

## **Analisis Strategi Pemasaran UMKM Raket Chicken Di Karangdinoyo Kepung Kab Kediri**

**Catur Hariyono<sup>1</sup>, Bayu Surindra<sup>2</sup>**  
*<sup>1,2\*</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri*

e-mail: <sup>1\*</sup>[caturhariyono10@gmail.com](mailto:caturhariyono10@gmail.com), <sup>2\*</sup>[bayusurindra@unpkediri.ac.id](mailto:bayusurindra@unpkediri.ac.id)

### **Abstrak**

UMKM Raket Chicken adalah usaha kuliner cepat saji berbasis ayam yang berfokus pada penyediaan makanan halal, lezat, dan terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Raket Chicken di Pasar Karang Dinoyo Kepung, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta memberikan rekomendasi perbaikan. Metode deskriptif kualitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui wawancara dan analisis literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun produk dan harga sudah kompetitif, ada kelemahan dalam promosi dan pelayanan. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan dalam kualitas produk dan harga, serta kelemahan dalam promosi dan pelayanan. Rekomendasi meliputi memperkuat promosi digital, meningkatkan kualitas layanan pelanggan, mengembangkan menu berbasis tren, dan mengembangkan program loyalitas. Implementasi rekomendasi ini diharapkan meningkatkan kinerja pemasaran, memperluas pangsa pasar, dan mengembangkan bisnis Raket Chicken ke arah yang lebih baik di masa mendatang.

**Kata kunci:** *Wirausaha, Raket Chicken, Pemasaran*

### **Pendahuluan**

Kewirausahaan menjadi salah satu pemerkuat ekonomi pada suatu negara, di indonesia wirausaha menjadi wadah bagi individu guna mengembangkan potensi dan kemampuan mereka dalam mengenali berbagai peluang dan kesempatan dengan baik. Di Indonesia kegiatan wirausaha pada saat ini banyak yang mengarah pada media digital. Perkembangn ini dapat dilihat pada data bps.go.id yang menunjukkan bahwa peralihan profesi menjadi pengusaha semakin meningkat pada setiap tahunnya. Dengan adanya wirausaha ini menjadikan angka pengangguran menjadi turun.

Pada zaman sekarang, industri kuliner menjadi salah satu pilihan yang menarik, mengingat keuntungan yang besar bisa didapatkan dengan menggunakan strategi yang tepat, meskipun usaha pada bidang kuliner tidak sepenuhnya membutuhkan tenaga kerja, namun kemampuan untuk menjalankan dan memanajemen tenaga kerja yang sesuai menjadi kepentingan besar. Kualitas tenaga kerja dalam bisnis menjadi fokus

utama karena kinerja yang baik dan berkualitas akan memberikan dampak hasil yang memuaskan (Kurniasih et al., n.d.). Tantangan yang dihadapi oleh pengusaha kuliner adalah bagaimana cara usaha mereka bisa memenuhi berbagai kebutuhan pasar dan selalu menjaga kepopuleran usaha mereka. Olahan ayam menjadi favorit masyarakat Indonesia, dengan hampir seluruh pelaku usaha kuliner mempunyai menu ayam yang menjadi andalannya. Olahan ayam yang banyak disukai orang menjadi peluang bagi pemilik usaha makanan Rocket Chicken yang berada di sekitar Pasar Karang Dinoyo Desa. Kepung Kab. Kediri.

UMKM Raket Chicken, menjadi salah satu UMKM yang bergerak pada bidang kuliner, khususnya dalam penyediaan makanan cepat saji berbasis ayam, usaha ini telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sejak didirikan. Mengusung konsep makanan cepat saji yang terjangkau namun berkualitas, Raket Chicken berhasil menarik minat berbagai kalangan masyarakat, terutama di Pasar Karang Dinoyo Kepung. Dengan visi untuk menyediakan makanan cepat saji yang halal, lezat, dan terjangkau, Raket Chicken terus berinovasi guna peningkatan kualitas layanan dan juga produknya.

Dengan persaingan bisnis yang semakin dinamis dan ketat, pemasaran menjadi peran penting guna keberlanjutan dan keberhasilan UMKM. Pemasaran yang efektif membantu UMKM membangun dan meningkatkan kesadaran merek, menjangkau pasar yang lebih besar, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, meningkatkan pendapatan dan penjualan, serta membangun hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat tidak hanya membantu dalam menarik pelanggan baru, tetapi juga dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, yang pada akhirnya dapat membawa dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atau mengetahui strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh UMKM Raket Chicken di Pasar Karang Dinoyo Kepung, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi tersebut, serta memberikan berbagai rekomendasi guna perbaikan di masa mendatang. Manfaat penelitian ini tidak hanya terbatas pada perbaikan strategi pemasaran Raket Chicken, tetapi juga memberikan peran serta pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran UMKM, serta menjadi referensi dan inspirasi bagi pelaku UMKM lain dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Raket Chicken di Pasar Karang Dinoyo Kepung. Metode penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang mendalam dan menyeluruh mengenai fenomena yang sedang diteliti. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam metode penelitian yang digunakan:

#### **1. Pengumpulan Data**

- **Data Primer:** Data primer diperoleh melalui tahapan wawancara dengan beberapa pelanggan dan karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan, persepsi pelanggan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi.

- **Data Sekunder:** Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti akun media sosial, artikel, jurnal, dan literatur terkait lainnya. Data ini digunakan untuk melengkapi dan mendukung data primer yang telah diperoleh.

## 2. Analisis Data

- **Analisis Deskriptif:** Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Raket Chicken. Analisis ini mencakup identifikasi product, promosi yang digunakan, fasilitas yang diberikan.
- **Analisis SWOT:** Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi oleh UMKM Raket Chicken. Analisis ini membantu dalam mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan dan memberikan dasar untuk rekomendasi perbaikan.

Dengan metode penelitian ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai strategi pemasaran UMKM Raket Chicken, serta menawarkan solusi yang praktis dan aplikatif untuk perbaikan di masa mendatang.

## Hasil dan Pembahasan

### Sejarah Rocket Chicken

UMKM Raket Chicken merupakan salah satu usaha makanan siap saji yang berasal dari Indonesia, dan memiliki menu utama yaitu ayam goreng. Raket Chicken ini membuka gerai pertama di JL. Wolter Monginsidi, Kota Semarang didirikan oleh Nurul Atik. Setelah membuka gerai pertamanya dan sudah berjalan kurang lebih 2 tahun, usaha ini sudah memiliki kurang lebih 100 unit dan 6 unit dimiliki sendiri oleh Nurul Atik, dari 6 gerai yang dimiliki pemilik mendapatkan omset hingga Rp 90 juta setiap bulannya. Menurut Mediatama, Grahanusa(2011-03-21) Raket Chicken mendapatkan sumber pendapatan lain dari biaya loyaliti dari mitra tiap bulan mencapai Rp.100 Juta. Dan hingga 21 Februari 2022 sudah tercatat 1.030 gerai berada di daerah Indonesia, Kusumo, Herlambang Jati (2022-02-21WIB11:10:52+00:00).

Konsep yang diusung adalah menyediakan makanan cepat saji berbasis ayam yang halal, lezat, dan terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. Dalam beberapa tahun, melalui kerja keras, inovasi, dan komitmen terhadap kualitas, Raket Chicken berhasil memperluas jangkauannya dengan membuka beberapa cabang di berbagai lokasi, termasuk Pasar Karang Dinoyo Kepung.

Perkembangan Raket Chicken tidak lepas dari kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan perubahan pasar dan preferensi konsumen. Melalui berbagai strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, dan peningkatan layanan, Raket Chicken mampu menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hingga saat ini, Raket Chicken terus berusaha untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk serta memperluas jaringan pemasaran.

### Analisis Pasar Karang Dinoyo Kepung

Pasar Karang Dinoyo Kepung merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi yang ramai di wilayah Kepung, dengan beragam pedagang dan usaha kecil yang

menyajikan berbagai macam produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga makanan dan minuman. Lokasi pasar yang strategis dan aksesibilitas yang baik menjadikannya sebagai tempat favorit bagi penduduk setempat untuk berbelanja.

Demografi pelanggan di Karang Dinoyo Kepung cukup beragam, meliputi berbagai kelompok usia, dari anak - anak hingga lansia. Sebagian besar pelanggan adalah keluarga dan pekerja lokal dengan tingkat pendapatan menengah. Mereka mencari produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga terjangkau. Selain itu, dengan adanya sejumlah institusi pendidikan di sekitar area pasar, pelajar juga menjadi segmen pelanggan yang signifikan. Preferensi mereka cenderung pada makanan yang cepat saji, praktis, dan ekonomis, menjadikan mereka sebagai target pasar potensial untuk produk-produk seperti yang ditawarkan oleh UMKM Raket Chicken.

### **Penerapan strategi pemasaran pada Rocket Chicken**

#### **1. Kualitas Product**

Produk menjadi objek nyata atau tidak nyata yang bisa dibeli orang (Haryanto, 2009). Menurut Kotler and Armstrong (2008) menerangkan bahwa kualitas produk merupakan sekumpulan ciri karakteristik atas barang dan jasa yang berkemampuan guna memenuhi kebutuhan. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kualitas produk adalah suatu penilaian atas konsumen terhadap keistimewaan dan keunggulan dari suatu produk. Dalam hal kualitas Rocket Chicken selalu mengutamakan standar kualitas serta kebersihan bahan. Mereka menggunakan bahan yang segar guna mempertahankan kualitas yang optimal. Dengan demikian Rocket Chicken sangat memperhatikan dan mempertahankan kualitas produknya, utamanya pada cita rasa. Karena kualitas rasa menjadi peran penting pada hidangan. (Sudiantini et al., 2023)

#### **2. Promosi**

Menurut Kotler dan Keller (2009) Promosi merupakan sarana yang dilakukan oleh perusahaan guna menginformasikan, mengingatkan, membujuk konsumen secara tidak langsung maupun langsung mengenai produk yang dijual. Rocket Chicken sendiri sekarang telah mengikuti pemasaran secara konvensional yaitu dengan memanfaatkan media online seperti facebook, instagram dan grab. Dengan bergabung sebagai mitra dari berbagai platform seperti GoFood, GrabFood, Rocket Chicken menjadikan usaha ini menjadi lebih berkembang. Dengan promosi Online menjadikan jangkauan konsumen menjadi lebih banyak dan luas (Yunita & Wijayanti, 2021)

#### **3. Fasilitas**

Menurut kotler (2019:45) Fasilitas merupakan sumberdaya fisik yang ada, sebelum layanan diberikan terhadap konsumen. Menurut Yuriansyah (2013:31) jika fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka hal ini akan menjadikan konsumen tertarik dan berdatangan, sehingga dapat memenangkan persaingan. Dengan ini Rocket Chicken memberikan berbagai fasilitas untuk konsumennya salah satunya adalah tempat duduk yang nyaman, tempat yang lumayan luas, akses wifi gratis. Oleh karena itu, konsumen merasa puas atas fasilitas yang telah diberikan. (Wiguna et al., 2023)

Tabel 1. Analisis SWOT Rocket Chicken

<b>STRENGTHS</b> (KEKUATAN)	<b>WEAKNESSES</b> (KELEMAHAN)	<b>OPPORTUNITIES</b> (PELUANG)	<b>THREATS</b> (ANCAMAN)
<p><b>Produk Berkualitas</b></p> <p>Rocket Chicken menawarkan produk ayam yang berkualitas tinggi dengan bahan baku yang segar dan diproses dengan standar kebersihan. Kualitas rasa yang konsisten membuat pelanggan kembali untuk membeli lagi.</p>	<p><b>Keterbatasan Promosi</b></p> <p>Promosi dan pemasaran mungkin belum maksimal, dibuktikan dengan kurangnya interaksi anatar penjual dan pembeli paada akun media sosial rocket chicken, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas di luar Pasar Karang Dinoyo Kepung.</p>	<p><b>Peningkatan Permintaan Makanan Cepat Saji</b></p> <p>Gaya hidup yang semakin sibuk dan meningkatnya permintaan akan makanan cepat saji memberikan peluang besar bagi Rocket Chicken untuk memperluas pasar.</p>	<p><b>Persaingan Ketat</b></p> <p>Banyaknya pesaing di pasar makanan cepat saji, baik dari gerai lain maupun pedagang makanan tradisional, dapat menjadi ancaman bagi Rocket Chicken.</p>
<p><b>Harga Terjangkau</b></p> <p>Harga yang kompetitif membuat Rocket Chicken menjadi pilihan yang menarik bagi berbagai segmen pasar, termasuk keluarga, pekerja, dan pelajar.</p>	<p><b>Pelayanan yang Kurang</b></p> <p>Pelayanan yang diberikan oleh pegawai Rocket Chicken yang dilansir dari komentar dari google maps rockett chicken kepung, banyak yang berkomentar mengenai pelayanan yang kurang ramah menjadikan konsumen kurang nyaman</p>	<p><b>Pemanfaatan Teknologi dan Digital Marketing</b></p> <p>Menggunakan teknologi dan platform digital untuk pemasaran dan penjualan online dapat membantu Rocket Chicken menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan brand awareness</p>	<p><b>Perubahan Preferensi Konsumen</b></p> <p>Tren makanan sehat dan perubahan preferensi konsumen terhadap makanan cepat saji dapat mempengaruhi permintaan produk</p>
<p><b>Lokasi Strategis</b></p> <p>Gerai yang berada di Pasar Karang Dinoyo Kepung memberikan akses</p>	<p><b>Belum ada informasi menu kecil</b></p> <p>Tidak adanya informasi papan menu kecil yang</p>	<p><b>Kemitraan dengan Platform Delivery</b></p> <p>Kerja sama dengan platform delivery online seperti</p>	

mudah bagi pelanggan dan berada di pusat kegiatan ekonomi yang ramai.	disediakan di meja, dan hanya ada papan menu besar di atas kasir, menjadikan pemesan harus mendekati ke kasir guna melihat menu yang disediakan.	Gofood, GrabFood dapat meningkatkan aksesibilitas produk dan memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memesan makanan.	
<p><b>Pemasaran Digital</b></p> <p>Menggunakan dan memanfaatkan media sosial serta platform online guna mempromosikan produk dapat membantu Raket Chicken menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.</p>	<p><b>Kurangnya perlengkapan yang di berikan</b></p> <p>Perlengkapan yang disajikan di atas meja kurang lengkap seperti kotak tisu</p>		

Dengan analisis SWOT ini, UMKM Raket Chicken dapat mengidentifikasi atau mengenali area yang perlu diperbaiki dan strategi yang harus diambil untuk memanfaatkan peluang serta mengatasi ancaman yang ada. UMKM Raket Chicken telah menerapkan berbagai strategi pemasaran yang komprehensif, termasuk segmentasi pasar yang tepat, strategi produk yang inovatif, penetapan harga yang kompetitif, distribusi yang efisien, dan promosi yang aktif. Evaluasi terhadap strategi pemasaran ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana strategi tersebut telah memberikan dampak positif terhadap bisnis Raket Chicken.

### **Rekomendasi Perbaikan Strategi Pemasaran**

#### **1. Memperkuat Strategi Promosi Digital**

Mengingat pentingnya media sosial dalam mencapai generasi yang semakin digital, Raket Chicken dapat meningkatkan aktivitas pemasaran mereka di platform online. Mereka dapat memperluas jangkauan melalui iklan berbayar yang ditargetkan dan konten yang menarik untuk menarik lebih banyak pelanggan potensial.

#### **2. Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan**

Fokus pada pelatihankaryawan untuk memberikan layanan pada pelanggan yang lebih baik dan responsif. Dengan pengalaman pelanggan yang positif akan membantu membangun loyalitas dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain.

#### **3. Pengembangan Menu Berbasis Tren**

Terus melakukan inovasi dalam menu untuk menciptakan variasi yang menarik dan sesuai dengan tren makanan saat ini. Misalnya, menyediakan pilihan makanan sehat atau menyesuaikan menu dengan preferensi lokal yang sedang populer.

4. Pengembangan Program Loyalty yang lebih menarik

Meningkatkan nilai program loyalitas pelanggan dengan menawarkan diskon yang lebih besar, hadiah eksklusif, atau pengalaman unik bagi pelanggan setia.

### **Saran untuk Pengembangan Bisnis ke Depan**

1. Menambah Menu Baru

Menjelajahi peluang untuk diversifikasi produk dengan memperkenalkan menu tambahan untuk menawarkan variasi yang lebih luas kepada pelanggan.

2. Mengembangkan Branding yang Lebih Kuat

Terus memperkuat identitas merek dan citra positif melalui strategi pemasaran yang konsisten. Fokus pada nilai-nilai merek dan keunikan produk akan membantu membedakan Raket Chicken dari pesaing.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, UMKM Raket Chicken dapat meningkatkan kinerja pemasarannya, memperluas pangsa pasar, dan menjadikan bisnis ini semakin berkembang ke arah yang lebih baik di masa depan.

### **Kesimpulan**

UMKM Raket Chicken merupakan usaha kuliner cepat saji berbasis ayam yang telah menunjukkan pertumbuhan signifikan sejak didirikan. Usaha ini berfokus pada penyediaan makanan halal, lezat, dan terjangkau, serta terus memberikan inovasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk. Raket Chicken menghadapi persaingan yang ketat di pasar kuliner, khususnya di Pasar Karang Dinoyo Kepung, namun berhasil menarik minat pelanggan melalui strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif guna menganalisis strategi pemasaran Raket Chicken. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun produk dan harga yang ditawarkan sudah kompetitif, masih ada beberapa kelemahan dalam hal promosi dan pelayanan yang perlu diperbaiki. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan seperti kualitas produk dan harga yang terjangkau, serta kelemahan dalam promosi dan pelayanan.

Rekomendasi yang diajukan meliputi memperkuat strategi promosi digital, meningkatkan kualitas layanan pelanggan, mengembangkan menu berbasis tren, dan mengembangkan program loyalitas yang lebih menarik. Selain itu, saran untuk pengembangan bisnis ke depan mencakup menambah variasi menu dan memperkuat branding. Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, Raket Chicken dapat meningkatkan kinerja pemasarannya, memperluas pangsa pasar, dan menjadikan bisnis ini semakin berkembang ke arah yang lebih baik kedepannya.

**Daftar Pustaka**

- Alir, D. (n.d.). *METODELOGI PENELITIAN*.
- Darmawan, R., Alumnus, A., Ekonomika, F., Universitas, B., Satya, K., Jony, W., Haryanto, O., Pengajar, S., & Wacana, K. S. (n.d.). *Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy*.
- Devas Aprianta, Pengaruh Harga, Promosi, Dan Persaingan Terhadap Penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang, *Seminar Nasional KelIndonesiaan IV Tahun 2017*
- Hardioko, J., Bisnis, F., Kristen, U., & Wacana, D. (n.d.). *PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM BERBELANJA PRODUK KOPI SECARA DARING: STUDI KASUS PADA SITUS INTERNET OTTEN COFFEE*. [www.ottencoffee.co.id](http://www.ottencoffee.co.id)
- Ngurah, G., Wiswasta, A., Ayu, G., Agung, A., & Made Tamba, I. (n.d.). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*. [www.unmas.ac.id](http://www.unmas.ac.id)
- Nur Wahyuningsih, PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN KOTA BIMA, *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, Vol. 2 No. 5 Mei 2021
- Shandy Widjoyo Putro, PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN HAPPY GARDEN SURABAYA, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.2, No. 1, (2014) 1-9
- Wahyuningsih, N., Ernawati, S., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Bima Jln Wolter Monginsidi Komplek Tolobali, S., & Bima, K. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN KOTA BIMA. In *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* (Vol. 2, Issue 5). <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/issue/archive>