

Strategi Mempertahankan Usaha Rocket Chicken Karang Anyar Perspektif Pemasaran Islam

Mukminah¹, Akhmad Hulaify², S. Purnamasari*³, M. Adib Mustanir⁴

^{1, 2, 3} Ekonomi Syariah, FSI UNISKA MAB Banjarmasin

⁴ Magister Manajemen, Pasca Sarjana UNISKA MAB Banjarmasin

Co Author: S. Purnamasari

E-mail: s.purnamasari1980@gmail.com

Abstrak

Dalam melakukan strategi pemasaran untuk mempertahankan usahanya diperlukan daya kreatif dan inovatif tak terkecuali Rocket Chicken Karang Anyar yang selalu berusaha agar usaha yang dijalankan mampu bertahan ditengah persaingan seperti sekarang ini dengan strategi yang dimiliki. Penelitian ini membuat rumusan masalah sebagai berikut yaitu bagaimana strategi pemasaran Islam Rocket Chicken Karang Anyar dalam mempertahankan usaha. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara islami dalam mempertahankan usaha pada Rocket Chicken tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu strategi pemasaran perspektif Islam yang dilakukan Rocket Chicken Karang Anyar dengan menggunakan karakteristik kejujuran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Islam, Bauran Pemasaran

Abstract

In carrying out marketing strategies to maintain its business, creative and innovative power is needed, including Rocket Chicken Karang Anyar which always tries to ensure that the business being run can survive in the midst of competition like today with the strategies it has. This study formulates the following problems, namely how is the Islamic marketing strategy of Rocket Chicken Karang Anyar in maintaining its business. The purpose of this study is to analyze how the marketing strategy is carried out in an Islamic way in maintaining the business at Rocket Chicken. The research method used in this study is qualitative research with data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The results of this study are the Islamic perspective marketing strategy carried out by Rocket Chicken Karang Anyar using the characteristics of honesty.

Keywords: Marketing Strategy, Islamic Marketing, Marketing Mix

Pendahuluan

Pemasaran yaitu keseluruhan sistem dan proses dalam pemenuhan keperluan dan keinginan yang berkaitan dengan usaha. (Musniani, dkk, 2021). Secara umum, strategi pemasaran merupakan serangkaian rencana yang penting agar disusun secara sistematis dan komprehensif oleh suatu perusahaan atau pengusaha. (S.Purnamasari, 2018).

Rencana ini digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan berbagai kegiatan pemasaran, dengan tujuan utama untuk mencapai keuntungan. (Apri Winge Adimdo, 2021).

Dalam hal ini sangat penting memperhatikan strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan pengusaha lainnya guna mempertahankan dan meningkatkan usaha yang dimiliki dan dijalankan. (Hadion Wijoyo, dkk, 2021). Pemasaran Islam berfokus pada aspek yang bertujuan untuk kebaikan di dunia, selalu merujuk pada Al-Qur'an dan Hadist, serta diperkuat oleh ijma' ulama dan Qiyas. Hal ini bertujuan untuk mencapai kebahagiaan yang sejati. Dalam usaha untuk memuaskan pelanggan, keputusan yang bijaksana sangatlah penting. Ini dilakukan melalui perilaku yang baik serta penyediaan produk atau jasa yang berkualitas dan sehat, dengan persetujuan antara kedua belah pihak. Dengan demikian, diharapkan tercapai kesejahteraan material dan spiritual, baik di dunia maupun di akhirat. (Idris Parakkasi, 2020).

Islam menekankan bahwa prinsip-prinsip pemasaran harus sejalan dengan syariat Islam dan melarang segala bentuk transaksi yang dapat merugikan orang lain, seperti riba dan penipuan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan keadilan dan kebaikan dalam berbagai aktivitas ekonomi.

Strategi pemasaran dalam Islam menekankan pentingnya memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui manfaat yang ditawarkan oleh produk. Selain itu, strategi ini juga berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks Islam, produk yang dipasarkan harus halal, jujur, dan jelas, serta harus mengandung nilai-nilai yang mendalam. Pelayanan kepada konsumen pun harus dilakukan dengan cara yang baik, mirip dengan teladan yang ditunjukkan oleh Rasulullah SAW, yang selalu mengedepankan sikap sopan, jujur, amanah, dan profesional.

Tren yang ada orang lebih banyak memiliki kesibukan di luar rumah dan aktivitas yang tidak menentu sehingga membuat orang terbiasa dengan memilih makanan yang siap saji seperti salah satunya yaitu rocket chicken. (S. Purnamasari, 2022). Banyak rumah makan cepat saji yang berada di daerah Banjarbaru salah satunya Rocket Chicken yang mampu mempertahankan usaha yang dijalankan hingga saat ini.

Sejak 2010 Rocket Chicken ini berdiri dan banyak cabangnya, diantaranya yang terletak di Jalan Karang Anyar 1 Nomor 64 Banjarbaru Utara. Rocket Chicken ini merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan cepat saji dengan unggulan *Fried Chicken*, *Burger*, *Chinese food* dan *Steak* dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal dengan cita rasa yang khas. Rocket Chicken mempunyai konsumen dari berbagai kalangan, menawarkan harga yang terjangkau dan suasana yang nyaman untuk konsumen. Rocket Chicken juga terus berupaya menciptakan solusi untuk masalah rasa, dan selalu membuat menu baru untuk menyediakan berbagai sajian. Karena memiliki rasa yang berbeda dan metode penyajian yang mirip dengan perusahaan besar seperti KFC dan Texas Fried Chicken, Rocket Chicken tidak takut bersaing. Ini membuat pelanggan kembali dan menawarkan berbagai macam makanan yang berkaitan dengan ayam, seperti geprek, burger, stik ayam, dan lainnya.

Metode Penelitian

Locus penelitian ini adalah Rocket Chicken Jalan Karang Anyar 1 No. 64 Banjarbaru Utara, Kalimantan Selatan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan datanya dengan observasi, dokumentasi dan wawancara secara mendalam. Supervisor Rocket Chicken sebagai sumber data primer dalam penelitian ini dan buku, dokumen terkait lainnya sebagai sumber sekunder

penelitian ini. Keabsahan data penelitian ini menggunakan uji *credibility*, *transferbility*, uji *dependability*, dan uji *confirmability*. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model *Miles and Huberman*.

Hasil Dan Pembahasan

Rocket Chicken bernaung dibawah bendera PT Rocket Chicken Indonesia dan juga menjadi salah satu perintis usaha restoran siap saji lokal dengan segmen market menengah kebawah yang berkembang sangat pesat hingga saat ini dengan memiliki kurang lebih 1000 gerai yang bergerak di bidang makanan cepat saji, dengan menu andalan ayam tepung dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dan memiliki cita rasa yang khas. Selain itu, karena target pasarnya adalah masyarakat menengah kebawah, harganya terjangkau. Rocket Chicken yang berada di Banjarbaru awal mula didirikan pada tanggal 17 Agustus 2015 yakni sudah berlangsung selama 7 tahun.

Visi Misi Rocket Chicken

1. Visi
 - a. Membangun jaringan food stall terbaik.
 - b. Menyediakan makanan sehat, berkualitas, bergizi, dan halal.
 - c. Mengembangkan Research Development (R&D) food & beverage.
2. Misi
 - a. Membangkitkan tumbuhnya jiwa-jiwa pengusaha.
 - b. Membuka peluang usaha bagi entrepreneur muda Indonesia.
 - c. Mencapai sukses bersama semua pihak yang terlibat dalam usaha Rocket Chicken.
 - d. Menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya.
 - e. Melaksanakan program pemerintah.

1. Strategi Pemasaran Perspektif Islam Rocket Chicken Karang Anyar

Strategi pemasaran perusahaan dapat berjalan dengan baik dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya jika dikelola dengan tepat. Begitu halnya dengan Rocket Chicken strategi pemasaran sangat penting dimiliki agar usaha

yang dijalankan mampu menghadapi persaingan dalam dunia bisnis. Selain itu, dengan adanya strategi bisnis Rocket Chicken juga memberikan informasi kepada masyarakat tentang usaha yang dijalankan sehingga yang awal mula orang tidak mengenal rocket chicken dengan adanya informasi yang dilakukan salah satu karyawan maka masyarakat akan menjadi tahu dan itu juga menjadi salah satu strategi yang dilakukan oleh Rocket Chicken tersebut serta melihat terget pasar terlebih dahulu dimana pada Rocket Chicken ini melakukan target pasar menengah kebawah dengan harga lebih murah tetapi untuk kualitas tetap nomor satu hanya saja harga pasar yang menengah kebawah sehingga bagi siapa saja bisa menikmatinya (hasil wawancara dengan Tony Sartoaji yaitu Supervisor Rocket Chicken Karang Anyar).

Selain itu pula untuk dapat bersaing di Tengah competitor yang cukup banyak saat ini, maka untuk strategi yang lain Rocket Chicken juga melakukan bauran pemasaran yang hampir sama dengan perusahaan-perusahaan pada umumnya yaitu: *Product* (Produk), *Place* (Tempat), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi)

Strategi pemasaran Islam pun dilakukan dalam pemasaran rocket chicken ini sebagaimana dalam teori dijelaskan pemasaran Islami Menurut Abuznaid, "Pemasaran Islam adalah keputusan yang bijaksana dalam rangka memuaskan kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik, menyuguhkan produk atau jasa yang sehat dengan persetujuan kedua belah pihak guna mencapai kesejahteraan material, spritual, dunia dan akhirat". Rocket Chicken Karang Anyar telah menerapkan karakteristik pemasaran secara islam meliputi:

- a. *Rabbaniyah* (Ketuhanan), yaitu dalam strategi pemasaran Rocket Chicken, mereka menegakkan ketaatan kepada Tuhan yang Maha Esa, yaitu keyakinan bahwa semua tindakan bisnis mereka berada dalam pengawasan

dan wilayah Allah swt. Oleh karena itu, mereka melaksanakan dan menerapkan cara pemasaran yang sesuai dengan ajaran syariat Islam.

- b. *Aklaqiyyah* (Etis), yaitu Rocket Chicken selalu mengutamakan etika dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Mereka menjadikan pelayanan nomor satu, baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan maupun dalam menyajikan makanan. Dengan demikian, Rocket Chicken berkomitmen untuk memberikan kenyamanan maksimal bagi setiap konsumennya.
- c. *Al-waqiyyah* (Realistis), yaitu dalam penyajian produk, Rocket Chicken berkomitmen untuk menyajikan apa adanya tanpa memberikan klaim yang berlebihan dalam promosi atau jujur. Hal ini sejalan dengan prinsip jujur yang tercantum dalam peraturan tata tertib No 7.
- d. *Al-insyaniyyah* (Humanistis), yaitu dalam pelayanan yang diberikan oleh Rocket Chicken, pihak rocket chicken selalu berusaha untuk bersikap sopan dan hormat kepada pelanggan. Kami tidak pernah bertindak sembarangan atau sewenang-wenang. Dengan demikian, kami dapat menciptakan rasa kemanusiaan yang tinggi, saling menghormati, dan saling menghargai antar sesama.

Pemasaran memiliki peranan yang sangat vital dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sekaligus mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Dalam konteks ini, seorang pemasar yang berlandaskan nilai-nilai Islam harus memastikan bahwa setiap aspek dari kegiatan pemasaran sejalan dengan tuntunan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kegiatan pemasaran yang diterapkan oleh Rocket Chicken Karang Anyar sudah menunjukkan kesesuaian yang baik dengan prinsip-prinsip pemasaran Islam, antara lain:

- a. Produk. Produk yang tersedia di Rocket Chicken Karang Anyar dihadirkan dengan kejelasan yang tinggi. Mereka menawarkan barang-barang yang tidak kedaluwarsa dan terbuat dari bahan berkualitas baik. Semua produk yang dijual juga telah terjamin kehalalannya. Selain itu, Rocket Chicken menjual produknya dengan jujur, sesuai dengan tata tertib yang telah ditetapkan.

- b. Harga. Harga yang tertera di Rocket Chicken sudah jelas dan sesuai dengan sasaran pasar, yaitu kelas menengah ke bawah. Dengan demikian, harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh seluruh konsumen dari berbagai kalangan. Sesuai dengan prinsip dalam Islam, harga haruslah seimbang dengan kualitas barang yang dijual agar tercipta keberkahan dalam setiap transaksi.
- c. Tempat. Dalam memilih lokasi, seorang pembisnis harus memperhatikan dan mengutamakan area yang sesuai dengan target pasarnya. Hal ini bertujuan agar proses penjualan produk dapat berlangsung lebih efektif dan efisien. Contohnya adalah Rocket Chicken, yang berlokasi di Karang Anyar, sebuah kawasan strategis yang memudahkan mereka dalam menjual produk-produk mereka.
- d. Promosi. Dalam melaksanakan promosi, sebaiknya dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu dengan memberikan informasi produk kepada masyarakat secara jujur, transparan, dan terbuka. Hal ini penting agar dalam proses promosi tidak terdapat unsur penipuan atau kecurangan, seperti menampilkan produk yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, yang dapat dianggap sebagai kebohongan. Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan, Rocket Chicken menjalankan promosi produknya dengan cara memberikan diskon atau harga promo pada momen-momen tertentu, seperti acara di sekolah, serta memanfaatkan media sosial. Dengan demikian, promosi yang dilakukan oleh Rocket Chicken terbebas dari unsur penipuan dan kebohongan. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Tony Sartoaji Rocket Chicken Karang Anyar melakukan promosi yaitu dengan cara mengandalkan teknologi sekarang seperti memanfaatkan media sosial selain itu juga memberikan harga-harga promo sebagai minat konsumen sehingga Rocket Chicken bersahabat dengan masyarakat. Dari hasil

wawancara yang dilakukan peneliti dengan Tony Sartoaji, merek Rocket Chicken di Karang Anyar menerapkan strategi promosi yang modern. Mereka memanfaatkan teknologi terkini, terutama media sosial, untuk menjangkau konsumen. Selain itu, mereka juga menawarkan harga promo yang menarik, sehingga Rocket Chicken dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.

Simpulan

Berdasarkan hasil yang telah peneliti tulis diatas, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian ini bahwa strategi pemasran perspetif Islam yang dilakukan Rocket Chicken Karang Anyar tidak terlepas dari aspek kegiatan pemasaran syariah secara menyeluruh yaitu produk yang dijual dan ditawarkan jelas, dan menggunakan bahan yang baik. Harga yang diberikan sudah tertera dengan jelas. Dan memiliki tempat yang nyaman. Dalam melakukan promosi juga dengan jujur tanpa adanya kecurangan dan unsur penipuan. Namun yang lebih ditegaskan lagi dalam pemasarannya menggunakan prinsip kejujuran.

Saran

Dari hasil analisis peneliti Rocket Chicken Karang Anyar hendaknya selalu memperhatikan kualitas produk yang dijual dan memperhatikan segala bahan-bahan yang akan digunakan, dan juga Rocket Chicken Karang Anyar hendaknya terus menciptakan produk yang berinovasi dan banyak diminati oleh masyarakat pada umumnya. Dalam hal pelayanan Rocket Chicken juga selalu menjadikan pelayanan nomor satu agar terciptanya kenyamanan satu dan yang lainnya. Begitu juga hendaknya melakukan promosi lebih giat lagi sehingga memudahkan masuknya kepada kalangan menengah keatas, sehingga mampu bersaing, bukan hanya mengandalkan promo dan event-event yang diberikan kepada instansi dan sekolah. Dengan menggunakan media sosial akan menjangkau lebih luas kegiatan promosi tersebut. Dengan demikian Rocket Chicken mampu bersaing dan mampu menjalankan strategi pemasaran dengan efektif dan efisien dalam meraih hasil yang maksimal sehingga mampu untuk mempertahankan usaha yang dijalankan dan bersaing dengan pembisnis lainnya serta memberikan promo harga setiap

bulannya untuk menarik perhatian pembeli lainnya yang tidak membeli produk Rocket Chicken agar membeli produk tersebut. Walaupun sudah melakukan strategi pemasaran Islam yaitu pada kejujuran.

Daftar Pustaka

- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana.
- Leli, Maisarah. (2019). Strategi Pemasaran dalam Prespektif Islam. *Jurnal At-tasyri'iy*, 2 (1), .34.
- Maldina, Eriza Yolanda. (2016). *Strategi Pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada butik Calista Palembang*: Skripsi UIN Raden Fatah.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perespektif Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Muhammadin, Akhmad dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Muklis dan Didi Suardi. (2020). *Pengantar Ekonomi Islam*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Rocket Chicken Indonesia, (2019, Juli 31). *Sejarah Bisnis Waralaba di dunia dan perkembangannya di Indonesia*. dikutip dari Rocket Info: <http://rocketchicken.co.id/info/sejarah-bisnis-waralaba-di-dunia-dan-perkembangannya-di-indonesia> di akses pada 30 Desember 2021 pukul 11.16.
- S. Purnamasari. (2018). *Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan jasa Produk*. *Jurnal studi Ekonomi*, 9. (1). 23. Page 25-37
- S. Purnamasari. (2022). *Positioning Analysis of Chicken Rocket Mapping at Fast Food Restaurant Manarap Branch Banjarmasin*. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)* Vol.1, No.1, 2022: 1-12. DOI: <https://doi.org/10.54259/eajmr.v1i1.446>

Mukminah, Akhmad Hulaify, S. Purnamasari, M. Adib Mustanir

Strategi Mempertahankan Usaha Rocket Chicken Karang Anyar Perspektif Pemasaran Islam

Wijayati, Hasna. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Wijoyo, Hadion dkk. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri.