

IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI PRODUK ACK FRIED CHICKEN CABANG SILAKARANG MELALUI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

I Nyoman Resa Adhika^{1,*}, Ni Kadek Lasmi Pradnya Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: resa.adhika@unmas.ac.id

ABSTRAK

ACK Fried Chicken Cabang Silakarang merupakan tempat makan yang cukup terkenal di Kecamatan Sukawati. Masyarakat sangat berharap agar usaha ini terus berdiri. Masyarakat Kecamatan Sukawati membutuhkan makanan cepat saji yang berkualitas serta memiliki harga yang terjangkau. Selama berlangsungnya program kegiatan pengabdian masyarakat ini, sangat banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Kegiatan pengabdian ini yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat direspon dengan baik dan semua yang terlibat seperti pemilik dan karyawan sangat antusias dalam variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas; Strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan); Menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok; ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna, yakni Implementasi Strategi Promosi Produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian berjalan dengan lancar.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Digital Marketing, Keputusan Pembelian

ANALISIS SITUASI

Industri restoran berkembang pesat karena melayani tidak hanya untuk memuaskan rasa lapar orang tetapi juga sebagai pusat sosial di mana mereka dapat bertemu dengan teman atau menghabiskan waktu luang mereka di akhir pekan. Kebersihan, kenyamanan, rasa, harga yang dapat diterima, layanan, dan aksesibilitas restoran adalah faktor penting yang dipertimbangkan pelanggan saat memutuskan tempat makan (Reza *et al.*, 2022).

ACK Fried Chicken Cabang Silakarang merupakan tempat makan yang cukup terkenal di Kecamatan Sukawati. Masyarakat sangat berharap agar usaha ini terus berdiri. Masyarakat Kecamatan Sukawati membutuhkan makanan cepat saji yang berkualitas serta memiliki harga yang terjangkau. ACK Fried Chicken Cabang Silakarang dibuka sejak tahun 2023 dengan owner-nya yang bernama Bapak I Komang Arya Wiguna dan merupakan satu-satunya tempat makan cepat saji yang ada di Desa

Silakarang pada saat itu, kemudian karena tingginya peminat makanan cepat saji di Desa Silakarang membuat Bapak I Komang Arya Wiguna berkeinginan juga untuk membuka tempat makan cepat saji. Kemudian pada tahun 2023 I Komang Arya Wiguna resmi membuka ACK Fried Chicken Cabang Silakarang. Penulis terinspirasi untuk menyelidiki strategi pemasaran ACK Fried Chicken Cabang Silakarang dengan fakta bahwa kedua usaha tersebut menggunakan slogan “Makan dari 17.000” untuk menarik pelanggan dan menghasilkan pendapatan bagi bisnis (Pratiwi & Prastiwi, 2023).

Seiring berjalannya waktu, usaha tempat makan cepat saji ini menghadapi masalah. Masalah yang dimaksud adalah tidak tercapainya *targeting* yang dibuat oleh kedua tempat makan tersebut. Hal ini terjadi karena kurangnya penerapan tentang segmentasi pasar, strategi *positioning*, dan kurang memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dan kurang mempertimbangkan harga disetiap menu makanannya (Munandar *et al.*, 2020). Strategi pemasaran merupakan prioritas yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan untuk mencapai tujuan yang menjadi target pencapaian perusahaan. Strategi adalah suatu konsep pemasaran yang menyeluruh, terpadu dan inklusif yang memberikan pedoman tindakan yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi dan pelayanan (Maulida & Indah, 2021). Seiring dengan penguasaan perilaku konsumen, yang diharapkan adalah mampu merumuskan rencana strategi pemasaran yang efektif agar mampu menarik konsumen sebanyak-banyaknya sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Pada dasarnya strategi diartikan sebagai cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi (Bangsawan dan Wulan, 2022).

Mengingat persaingan di lingkungan bisnis makanan cepat saji, makaperusahaan ACK Fried Chicken Cabang Silakarang dituntut untuk dapat menjalankan bisnisnya secara efektif dan efisien. ACK Fried Chicken Cabang Silakarang dituntut untuk bertahan dan meningkatkan strategi pemasarannya dengan menggunakan elemen dari strategi aroma 4P (*Product, Price, Promotion, Place*).

1. *Product* (Produk), ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menyajikan beberapa menu seperti ayam goreng (dada, sayap dada, paha bawah, paha atas) dan burger. Dengan variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang. Master diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untukmenjangkau pasar yang lebih luas.
2. *Price* (Harga), Strategi yang digunakan Master adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besarkeagamaan).
3. *Promotion* (Promosi), ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi denganmempromosikannya melalui (Go Food dan Grab Food) ditambah promosi melalui media sosial seperti Tiktok. ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi promosi sebelum hanya melalui

media sosial dan media cetak. Seperti brosur (media cetak), Instagram, Facebook.

Place (Tempat /Distribusi). Master menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away) sebagai jalan antara produsen dan konsumen. Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna. Oleh karena itu, diperlukan manajemen strategis yang merupakan kombinasi dari keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, perusahaan perlu memahami kondisi apa saja yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan, baik itu faktor eksternal maupun faktor internal perusahaan.

PERUMUSAN MASALAH

Adapun perumusan masalah dari terlaksananya kegiatan KKN ini, adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya variasi Produk pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang.
2. Pemilik ACK Fried Chicken Cabang Silakarang belum cukup memberikan potongan harga.
3. Pemilik ACK Fried Chicken Cabang Silakarang kurang memahami dalam melakukan promosi media sosial
4. Pemilik ACK Fried Chicken Cabang Silakarang kurang memahami dalam strategi distribusi melalui Go Food dan Grab Food

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menyajikan beberapa menu seperti ayam goreng (dada, sayap dada, paha bawah, paha atas) dan burger. Dengan variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan)
3. Menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok.
4. ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan implementasi strategi promosi produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang melalui digital marketing dalam meningkatkan keputusan pembelian antara lain: pertama pada tahap persiapan, tim pelaksanaan menyiapkan bahan dan juga media yang akan digunakan. Kedua, pada tahap pelaksanaan, tim pelaksana melakukan yakni: wawancara dengan pihak terkait, melakukan observasi dan menyusun program kerja, merancang proposal untuk program kerja yang akan dilaksanakan, melakukan pertemuan dan memintaijin untuk melaksanakan program kerja tersebut pada atasan, serta pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, memberikan informasi dan juga memberikan solusi mengenai permasalahan yang terjadi. Ketiga, pada tahap evaluasi: tim melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini; penyusunan laporan pengabdian masyarakat; serta pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat selesai.

Metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan masyarakat dalam kegiatan implementasi strategi promosi produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang melalui digital marketing dalam meningkatkan keputusan pembelian antara lain: ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menyajikan beberapa menu seperti ayam goreng (dada, sayap dada, paha bawah, paha atas) dan burger. Dengan variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas; strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan); menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok; ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema kegiatan implementasi strategi promosi produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang melalui digital marketing dalam meningkatkan keputusan pembelian yang beralamat di Jalan Raya Darmasaba No. 7, Kecamatan Abiansema, Kabupaten Badung, berjarak kurang lebih 13,5 km dari institusi pengusul (Universitas Mahasaraswati Denpasar). Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di ACK Fried Chicken Cabang Silakarang pada tanggal 18 Juli 2024 hingga tanggal 27 Agustus 2024. Kegiatan pengabdian masyarakat implementasi strategi promosi produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang melalui digital marketing dalam meningkatkan keputusan pembelian merupakan kegiatan tim. Adapun tim yang terlibat di dalamnya berjumlah dua orang.

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah pelaksanaan kegiatan ini telah terealisasi sepenuhnya. Topik kegiatan ini adalah implementasi strategi promosi

produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang melalui digital marketing dalam meningkatkan keputusan pembelian. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan yakni ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menyajikan beberapa menu seperti ayam goreng (dada, sayap dada, paha bawah, paha atas) dan burger. Dengan variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas; Strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan); Menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok; ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna, maka dapat dilihat dari peningkatan atau perubahan lebih baik yang dialami mitra. Adapun peningkatan atau perubahan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Program kerja pertama dalam kegiatan ini adalah Variasi Produk pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang, dengan rincian program kerja yakni Pemilik ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menyajikan beberapa menu seperti ayam goreng (dada, sayap dada, paha bawah, paha atas) dan burger. Dengan variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi variasi produk pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang disajikan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Dokumentasi Variasi Produk pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang

Program kerja kedua dalam kegiatan ini adalah memberikan potongan harga, dengan rincian program kerja yakni strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan), dan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi memberikan potongan harga disajikan pada Gambar 2 berikut.



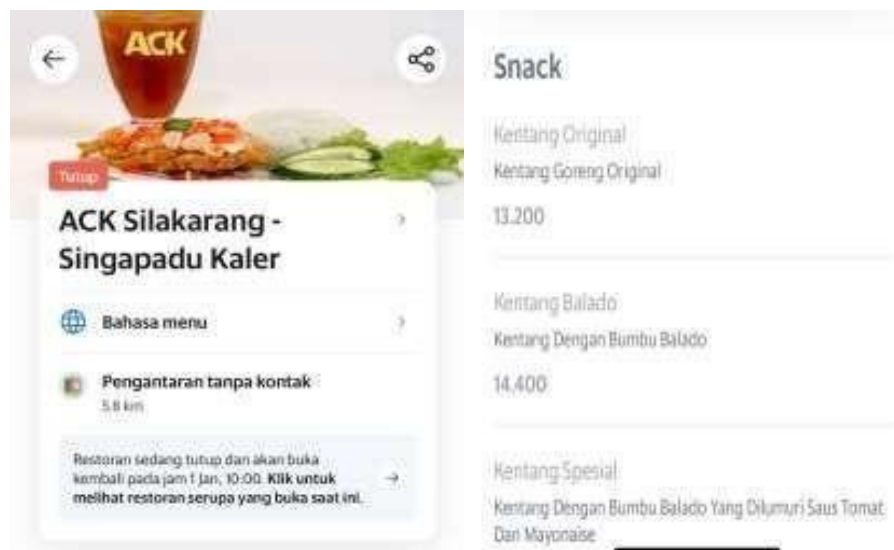
Gambar 2. Dokumentasi Memberikan Potongan Harga

Program kerja ketiga dalam kegiatan ini adalah promosi media sosial, dengan rincian program kerja yakni menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok, dan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi promosi media sosial disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Promosi Media Sosial

Program kerja keempat dalam kegiatan ini adalah strategi distribusi Go Food dan Grab Food, dengan rincian program kerja yakni ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna, dan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi strategi distribusi Go Food dan Grab Food disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi Strategi Distribusi Go Food dan Grab Food

Dalam pelaksanaan di lapangan terdapat beberapa faktor pendukung maupun faktor penghambat yang kami alami. Hal tersebut sangat wajar dialami dalam kondisi apapun ketika memasuki dunia pekerjaan. Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut, sebagai berikut: adanya dukungan penuh terhadap kegiatan pengabdian masyarakat dari pemilik pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang; antusias, kerjasama, dan komunikasi serta semangat yang ditunjukkan oleh pemilik pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang dalam mengikuti setiap program kerja yang dibuat, serta tersedianya fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan.

Sedangkan faktor penghambat yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan teknik pengembangan pada UMKM ACK Fried Chicken Cabang Silakarang adalah usaha yang dijalankan tergolong usaha yang sudah lama berdiri, namun masih perlu banyak informasi maupun inovasi mengenai usaha tersebut. Selain itu keterbatasan dari pemilik kurangnya variasi produk pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang, memberikan potongan harga, promosi media sosial, strategi distribusi Go Food dan Grab Food, sehingga hal tersebut menghambat untuk memperkenalkan berbagai program kerja dengan mitra.

Partisipasi dan dukungan dari Pemilik ACK Fried Chicken Cabang Silakarang dalam pelaksanaan kegiatan Implementasi Strategi Promosi Produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian sangat baik. Hal ini terbukti pada saat kegiatan berlangsung hingga penyusunan laporan, pemilik dan karyawan senantiasa membantu peneliti dalam memberikan segala informasi mengenai apa saja yang peneliti butuhkan dan terlihat dari kemampuan dan kemauan pemilik dan karyawan setelah menerima sosialisasi untuk mempraktikkan dan merealisasikan mengenai hal-hal yang diberikan dengan baik dan antusias. Dalam pelaksanaannya pemilik dan karyawan yang

mengikuti sosialisai mampu bekerja sama sehingga program kerja dapat terealisasi. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terkait dengan permasalahan komunikasi yang ada pada ACK Fried Chicken Cabang Silakarang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Selama berlangsungnya program kegiatan pengabdian masyarakat ini, sangat banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Kegiatan pengabdian ini yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat direspon dengan baik dan semua yang terlibat seperti pemilik dan karyawan sangat antusias dalam variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas; Strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan); Menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok; ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna, yakni Implementasi Strategi Promosi Produk ACK Fried Chicken Cabang Silakarang Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian berjalan dengan lancar.

Saran

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan, yaitu: memperbanyak variasi produk yang disediakan oleh ACK Fried Chicken Cabang Silakarang diharapkan dapat mengeksekusi strategi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas; Strategi yang digunakan ACK Fried Chicken Cabang adalah memberikan potongan harga atau potongan harga pada hari-hari besar (Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan); Menggunakan strategi promosi melalui media sosial seperti Tiktok; ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan strategi distribusi dengan menggunakan Go Food dan Grab Food (melayani pembelian melalui 100% take away). Kemudian ACK Fried Chicken Cabang Silakarang menggunakan tempat yang dekat dengan perkantoran dan sekolah sebagai strateginya, agar mudah dijangkau pengguna. Kemudian bagi mahasiswa harus bisa menjaga nama baik diri sendiri maupun Universitas Mahasaraswati di tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan cara mengikuti seluruh peraturan yang diterapkan di perusahaan tempat pengabdian masyarakat masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangsawan, A., & Wulan, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Master Fried Chicken Di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(9), 1693-1706.
- Maulida, Y. A., & Habiburahman, H. (2022). Analisis strategi pemasaran keripik pisangdi era pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM Keripik Sumber Rezeki). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 303-314.
- Munandar, A. Tumbel, A. Soegoto. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Kopi Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Kopi Luwak White Koffie). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnisdan Akuntansi*, 8(4), 1191-1202.
- Pratiwi, K. A., & Pratiwi, N. L. P. E. Y. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis (Studi Komparatif Pada ACK Fried Chicken Desa Busungbiu Dan JFC Desa Busungbiu). *Jnana Satya Dharma*, 11(1).
- Reza, H. M., Muhlisin, S., & Gustiawati, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi& Bisnis Islam*, 3(1), 50-59.