

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografis Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung memiliki luas 1.150,41 km² terletak pada posisi 111°43' sampai dengan 112°07' Bujur Timur dan 720°51' sampai dengan 8°18' Lintang Selatan secara geografis terletak 154 km Barat Daya dari kota Surabaya. Wilayahnya berbentuk dataran yang subur pada bagian utara, tengah dan timur, sebagian ada wilayah yang berupa pegunungan yang berada di bagian Barat seperti Kecamatan Pagerwojo dan Sendang dan Bagian Selatan seperti Kecamatan Bandung, Kecamatan Besuki, Kecamatan Tanggunggunung, dan Kecamatan Pucanglaban.¹

Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di sebelah Barat Daya dari pusat kota Kabupaten Tulungagung yang memerlukan jarak tempuhnya sekitar 30 km dengan masyarakatnya yang mempunyai tingkat perdagangan yang tinggi terbukti dari banyak toko-toko yang terdapat disepanjang jalan dan pasar yan setiap hari ramai sebagai sarana vital perekonomian masyarakat. Hal tersebut ditopang karena kecamatan Bandung

¹ www.DKP.Tulungagung.go.id di akses pada Tanggal 24 Februari

merupakan jalur terminal dari berbagai kecamatan di sekitarnya seperti Pakel, kecamatan Campurdarat, kecamatan Durenan dan kecamatan Watulimo yang merupakan dari kabupaten Trenggalek yang jalur utamanya merupakan jalan besar kecamatan Bandung, hal ini membuat jalan raya kecamatan Bandung terus ramai.

2. Keadaan Administrasi Kecamatan Bandung

Ditinjau dari segi administrasi Kecamatan Bandung memiliki batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara Kecamatan Durenan Kabupaten Trenggalek
- b. Sebelah Selatan Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung
- c. Sebelah Timur Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung
- d. Sebelah Barat Daya Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek
- e. Sebelah Barat Laut Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek

Kecamatan Bandung terbagi dalam 18 desa yang meliputi Bandung, Bantengan, Bulus, Gandong, Kedungwilut, Kesambi, Mergayu, Ngepeh, Sukoharjo, Singgit, Soko, Ngunggahan, Nglampir, Suruhan Lor, Suwaru, Talun Kulon, Sebalor dan Suruhan Kidul.

B. Profil Rocket Chicken Cabang Bandung

Rocket Chicken merupakan perusahaan kemitraan yang bergerak dibidang *fast food restaurant*, dengan produk-produk unggulan yaitu *fried chicken, burger, steak*, dan *chinese food* dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas dan halal dengan cita rasa yang khas dan terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu-bumbu pilihan.

Melalui perjalanan panjang yang diawali pada 21 februari 2010 atau berdirinya Rocket Chicken, yang akhirnya dapat mendirikan gerai-gerai fast food dengan nama Rocket Chicken dengan membidik pangsa pasar yang luas dengan harga yang terjangkau, mampu membuka cabang-cabang hingga ke kota-kota kecil dengan didukung dengan sistem manajemen yang baik dan berkualitas serta teruji yang dapat menjadikan Rocket Chicken sebagai usaha yang memiliki brand *awarnes* tinggi, bersifat prospektif dan *marketable*.² Saat ini pada tahun 2021, terdapat 416 cabang gerai Rocket Chicken di seluruh Indonesia dan 6 cabang terdapat di Kabupaten Tulungagung antara lain terdapat di Kecamatan Tulungagung, Kecamatan Japun, Kecamatan Karangrejo, Kecamatan Ngunut, Kecamatan Rejotangan dan Kecamatan Bandung.³

² Rocket Chicken Indonesia, <https://www.RocketChickenIndonesia.co.id/about>, diakses pada tanggal 24 Februari 2021 Pukul 19.45

³ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

Rocket Chicken Tulungagung Cabang Bandung didirikan pada Mei 2018 dengan 10 karyawan dan 2 pengelola. Pengunjung Rocket Chicken cabang Bandung saat ini telah mencapai ratusan bahkan ribuan pengunjung dalam satu bulan. Dengan pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, mampu menarik perhatian konsumen dan calon konsumen datang di gerai Rocket Chicken untuk menikmati produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh pihak Rocket Chicken.

Visi dari Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung adalah membangun jaringan fastfood yang baik, menyediakan makanan bergizi sehat dan halal, mengembangkan research dan development serta food dan baverage, sedangkan misi-misinya adalah membangkitkan jiwa-jiwa pengusaha, membuka peluang usaha bagi pengusaha muda, mencapai kesuksesan bersama seluruh pihak yang terlibat dalam Rocket Chicken, membuka lapangan pekerjaan yang luas, dan melaksanakan serta mematuhi program pemerintah setempat maupun pemerintah pusat.⁴

C. Paparan Data

⁴ Rocket Chicken Indonesia, <https://www.RocketChickenIndonesia.co.id/about>, diakses pada tanggal 24 Februari 2021 Pukul 20.45WIB

1. Pemaparan tentang Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Restoran Cepat Saji di Tengah Pandemi Covid-19.

Strategi pemasaran yang dilakukan reestoran cepat saji Rocket Chicken dalam mempertahankan bisnisnya di masa pandemic Covid-19 dengan menggunakan 4 konsep pemasaran yaitu Produk, Price, Place dan Promotion.

1. Strategi Produk (Product)

Dalam kondisi pandemi Covid-19 ini Rocket Chicken mengeluarkan produk baru, seperti penuturan Mas Singgih selaku Supervisor restoran cepat saji Rocket Chicken Cabang Bandung Tulungagung mengatakan :

“Jadi pada saat kondisi pandemi covid-19 seperti ini kondisi restoran lumayan sepi oleh karena itu kita harus memiliki strategi agar mendapatkan pelanggan, salah satunya dengan berinovasi mengeluarkan produk baru, jadi kita berinovasi ngeluarin produk baru yang namanya Paket Combo yang isinya terdiri dari Mie Spagheti dan Perkedel dan es teh. Sedangkan Untuk harganya cuma Rp. 10.000 saja.”⁵

Adapun dalam strategi pemasaran produk yang diterapkan meliputi penentuan logo dan motto, menciptakan merek dan kemasan. Dengan adanya pemberian merek yang dimiliki oleh Rocket Chicken, maka konsumen lebih mengenal atau lebih percaya akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Mas Singgih, sebagai berikut :

⁵ Wawancara Dengan Mas Singgih (Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 18 Februari 2021

“Karena restoran cepat saji kita ini adaah Franchise jadi semuanya itu sudah ada, untuk logonya kita memakai huruf R dengan roket terbang, untuk mottonya (meluncur – melesat – menembus sampai tulang), mereknya juga sudah ada Rocket Chicken dan kemasannya kita juga punya box yang sudah ada stiker dari logo Rocket Chicken. Jadi restoran ini selain sudah dikenal masyarakat untuk mutu dan kualitas produknya sudah terjamin”⁶.

Dari penjelasan Mas Singgih selaku Supervisor Rocket Chicken cabang Bandung dalam strategi pemasaran produk semuanya sudah diterapkan mulai dari merek, kemasan, logo dan motto semuanya sudah dijalankan. Sehingga memudahkan para konsumen untuk mengingat dan mengetahui produk perusahaan tersebut. produk yang diproduksi Rocket Chicken juga tetap memperhatikan kualitas produk yang bagus.

“Di restoran cepat saji ini kita selalu memberikan produk yang fresh, dan bumbu bumbu pilhan, jadi bahan-bahan yang dijual buat hari ini belanjanya juga hari ini jadi tetap segar, kalau untuk anyamnya kita di stock dari pusat jadi kita memakai freezer. Jadi kualitas tetap jadi tujuan utama kami agar konsumen dapat puas akan produk kami.”⁷

Selain itu, saudara Anggara juga menambahkan bahwa :

“Disini kita tidak hanya fokus terhadap kualitas produk saja, tetapi juga bertanggungjawab. Misal, barang yang diberikan tidak sesuai dengan pesanan karena kesalahan kasir saat mencatat pemesanan kami akan mengganti produk sesuai dengan pesanan pelanggan”⁸.

⁶ Wawancara Dengan Mas Singgih (Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 18 Februari 2021

⁷ Wawancara Dengan Mas Singgih (Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 18 Februari 2021

⁸ Wawancara Dengan Mas Anggara (Karyawan Bagian Dapur Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 18 Februari 2021

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa, Rocket Chicken sangat mengutamakan kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas produk yang diterapkan oleh Rocket Chicken cabang Tulungagung, maka akan menarik minat beli konsumen dan juga dapat meningkatkan penjualan. Disamping itu jaminan produk sangat diutamakan, karena apabila ada ketidak sesuaian barang pesanan dengan pesanan yang dipesan oleh konsumen karena kesalahan pencatatan kasir, maka Rocket Chicken siap mengganti sesuai pesanan yang diminta.

Hal tersebut sudah dibuktikan dari penjelasan konsumen yang sudah mencoba produk Rocket Chicken cabang Bandung sebagai berikut :

“Saya dulunya sering beli ayam geprek yang dipinggir jalan seperti itu, karena saya pikir di rocket chicken ini produknya mahal-mahal karena tempatnya yang kelihatan elit. Setelah saya mencoba membeli disini ternyata harganya cukup murah, selain itu ayamnya juga besar besar, sampai sekarang kalau mau beli ayam geprek pasti langganan ke Rocket Chicken”⁹.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung sangat mengutamakan kepuasan pelanggan, terutama dari segi kualitas dan bahan baku. Agar bisa bertahan dimasa pandemi ini restoran cepat saji Rocket Chicken mengeluarkan produk baru yaitu Paket Combo. Yang isinya adalah Mie Spagheti, Perkedel dan es teh harganya hanya Rp.10.000

⁹ Wawancara Dengan Dimas salah satu Konsumen Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

Dengan harga dan keunikan yang dimiliki oleh setiap produknya mengundang daya tarik di masyarakat.

2. Strategi Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu elemen marketing mix yang memiliki peran penting bagi suatu perusahaan, karena harga menempati posisi khusus dalam marketing mix, serta berhubungan erat dengan elemen lainnya. Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam melaksanakan kebijakan harga adalah menetapkan harga dasar produk, menentukan potongan harga, pembiayaan ongkos kirim, dan lain-lain yang berhubungan dengan harga. Agar suatu produk dapat bersaing dipasaran maka pengusaha dapat melakukan penetapan harga dalam hubungan dengan pasar, yaitu apakah mengikuti harga dibawah pasaran atau di atas pasaran.

Penetapan harga yang tepat, mampu menjadikan kegiatan pemasaran berjalan dengan baik dan optimal terhadap barang-barang yang ditawarkan.

Mas Singgih selaku supervisor Rocket Chicken cabang Bandung mengatakan:

“Untuk strategi penetapan harga itu sudah dari pusat, akan tetapi disitu setiap per item itu ada food cost per item, jadi itu yang dihitung, sedangkan untuk harga yang di tampilkan di menu per paket itu sudah ketentuan dari pusat.”¹⁰

¹⁰ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

Saudari Mita selaku karyawan bagian kasir menambahkan:

“Untuk harganya disini sudah ketentuan dari pusat, semua harga yang ada di Rocket Chicken manapun itu sama. Karena kita belanja bahan baku juga sudah ada ketentuan/SOP nya dari pusat”¹¹

Mengenai harga produk, para pelanggan merasa sudah cukup puas karena sesuai dengan kantong pelajar. Hal ini seperti yang dipaparkan oleh salah satu pelanggannya yaitu mas aldy :

“Menurut saya soal harganya sudah sesuai dengan kantong saya mbak, tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Karena mengingat porsi ayamnya juga cukup besar, jadi harganya sesuai dengan produknya.”¹²

Mbak Sukma salah satu pelanggan Rocket Chicken juga menambahkan :

“Kalau mengenai harga saya rasa cukup terjangkau mas, dengan uang Rp. 8.000 saja kita sudah bisa mendapatkan ayam nasi dan es teh. Jadi saya sebagai pelanggan sudah merasa puas dengan harga segitu sudah dapat makan dan minum”¹³

Dari penjelasan Mas Singgih dapat diketahui bahwa, pada restoran cepat saji Rocket Chicken penetapan harga dan bahan baku sudah termasuk SOP (Standar Operasi Perusahaan). Jadi semua cabang Rocket Chicken memiliki harga dan kualitas yang sama.

¹¹ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

¹² Wawancara Dengan Mas Aldy (Konsumen Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 7 April 2021

¹³ Wawancara Dengan Mbak Sukma (Konsumen Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 7 April 2021

Di masa pandemi Covid-19 Rocket Chicken juga melakukan strategi harga berupa promo dan cashback melalui aplikasi shoopepay.

Mas Singgih selaku supervisor Rocket Chicken cabang Bandung mengatakan:

“Kalau di Rocket Chicken cabang Bandung ini tidak ada diskon mas, kita menggunakan sistem promo. Mungkin berbeda dengan cabang yang lain seperti Jepun dan Ngunut, mereka masih menggunakan diskon, potongan harga buat paket tertentu, tetapi di outlet kami tidak. Jadi contohnya setiap pembelian paket Reguler selama periode tertentu dapat gratis 1 gelas es teh. Dulu pernah memakai sistem diskon waktu awal-awal pandemi pas keadaan outlet sangat sepi, karena pada waktu itu aktivitas masyarakat dibatasi dan untuk tempat makan, makananya hanya boleh dibawa pulang tidak boleh dimakan ditempat”.¹⁴

Ratna selaku kasir Rocket Chicken cabang Bandung menambahkan bahwa:

“Selain promo disini juga ada sistem cashback mas, sebanyak 30% setiap pembayaran melalui aplikasi Shoopepay”.¹⁵

Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa harga yang ditentukan oleh restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung sudah ditentukan oleh pusat dan sudah menjadi SOP perusahaan. Mereka berusaha memberikan harga terbaik yang tentunya tetap dapat dijangkau oleh semua kalangan dan tetap mempertahankan kualitas produk yang baik. Untuk dapat bertahan di masa pandemi ini, Rocket Chicken memberikan promo gratis es teh dan cashback

¹⁴ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

¹⁵ Wawancara Dengan Mbak Ratna Selaku Kasir Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

30% setiap pembayaran melalui aplikasi ShopeePay. Hal ini dilakukan sebagai upaya mempertahankan usaha agar dapat bertahan di masa pandemi Covid-19.

3. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen maupun pada pasar sasaran. Bentuk-bentuk promosi dapat digunakan melalui periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling), dan promosi penjualan (sales promotion). Rocket Chicken dalam promosi produknya menggunakan cara periklanan (advertising) yang dikataka Mas Singgih sebagai berikut :

“Kita melakukan promosi dengan memanfaatkan media online seperti facebook, instagram dan grab dalam meningkatkan penjualan. Selain itu kita juga melayani pemesanan melalui whatsapp. Jadi di setiap struk itu ada nomer kontaknya jadi konsumen bisa langsung mesan lewat whatsapp”.¹⁶

Selain itu saudara Dimas selaku konsumen menambahkan :

“Saya tau dari instagram mas, disitu cukup lengkap kita bisa langsung liat tampilan dan harga produknya. Kadang juga pesan lewat grab selain banyak promonya juga gampang mesannya”.¹⁷

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa, promosi yang diterapkan Rocket Chicken cabang Bandung dengan memanfaatkan media yang ada. Cara yang digunakan yaitu melalui berbagai macam

¹⁶ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

¹⁷ Wawancara Dengan Mas Dimas Salah satu Konsumen Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

media sosial. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini dapat dimanfaatkan sebagai media dalam memberitahu kepada konsumen tentang produk yang akan dipasarkan dan tentunya lebih cepat diterima.

“Strategi promosi yang kita lakukan dengan menggunakan media ini mendapatkan tanggapan positif dari konsumen. Banyak konsumen yang bertanya-tanya mengenai produk kita, dan alhamdulillah banyak yang respon. Apalagi saat pandemi Covid-19 ini, banyak pesanan yang menggunakan sistem delivery”.¹⁸

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa, strategi promosi dengan menggunakan media sosial akan lebih mudah untuk merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga penjualan produk akan menjadi lebih maksimal.

4. Strategi Tempat (Place/Distribution)

Pendistribusian produuk dalam pemasaran bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen kepada konsumen, sehingga produk dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan kosumen.

Lokasi Rocket Chicken cabang Bandung Tulungagung berada di Jl. Raya Bandung – Campurdarat No.46, Bandung , Tulungagung. Tepatnya Barat lampur merah Bandung, Selatan jalan raya, Timur SMPN 1 Bandung. Agar barang sampai dengan cepat, strategi

¹⁸ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

distribusi yang dilakukan oleh Rocket Chicken cabang Bandung adalah menggunakan sistem *delivery*. Dengan lokasi outlet yang cukup strategis. Sehingga memudahkan layanan jasa *delivery* untuk konsumen.

Mas Singgih selaku Supervisor Rocket Chicken cabang Bandung mengatakan :

“lokasi outlet kami cukup strategis sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan toko kami. Dan juga untuk konsumen yang tidak bisa datang ke toko kami menyediakan layanan antar atau delivery baik diantar langsung oleh karyawan maupun menggunakan grab. Dalam pengiriman produk untuk sampai ke konsumen kami tetap menerapkan protokol kesehatan Covid-19 yaitu semua karyawan menggunakan faceshield dan sarung tangan, sehingga produk yang kami jual aman dan tidak terkontaminasi virus corona”.¹⁹

Mbak Ratna Menambahkan :

*“Dengan memanfaatkan lokasi yang strategis akan mempermudah pendistribusian suatu produk. Saat pandemi Covid-19 ini konsumen lebih banyak beraktifitas di dalam rumah jadi distribusi dengan sistem delivery menjadi sebuah peluang baru untuk outlet kita.”*²⁰

Mega Silvia salah satu konsumen Rocket Chicken mengatakan

:

*“Karena lokasi Rocket Chicken ini sangat strategis dengan rumah saya. Rumah saya di Ngungghahan. Dan kalau tidak sempat mampir ke toko nya bisa diantar ke rumah”*²¹

¹⁹ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

²⁰ Wawancara Dengan Mbak Ratna (Kasir Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 7 April 2021

²¹ Wawancara Dengan Mega Silvia (Konsumen Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung), pada 18 Februari 2021

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa, strategi tempat/distribusi yang diterapkan pada restoran cepat saji Rocket Chicken adalah dengan memilih lokasi yang strategis yaitu berada di dekat pusat keramaian serta distribusi yang baik agar keberlangsungan kegiatan usaha bisa terus dijaga.

2. Pemaparan tentang Kendala dan Solusi Yang Dihadapi oleh Rocket Chicken Cabang Bandung Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

a. Kendala yang dihadapi oleh restoran cepat saji Rocket Chicken dalam menerapkan strategi pemasaran di tengah pandemi Covid-19

1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Dengan adanya produk dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan yang diinginkan. Dalam memasarkan produk pasti tidak akan berhasil apabila memiliki hambatan, apalagi dimasa pandemic Covid-19. Seperti yang diungkapkan oleh Mas Singgih sebagai berikut :

“Faktor penghambat yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi ini, biasanya produk yang laku hanya itu-itu saja, misal ayam geprek, nah yang laku cuma ayam gepreknya saja, produk lain seperti burger steak dan lain-lain itu biasanya tidak laku, kadang yang beli dibawa pulang juga nggak beli minuman, kalo minumannya kan kita langsung buat banyak mas jadi kalo tidak habis ya dibuang, beda dengan

*macam-macam olahan ayam ya yang bisa disimpan di freezer. Jadi ya itu kendalanya dari segi produk”.*²²

Mbak Mita menambahkan :

*“Seperti umumnya yang kita ketahui konsumen kan maunya simpel, apalagi yang terbiasa beli di pinggir jalan pasti pesannya hanya ayam geprek saja, karena tidak mengetahui menu yang ada di Rocket Chicken Bandung ini”.*²³

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa pada strategi pemasaran produk hambatan yang terjadi adalah produk yang laku biasanya hanya itu-itu saja sehingga produk yang lain jarang diminati. Karena produk yang laku itu memiliki harga yang terjangkau jadi membuat konsumen lebih tertarik. Selain itu menjual minuman secara terpisah juga menjadi hambatan pada saat melakukan pemasaran produk Rocket Chicken cabang Bandung.

2) Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang konsumen bayarkan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam penetapan harga pasti banyak yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha termasuk hambatan yang terjadi ketika sesudah menetapkan harga suatu produk tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Mas Singgih, sebagai berikut:

“Hambatan yang terjadi pada strategi harga kalau adalah karena disini penentuan harga produk yang dijual sudah ditetapkan dari pusat, dan bahan bakunya juga memiliki SOP nya sendiri jadi tidak bisa dirubah harganya mau harga

²² Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

²³ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karayanan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

*bahan bakunya dipasar sedang mahal atau tidak, harga produk yang dijual tetap”.*²⁴

Mbak Mita Salah satu karyawan menambahkan :

*“Seperti yang dikatakan bapak Singgih, untuk harga disini sudah termasuk SOP perusahaan karena restoran cepat saji ini merupakan sebuah Franchise jadi harga setiap outletnya harus sama”.*²⁵

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa, kendala yang dihadapi dari segi harga adalah karena harga produk yang dijual sudah termasuk SOP perusahaan maka tidak peduli harga bahan baku di pasar mengalami peningkatan atau penurunan, harga produk yang dijual tetap sama. Jadi adanya peningkatan atau penurunan harga bahan baku di pasar tidak berpengaruh pada harga produk yang dijual Rocket Chicken cabang Bandung.

3) Promosi

Promosi merupakan cara sebuah perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada konsumen. Dengan adanya promosi maka konsumen yang akan dituju akan tepat sasaran. Namun, dalam melakukan promosi juga tidak mudah seperti yang direncanakan. Terdapat beberapa hambatan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mas Singgih yaitu :

“Hambatan pada saat promosi yang tidak terorganisir. Jadi di outlet kita ini kan tidak ada manajemen pemasaran atau admin sosial media, jadi seperti catalog di instagram itu

²⁴ Wawancara Dengan Mas Singgih selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

²⁵ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

*jarang di update bahkan tidak terurus karena tidak ada yang mengelola”.*²⁶

Mbak Mita juga menambahkan :

*“Karena adanya kondisi pandemi covid ini promosi dengan menyebarkan brosur tidak diperbolehkan karena menghindari kontak langsung dengan konsumen, jadi melalui media sosial adalah jalan satu-satunya untuk melakukan promosi di masa pandemi Covid-19 ini”.*²⁷

Dari ungkapan tersebut dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Rocket Chicken cabang Bandung atas promosi produk yang dilakukannya adalah tidak adanya yang petugas khusus yang bertanggung jawab mengelola pemasaran melalui media sosial membuat pemasaran di media sosial menjadi kurang maksimal.

4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada di sekitar. Dengan berjalannya usaha restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi setelah penentuan tempat usaha tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Mas Singgih :

²⁶ Wawancara Dengan Mas Singgih selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

²⁷ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

*“Hambatan yang kita hadapi pada saat pandemi covid-19 ini disini lokasinya cukup bagus, dekat lampu merah, dekat pasar juga selain itu outletnya juga nyaman dan cukup luas, akan tetapi semenjak adanya pandemi covid ini karena adanya aturan pemerintah agar tidak boleh makan ditempat jadi harus dibawa pulang. Selain itu untuk jam buka tokonya juga dibatasi, yang awalnya jam 9 pagi-10 malam sekarang cuma bisa sampai jam 8 malam”.*²⁸

Mbak Mita salah satu karyawan menambahkan :

*“Sebenarnya tempat ini kan sudah cukup strategis mas, tapi karena adanya aturan pemerintah untuk tempat makan hanya boleh menyediakan pesanan tak away atau dibawa pulang jadi kita mengikuti aturan pemerintah saja”.*²⁹

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa mendirikan suatu usaha kita tidak dapat memungkiri akan adanya kendala-kendala yang dihadapi dan harus siap dengan kemungkinan yang akan terjadi. Dalam hal ini Rocket Chicken cabang Bandung sudah memiliki tempat yang bagus dan strategis akan tetapi karena adanya pandemi Covid-19 restoran menjadi sepi karena adanya aturan pemerintah untuk tidak makan ditempat.

Suatu perusahaan pasti ada kendala yang dialami baik kecil maupun besar. Hal ini bisa diselesaikan dengan manajemen yang ada di perusahaan tersebut. Jika, kendala-kendala yang dihadapi tidak di selesaikan dengan baik, maka akan berdampak sistematis terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan yang tidak terkecuali restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung.

²⁸ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

²⁹ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

- b. Solusi untuk mengatasi kendala restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung dalam menerapkan strategi pemasaran di tengah pandemi Covid-19

1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Ketika produk mengalami hambatan maka harus segera ada penyelesaian untuk kelangsungan usaha tersebut

“Solusi untuk mengatasi masalah untuk produk agar yang terjual tidak hanya satu produk saja kami menerapkan sistem paket, jadi kita bisa langsung jual 2 atau 3 produk dalam 1 paket yang juga harganya terjangkau, contoh paket Rock Fresh 1 isinya ada nasi, ayam sayap dan es teh dengan harga cukup Rp.8.000 membuat konsumen lebih tertarik”.³⁰

Mbak Mita karyawan bagian Kasir menambahkan :

“Biasanya kan konsumen malas membaca menu yang sangat banyak, jadi untuk mempermudah disini kita menggunakan sistem paket, dengan sistem paket konsumen bisa langsung membeli beberapa item dengan harga yang lebih murah”.³¹

Pernyataan dari pendapat diatas adalah hambatan ketika produk yang terjual hanya 1 atau 2 jenis produk saja, Rocket Chicken cabang Bandung menerapkan sistem paket agar bisa menjual lebih dari 1 produk saja akan tetapi harganya tetap terjangkau sehingga menarik minat konsumen untuk membeli Paket tersebut.

2) Harga

³⁰ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

³¹ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

Harga merupakan penentu untuk konsumen dalam membeli salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika penetapan harga mengalami hambatan pasti akan mengakibatkan penurunan penjualan.

“Untuk mengatasi hambatan ketika harga bahan baku mengalami kenaikan biasanya hanya dikurangi sedikit, biasanya yang sering mengalami kenaikan itu pada cabainya mas, jadi kalau pas harganya normal kita kasih 2-3 sendok sambalnya, kalau pas mahal ya cuma kita kasih 1 sendok saja”.³²

Salah satu karyawan menambahkan :

“Disini untuk menghindari kerugian dari kenaikan harga bahan baku biasanya hanya dengan mengurangi porsi yang diberikan, kecuali ayamnya, soalnya kalau ayam kita langsung di stock dari pusat jadi tidak akan terjadi pengurangan porsi pada ayamnya”.³³

Dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa solusi dalam mengatasi kendala apabila harga bahan baku mengalami kenaikan yaitu dengan mengurangi porsinya. Jadi hal tersebut tidak mempengaruhi harga jual produk yang sudah menjadi SOP perusahaan.

3) Promosi

Promosi merupakan suatu cara dalam kegiatan pemasaran produk yang akan dipasarkan dapat diketahui oleh konsumen yang akan membeli barang pada sebuah usaha. Ketika promosi mengalami kendala maka akan mengakibatkan lambatnya penjualan. Untuk

³² Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

³³ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karayanan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

itu Rocket Chicken cabang Bandung dalam mengatasi kendala yang dihadapi dengan melakukan berbagai hal, yaitu :

“Untuk mengatasi hambatan dalam promosi itu, disini kita promosi secara individu. Jadi semuanya melakukan promosi melalui media sosial masing-masing melalui whatsapp, instagram dan facebook masing-masing karyawan. Selain efisien dan hemat waktu, juga lebih hemat karena tidak perlu mengeluarkan biaya”.³⁴

Salah satu karyawan menambahkan :

“Disini kita melakukan promosi melalui akun media sosial masing-masing, selain lebih flexibel jangkauannya kan jadi bisa jadi lebih banyak”.³⁵

Dalam menghadapi hambatan saat melakukan promosi, berdasarkan penjelasan Mas Singgih tersebut dapat diketahui bahwa untuk mendukung strategi promosi yang dilakukan tetap berjalan dengan baik bisa dilakukan oleh setiap individu, baik itu manajer, supervisor, kasir maupun bagian dapur, dengan banyaknya individu yang terlibat dalam promosi tersebut membuat promosi yang dilakukan oleh Rocket Chicken cabang Bandung akan lebih maksimal.

4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Ketika ada kendala dengan lokasi penjualan

³⁴ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

³⁵ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

maka harus segera mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan Mas Singgih yaitu:

“Dalam mengatasi hambatan ketika mengalami masalah dengan tempat usaha kita berencana untuk memaksimalkan sistem delivery, jadi saat pandemi ini karena tidak diperbolehkan makan ditempat dan hanya bisa dibawa pulang. Oleh karena itu justru menjadi peluang buat kita agar memaksimalkan sistem deliverynya, yang membuat konsumen lebih nyaman karena tidak perlu keluar rumah”.³⁶

Mbak Mita Salah satu karyawan juga mengungkapkan :

“Karena adanya aturan pemerintah untuk tidak makan ditempat maka, disini kami memanfaatkan sistem delivery, dengan memanfaatkan lokasi yang strategis desa Bandung Berada di tengah-tengah atau pusat kecamatan Bandung, jadi untuk delivery bisa menjangkau ke desa-desa lainnya”.³⁷

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa semenjak adanya aturan pemerintah tentang social distancing dan tidak boleh makan ditempat membuat beberapa restoran cepat saji termasuk Rocket Chicken cabang Bandung berinisiatif untuk lebih memaksimalkan sistem delivery. Dengan adanya sistem delivery tersebut membuat konsumen lebih nyaman karena lebih praktis konsumen tidak perlu keluar rumah barang akan diantar sesuai alamat konsumen.

³⁶ Wawancara Dengan Mas Singgih Selaku Supervisor ke-1 Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 18 Februari 2021

³⁷ Wawancara Dengan Mbak Mita (Karyawan Bagian Kasir) Gerai Rocket Chicken Tulungagung cabang Bandung, pada 21 Februari 2021

D. Analisa Data

1. Analisa Tentang Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19.

Dalam upaya meningkatkan penjualan dan bertahan di era pandemi covid-19 Rocket Chicken cabang Bandung perlu melakukan berbagai strategi pemasaran yang memadai. Dengan adanya strategi yang tepat maka tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat tercapai. Setelah melakukan pengamatan di Rocket Chicken cabang Bandung strategi bauran pemasaran yang digunakan terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi dan tempat.

- a. Produk

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa strategi produk meliputi penentuan logo dan motto, menciptakan merek, menciptakan kemasan, dan juga menjaga kualitas. Rocket Chicken cabang Bandung memiliki merek Rocket Chicken dengan motto “meluncur – melesat – menembus sampai tulang” Dengan logo R dan roket yang berputar. Produk unggulan yang diproduksi yaitu ayam goreng. Yang bisa dijadikan berbagai macam kreasi. Dalam menawarkan produknya Rocket Chicken sangat mementingkan kepuasan konsumen dengan selalu menjaga kualitas yang ada.

- b. Harga

Berdasarkan paparan data terkait strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa strategi pemasaran dalam penetapan harga yang ditawarkan oleh Rocket Chicken di outlet satu dan yang lainnya memiliki harga yang sama. Karena penentuan harga sudah menjadi bagian dari SOP perusahaan.

c. Promosi

Berdasarkan paparan data terkait strategi promosi dapat dianalisis bahwa, strategi promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Rocket Chicken cabang Bandung dalam mempromosikan produk dengan cara periklanan. Dengan menggunakan facebook, instagram dan grab. Cara promosi tersebut dianggap efektif karena dapat dengan mudah untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk yang akan dipasarkan. Dengan adanya fasilitas ini juga dapat menunjang dalam meningkatkan penjualan perusahaan.

d. Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait strategi pemasaran tempat lebih menitik beratkan pada strategi distribusi dan salurannya. Sistem penyaluran atau distribusi produk bisa menciptakan keunggulan bersaing dari seorang bisnis. Rocket Chicken cabang Bandung memiliki lokasi yang strategis

sehingga sangat memungkinkan untuk menerapkan sistem *delivery*.

Dengan adanya strategi produk, harga, promosi dan tempat/distribusi dapat mempengaruhi penjualan dan meningkatkan omset perusahaan. Terutama promosi dan sistem *delivery* yang diterapkan Rocket Chicken cabang Bandung, apalagi ditengah pandemi ini dengan cara tersebut akan lebih cepat diterima oleh konsumen dan konsumen akan tertarik produk tersebut.

2. Analisa Kendala dan Solusi Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis Restoran Cepat Saji di Tengah Pandemi Covid-19.
 - a. Kendala strategi pemasarran dalam mempertahankan bisnis restoran cepat saji Rocket Chicken cabang Bandung.

- 1) Produk

Berdasarkan paparan data diatas terkait kendala strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa produk yang dijual Rocket Chicken cabang Bandung bermacam-macam. Kendala yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung untuk produk yang laku hanya 1 yaitu ayam geprek saja, sedangkan masih banyak aneka produk lainnya. Hal tersebut membuat penjualan restroran cepat saji jadi kurang maksimal.

2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait kendala strategi pemasaran harga dapat dianalisis bahwa, harga merupakan suatu penentu bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hambatan yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung yaitu karena harga produk sudah merupakan bagian SOP dari perusahaan maka walaupun harga bahan baku dipasar mengalami peningkatan, akan tetapi harga jual produknya tetap sama.

3) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait kendala dari strategi pemasaran promosi dapat dianalisis bahwa, setiap perusahaan pasti memiliki berbagai cara dalam memasarkan produk yang dihasilkan termasuk dengan melakukan kegiatan promosi. Promosi sebagai cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mengenalkan berbagai produk yang akan dipasarkan kepada konsumen. Promosi tidak akan berjalan dengan baik apabila terjadi hambatan yang dapat menghambat konsumen untuk mengetahui produk yang akan dijual. Hambatan yang terjadi ketika media sosial tidak digunakan secara maksimal karena tidak ada yang bertanggung jawab untuk mengelola sehingga promosi dari media sosial tidak digunakan.

4) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait faktor penghambat strategi tempat dapat dianalisis bahwa, tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbang dan kindsi yang ada disekitar. Kendala yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung adalah semenjak adanya peraturan pemerintah tentang *social distancing* dan larangan untuk makan ditempat, sehingga pemanfaatan outlet cukup nyaman dan strategis menjadi kurang maksimal.

b. Solusi dalam mengatasi kendala strategi pemasaran restoran cepat saji dalam bertahan di masa pandemi Covid-19

1) Produk

Berdasarkan paparan data diatas terkait solusi strategi pemasaran produk dapat dianalisis bahwa, solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung agar bisa menjual produk lainnya yaitu dengan menggunakan sistem paket yang isi dari paket tersebut bisa terdiri dari 2 sampai 3 produk akan tetapi tetap dengan harga yang terjangkau.

2) Harga

Berdasarkan paparan data diatas terkait solusi strategi pemasaran dapat dianalisis bahwa, solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung ketika harga bahan baku dipasar mengalami peningkatan, maka hanya mengurangi porsi produk yang dijual sehingga harga produk yang dijual tetap sama sesuai SOP perusahaan.

3) Promosi

Berdasarkan paparan data diatas terkait solusi strategi pemasaran promosi dapat dianalisis bahwa, solusi untuk mengatasi kedala yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung yaitu karena tidak adanya yang bertanggung jawab untuk mengelola promosi melalui media sosial maka Rocket Chicken membuat kebijakan untuk promosi bisa dilakukan oleh setiap individu, baik itu manajer, supervisor, kasir maupun bagian dapur, dengan banyaknya individu yang terlibat dalam promosi tersebut membuat promosi yang dilakukan oleh Rocket Chicken cabang Bandung akan lebih maksimal.

4) Tempat

Berdasarkan paparan data diatas terkait solusi strategi pemasaran tempat dapat dianalisis bahwa, solusi untuk

mengatasi kendala yang dihadapi Rocket Chicken cabang Bandung semenjak adanya aturan pemerintah tentang social distancing dan tidak boleh makan ditempat. Membuat beberapa restoran cepat saji termasuk Rocket Chicken cabang Bandung berinisiatif untuk lebih memaksimalkan sistem delivery. Dengan adanya sistem delivery tersebut membuat konsumen lebih nyaman karena lebih praktis konsumen tidak perlu keluar rumah barang akan diantar sesuai alamat konsumen.