

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Restoran Cepat Saji di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang di Desa Bandung Tulungagung)” ditulis oleh Mochamad Rifky Dewanto, NIM 17402163622, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dampak yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang sedang dialami negara-negara di seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia, salah satu sektor yang terdampak adalah ekonomi karena adanya kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Skala Besar yang memaksa masyarakat untuk mengurangi kegiatan di luar rumah. Hal ini merupakan tantangan bagi para pelaku usaha untuk tetap terus mempertahankan usahanya di masa pandemi ini. Para pengusaha dituntut untuk menetapkan strategi yang sesuai agar produk tetap laku terjual pada masa pandemi ini.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung Tulungagung di tengah pandemi Covid-19. (2) Bagaimana kendala dan solusi yang dihadapi oleh restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung Tulungagung dalam menerapkan strategi pemasaran agar mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi pemasaran bisnis restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 melalui strategi produk adalah dengan selalu menjaga kualitas produk dan mengeluarkan inovasi produk baru yaitu Paket Combo, 2) Strategi pemasaran melalui strategi harga adalah penetapan harga dan bahan baku sudah termasuk SOP jadi semua cabang Rocket Chicken memiliki harga yang sama, 3) Strategi pemasaran melalui strategi tempat yaitu memaksimalkan sistem delivery, 4) Strategi pemasaran melalui strategi promosi yaitu dengan memanfaatkan media sosial 5) Kendala yang dialami Rocket Chicken adalah produk yang laku hanya 1 jenis saja, ketika harga bahan baku mengalami kenaikan harga jual barang tetap, tidak adanya yang bertanggung jawab untuk melakukan promosi di media sosial, adanya aturan pemerintah tidak boleh makan di tempat 6) Solusi yang dilakukan Rocket Chicken adalah membuat sistem paket sehingga dalam 1 paket bisa berisi 2-3 item makanan, mengurangi porsi yang dijual sehingga meminimalisir kerugian, semua karyawan yang ada di outlet Rocket Chicken cabang Bandung melakukan promosi melalui media masing-masing, memaksimalkan sistem delivery.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Covid-19, Rocket Chicken cabang Bandung, Strategi Mempertahankan usaha*

ABSTRACT

This thesis with the title "Marketing Strategy in Maintaining Fast Food Restaurant Business in the Middle of the Covid-19 Pandemic (Case Study of Rocket Chicken Branch in Bandung Village, Tulungagung)" was written by Mochamad Rifky Dewanto, NIM 17402163622, Dr. Qomarul Huda, M.Ag

This research is motivated by the impact caused by the Covid-19 pandemic that is being experienced by countries around the world, including Indonesia, one of the sectors affected is the economy due to government policies on Large-Scale Social Restrictions that force people to reduce activities outside. home. This is a challenge for business actors to continue to maintain their business during this pandemic. Entrepreneurs are required to establish an appropriate strategy so that products continue to sell well during this pandemic.

The research focus in this thesis is (1) How is the Marketing Strategy applied by the Rocket Chicken Bandung branch of Tulungagung fast food restaurant in the midst of the Covid-19 pandemic. (2) What are the obstacles and solutions faced by Rocket Chicken fast food restaurant, Bandung Tulungagung branch in implementing marketing strategies to survive the Covid-19 pandemic.

This type of research is qualitative using a descriptive approach. The data sources obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used data reduction, data exposure and drawing conclusions.

The results of this study indicate that 1) the marketing strategy of the Rocket Chicken fast food restaurant business in Bandung branch in maintaining its business in the midst of the Covid-19 pandemic through product strategy is to always maintain product quality and issue new product innovations, namely Combo Packages, 2) Marketing strategies through strategies price is the pricing and raw materials include SOP so all Rocket Chicken branches have the same price, 3) Marketing strategy through place strategy that maximizes delivery system, 4) Marketing strategy through promotional strategy that is by utilizing social media 5) Constraints experienced rocket chicken is a product that sells only 1 type only, when the price of raw materials experienced a rise in the selling price of fixed goods, the absence of a responsible for promoting on social media, the existence of government rules should not eat in place, 6) Rocket Chicken's solution is to create a package system so that in 1 package can contain 2-3 food items, reduce the portion sold so as to minimize losses, all employees in the outlet Rocket Chicken Bandung branch conduct promotions through their respective media, maximizing the delivery system.

Keywords: *Marketing Mix, Covid-19, Rocket Chicken Bandung branch, Strategy to Maintain business*