk harus selalu menjadi perhatian, karena produk yang berkualitas baik merupakan suatu harapan dari konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan dan juga merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkannya dapat bersaing di pasaran dan volume penjualan yang semakin meningkat. Selain itu, perusahaan juga harus mempunyai keunggulan kompetitif, walaupun menghasilkan produk yang sama yaitu ayam goreng, namun mempunyai kualitas produk yang tinggi di atas pesaingnya.

## 2. Strategi Pemasaran Usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Strategi pemasaran usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dalam memasarkan produknya yaitu sebagai berikut:

### 1) Melalui Website

Membangun website adalah salah satu bentuk strategi pemasaran Rocket Chicken, hal ini karena website namanya akan digunakan sebagai halaman untuk diiklankan melalui *google* atau *search engine* lainnya. Website juga dapat menampilkan informasi lebih banyak dibandingkan media lainnya.

### 2) Melalui Media Sosial

Aktif menggunakan media sosial karena di era digital seperti sekarang ini hampir semua masyarakat dari kalangan muda sampai tua menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*. Dengan memanfaatkan media sosial usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru memasarkan produknya dengan mengoptimalkan *instagram* untuk mengunggah foto-foto manakan, atau memasarkan foto-foto tersebut melalui *facebook*.

### 3) Melalui ojek online

Kendaraan ojek online sangat membantu usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru dalam memasarkan produknya. Hal ini karena ojek online memudahkan para konsumen jika ingin membeli produk usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru tanpa harus ke luar rumah karena keterbatasan waktu mereka. Apalagi di aplikasi ojek online usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru bisa membuat promo-promo menarik.

### 4) Penetapan harga

Penetapan harga produk usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru sebagai produsen/ penjual barang konsumsi lebih cenderung berorientasi atau sangat memperhatikan pada biaya produksi, namun tidak melupakan biaya-biaya lain seperti biaya pemasaran, biaya administrasi, biaya operasional, dan biaya-biaya lainnya.

Pada usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru ini penetapan harga jual dilakukan setelah memperhitungkan biaya-biaya tersebut. Dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan ditambah dengan laba



yang diharapkan maka keputusan harga jual sudah dapat dikeluarkan. Apabila harga bahan baku naik, maka akan mempengaruhi harga jual yang juga ikut naik namun harga naik tidak terlalu tinggi, akan tetapi produk yang dihasilkan untuk dijual kepada konsumen tetap dengan kualitas yang terbaik agar tetap menarik minat konsumen. Jadi, penetapan harga di sini harus sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

5) Saluran Distribusi

Kegiatan penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen salah satu faktor yang penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan atau pelaku usaha adalah dalam pemilihan saluran pemasaran atau saluran distribusi yang tepat untuk digunakan sebagai sarana menyalurkan hasil produk atau jasa kepada konsumen akhir.

Adapun saluran distribusi yang digunakan oleh usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru hingga saat ini menurut pengamatan peneliti masih bersifat langsung atau bisa disebut dengan saluran distribusi langsung, yaitu memasarkan hasil produknya secara langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Mata rantai saluran distribusi yang digunakan oleh usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru adalah mata rantai saluran distribusi sangat pendek sebab perusahaan dalam menjual hasil produksinya langsung kepada konsumen akhir.

Saluran pemasaran atau saluran distribusi langsung adalah kegiatan bisnis penyaluran barang yang dilakukan secara langsung oleh produsen kepada konsumen alias tanpa perantara. Jenis distribusi langsung ini cocok dilakukan untuk usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru.

Alasannya tentu dikarenakan terkait modal karena untuk menggunakan jasa distributor membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan akan mengurangi keuntungan produk, ayam goreng sebagai produk yang dihasilkan pun merupakan produk yang bersifat tidak tahan lama karenanya proses distribusi dilakukan sendiri oleh produsen atau penjual langsung pada konsumen akhir. Selain itu juga jangkauan distribusinya lebih sempit sehingga masih mungkin untuk ditangani sendiri melalui saluran distribusi langsung.

Pemasaran hasil produksi sebuah perusahaan atau pelaku usaha adalah hal yang sangat penting karena tanpa adanya pemasaran maka laba yang diinginkan tidak mungkin dapat tercapai. Sehingga dalam hal ini pemasaran adalah faktor yang tidak kalah penting dari faktor lain dalam mengembangkan suatu perusahaan baik usaha di bidang barang dalam hal ini produk makanan maupun di bidang usaha lain apapun juga.

6) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan sangat sering digunakan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya dan mempengaruhi pasar atau masyarakat sebagai konsumennya akan produk-produk yang dihasilkannya. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk

memperoleh kepercayaan calon konsumen dengan mempengaruhi agar lebih mengenal dan mengetahui bagaimana produk yang ditawarkan oleh perusahaannya dan kemudian para calon konsumen tertarik dan membeli produknya.

Strategi promosi usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru yaitu sebagai berikut:

- (1) Aktif jejaring sosial di mana melalui jejaring sosial dapat diandalkan dalam mengembangkan usaha kuliner dengan pengguna jejaring sosial terutama kaum milenial. Melalui jejaring sosial juga bisa terus aktif mengikuti tren dan selera pasar yang paling banyak dicari.
- (2) Mengadakan *endorsement* di *instragram* sangat efektif untuk meningkatkan omzet Rocket Chicken.
- (3) Memberikan program menarik untuk pelanggan, misalnya dengan memberikan hadiah atau *voucher* diskon pada pembelian dengan nominal tertentu.
- (4) Mengadakan *give away*, misalnya *give away* mobil, motor, umrah, televisi dan lain sebagainya.
- (5) Menyebarkan brosur kepada masyarakat sektor *store* Rocket Chicken atau kepada orang-orang yang lewat *store*.
- (6) Membuat kemasan yang menarik, membuat kemasan dengan bentuk unik, warna-warni pada kemasan serta gambar yang menarik, bisa disertakan dengan akun media sosial.
- (7) Mengadakan *event* untuk masyarakat umum, misalnya lomba mewarnai untuk anak-anak, membuka *stand* di pameran, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hal tersebut peneliti dapat mengamati bahwa strategi dalam mengembangkan pemasaran dalam hal ini strategi promosi usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru sudah dilakukannya upaya promosi secara baik untuk meningkatkan volume penjualannya. Promosi yang dilakukan di sini adalah menyampaikan informasi atau memberitahukan kepada konsumen tentang produk yang dihasilkannya.

Jika penerapan strategi promosi lebih maksimal dilaksanakan, maka volume penjualannya pun juga akan lebih meningkat lagi. Apalagi untuk kondisi sekarang ini di mana masih dalam kondisi pandemi Covid-19 maka promosi yang dilancarkan harus lebih maksimal lagi, agar konsumen dapat percaya dengan produk yang dihasilkan dengan cara perusahaan menjaga mutu dan kualitas produk serta memakai standar kesehatan yang baik sesuai protokol kesehatan yang telah ditentukan oleh pemerintah, sehingga para konsumen dapat berinteraksi kembali dalam pembelian yang akan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan adalah dapat dilihat dari tinggi tidaknya volume penjualan yang mereka dapat. Volume penjualan meningkat maka keuntungan yang didapat juga semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan mempunyai tugas untuk selalu

berusaha memaksimalkan volume penjualannya agar keuntungan yang diharapkan dapat tercapai dan berdampak pada usahanya yang semakin eksis dan dikenal oleh masyarakat luas sehingga usahanya akan berkembang lebih besar lagi.

## PEMBAHASAN

Setiap perusahaan setidaknya harus memiliki satu keunggulan dari pesaing lain untuk berhasil bersaing di pasaran. Keunggulan kompetitif muncul dari keputusan perusahaan dalam menentukan strategi bisnisnya untuk usahanya berkembang menuju keberhasilan. Pencapaian kesuksesan dan keberhasilan usaha, perusahaan harus dapat menentukan strategi yang tepat, dimana strategi tersebut sebagai kunci keberhasilan dalam memilih dan menetapkan strategi yang dapat mencapai keunggulan kompetitif dalam usahanya.

Apabila suatu usaha tidak memiliki atau tidak mampu mengidentifikasi keunggulannya maka usaha tersebut akan mudah kalah dalam bersaing dengan pengusaha yang lainnya. Usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru meyakini bahwa produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas produk yang berkualitas dan disenangi konsumen, kemasan yang menarik, dan higienis.

Dengan banyaknya pesaing yang bermunculan saat ini, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat para konsumen. Walaupun hal tersebut tidak mudah dijalankan tetapi bila konsisten dan fokus dilaksanakan, maka bukan tidak mungkin usaha tersebut akan berkembang menjadi usaha yang lebih besar dan dapat menambah atau membuka peluang usaha yang sama di tempat yang lain.

Adapun upaya yang harus dilakukan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal pada masa sekarang ini pihak manajemen Rocket Chicken melakukan inovasi melalui strategi pemasaran sebagai berikut:

1. Strategi Produk
  - 1) Berinovasi terhadap produk yang dihasilkan, salah satunya dengan menambah variasi rasa yang beragam. Hal ini bertujuan dapat menambah volume penjualan produk.
  - 2) Memanfaatkan teknologi secara maksimal, seperti halnya menambah peralatan produksi. Hal ini bertujuan mampu memenuhi pesanan konsumen terhadap produk secara cepat dan tepat waktu.
  - 3) Memberikan fasilitas bermain untuk anak-anak.
2. Strategi Harga
  - 1) Memberikan potongan harga untuk setiap pembelian dalam paket hemat.
  - 2) Memberikan diskon dan hadiah untuk menarik konsumen.
  - 3) Pemberian ongkos kirim gratis pada pengantaran produk untuk pesanan jarak dekat dalam jumlah minimal pembelian.
3. Strategi Distribusi
  - 1) Membuka peluang kerjasama dengan perantara/ pengecer atau rekan usaha yang menjual produknya kembali kepada konsumen. Hal ini

bertujuan agar memperoleh keuntungan bersama dan mereka pun royal dalam memesan produk.

- 2) Berupaya mengembangkan saluran distribusi yang semakin luas jangkauannya.
4. Strategi Promosi
- 1) Memperkenalkan usaha dan hasil produksi melalui kegiatan promosi yang berkelanjutan. Kegiatan promosi itu sendiri dapat dilakukan melalui berbagai media, salah satu yang paling berpotensi sebagai media promosi yang efektif sekarang ini adalah melalui media televisi.
  - 2) Membuat logo atau *merk brand* Rocket Chicken yang menarik dan unik serta menyertakan tempat usahanya, sehingga produk yang dihasilkan dapat dikenali oleh konsumen.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha *Franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru beralamat di Jalan Guntung Manggis RT 013 RW 002 Kelurahan Guntung Manggis Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru.
2. Aktivitas usahanya mulai dari proses persiapan bahan baku, proses produksi sampai dengan proses saluran distribusi serta promosi dinilai cukup memadai menggunakan strategi pemasarannya. Ini membuktikan bahwa konsep perencanaan produk, perencanaan harga, perencanaan saluran distribusi dan perencanaan promosi, sudah memberi dampak positif atau sudah berhasil meningkatkan volume penjualan.
3. Strategi pemasaran diterapkan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru untuk meningkatkan volume penjualannya adalah dengan meningkatkan kemampuan bersaing produknya yang sudah berjalan baik dengan memperhatikan kualitas hasil produknya yang berkualitas dan penetapan harga jual produk yang masih bisa dijangkau semua kalangan masyarakat, namun saluran distribusi dan promosi harus dilakukan secara maksimal dan optimal apalagi pada masa sekarang ini.
4. Upaya yang harus dilakukan usaha *franchise* Rocket Chicken Guntung Manggis Banjarbaru agar kegiatan usahanya berjalan dengan baik dan optimal pada masa sekarang ini adalah dengan menetapkan strategi pemasaran yang tepat dan mempunyai lebih banyak lagi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan volume penjualan dan daya saing produk, serta melakukan promosi yang dapat menembus semua kalangan masyarakat.

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan yaitu sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar usaha yang dijalankannya tetap mendapat kepercayaan konsumen dan volume penjualan semakin meningkat.

2. Pengembangan produk untuk menarik minat konsumen yang berpotensi meningkatkan volume penjualan.
3. Memperluas jangkauan distribusi dan meningkatkan strategi saluran distribusi baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. Meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan semua media untuk mempromosikan produk sehingga lebih dikenal oleh semua kalangan masyarakat.

## REFERENSI

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2018. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Amalina, Nur RA. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rocket Chicken Sukorejo Kendal)*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1, Cet. 7*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fuady, Munir. 2016. *Pengantar Hukum bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Isqo, Hayatun. 2015. *Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Penjualan Merek Ako pada Matahari Departemen Store Lembuswana di Samarinda*. Volume 470 – 481, /3 (2) 2015, h. 474. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2003. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang, M. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen. Cetakan Kedua Puluh Dua*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pers.
- Monica, Jusnia Brenda. 2020. *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Kerupuk Edos Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
- Nelvia, Desi. 2015. *Jurnal Skripsi, Perjanjian Tertutup dalam Sistem Bisnis Waralaba (Franchise) (Tinjauan Pasal 15 UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat)*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Prastiwi, Qorry. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Pabrik Roti Alfaris Bakery Medan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

- Rangkuti, Rahmi. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan Studi pada UD. Mula Rotan Petisah Kota Medan*. Repositori Institusi USU. Universitas Sumatera Utara.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Siagian, Sondang. 2004. *Manajemen Strategik*. Bumi Akasara: Bandung
- Sistaningrum, Widyaningtyas. 2002. *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.
- Suharyanto. 2016. *Rocket Chicken, Syarat Bermitra Bersama Rocket Chicken*, <https://suharyantobjm.com//2016/04/21/berikut-cara-mudah-kemitraan-rocket-chicken/>. Diakses pada 23 Oktober 2020.
- Sumarni, Murti dan Soeprihanto, John. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sutedi, Adrian. 2008. *Hukum Waralaba*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Suyoto. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi.
- Swastha, Basu. 2003. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga Cetakan Keempat. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kedua Belas*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Windarestiani. 2015. *FRANCHISE, FRANCHISOR, dan FRANCHISEE*. <https://windarestiani.wordpress.com/2015/05/20/franchise-franchisor-dan-franchisee/>. Diakses pada 01 November 2020.
- Yunika, Evi. 2013. *Jurnal Skripsi "Strategi Agen dalam Memasarkan Produk Asuransi Prudential Syariah di Kota Palangka Raya"*. Palangka Raya: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Zainul, Mohammad dan Periyadi. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary (UNISKA).
- Zevi, Irfan. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.