
STRATEGI OPTIMALISASI PROFIT DAN PENINGKATAN DAYA JUAL UNTUK MENINGKATKAN KEBERHASILAN OUTLET DAN PRODUK PADA PT. MEGA MESARI RAHARJA (RaKenz Fried Chicken)

I Putu Mega Juli Semara Putra^{1,*}, Mohammad Yulian Nurrohim²

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

*Email:megaebat@unmas.ac.id

ABSTRAK

RaKenz Fried Chicken adalah sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang Food and Beverage (F&B). Fokus utama RaKenz Fried Chicken adalah menyediakan makanan cepat saji berkualitas dengan menu utama berupa ayam krispi yang gurih dan renyah. Selain ayam krispi, RaKenz Fried Chicken juga menawarkan beragam pilihan menu lainnya seperti burger dan hotdog yang diolah dengan resep khas, memberikan pengalaman cita rasa yang unik dan lezat bagi para pelanggannya. Dengan komitmen untuk menghadirkan produk yang berkualitas dan layanan yang ramah, RaKenz Fried Chicken bertujuan untuk menjadi salah satu pilihan utama bagi pecinta makanan cepat saji di berbagai kalangan masyarakat.

Kata Kunci : UMKM, Makanan Cepat Saji, Pelayanan Ramah

ANALISIS SITUASI

Outlet mengalami penurunan penjualan signifikan, menandakan bahwa daya tarik produk dan strategi pemasaran saat ini mulai kehilangan efektivitas. Penurunan ini dapat disebabkan oleh perubahan tren konsumen, persaingan, atau kurangnya inovasi. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian strategi pemasaran, produk, dan pelayanan untuk memulihkan penjualan dan meningkatkan profit. Identifikasi akar masalah dan evaluasi strategi adalah langkah pertama yang harus dilakukan. Di sisi lain, industri F&B yang terus berkembang menghadapi tantangan seperti perubahan perilaku konsumen, digitalisasi, dan kebutuhan akan keberlanjutan. Tren utama yang akan mendominasi adalah permintaan produk ramah lingkungan, digitalisasi interaksi konsumen, dan inovasi model bisnis. Pelaku industri perlu beradaptasi dengan tren ini untuk menciptakan nilai berkelanjutan.

VISI DAN MISI

VISI

Menjadi merek makanan cepat saji yang terpercaya dan disukai oleh semua kalangan dengan menghadirkan cita rasa unik, kualitas terbaik, serta pelayanan yang ramah dan cepat di setiap gerai.

MISI

1) Meningkatkan penyajian makanan yang lebih cepat dan berkualitas

- 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk
- 3) Meningkatkan ekspansi pasar
- 4) Meningkatkan pelayanan kepada konsumen

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hal yang sudah saya amati pada saat di lokasi, faktor-faktor yang menyebabkan penurunan penjualan di outlet RaKenz Fried Chicken dapat diidentifikasi, dan sejauh mana efektivitas strategi pemasaran serta penawaran produk saat ini dalam menghadapi persaingan di industri F&B, serta bagaimana tren utama seperti kesadaran konsumen akan kesehatan, digitalisasi, dan inovasi model bisnis dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya jual produk, memulihkan penjualan, dan mencapai pertumbuhan profit yang berkelanjutan?

SOLUSI

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi RaKenz Fried Chicken, maka dapat diberikan Solusi untuk mengatasi penurunan penjualan di outlet RaKenz Fried Chicken meliputi peningkatan efektivitas pemasaran melalui pemasaran digital yang di-boost pada platform seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood, pembuatan promosi dan penawaran diskon khusus pada menu yang kurang diminati, pengembangan resep dan menu baru untuk menarik minat pelanggan, penyajian menu dengan detail dan visual yang lebih menarik untuk membantu pelanggan memahami pilihan mereka, serta pemasangan banner promosi dan diskon di sekitar outlet untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk baru dan penawaran khusus.

METODE PELAKSANA

Metode pelaksanaan pada kegiatan ini dilakukan dengan memberikan masukan dari hasil riset terkait dengan inovasi dalam pembuatan iklan serta memberikan masukan tentang pembuatan menu yang

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan memberikan pembuatan menu baru dan pembuatan recept baru.

KETERCAPAIAN KEGIATAN

Hasil dari pengabdian Masyarakat ini diharapkan adanya perubahan dan pembenahan dan peningkatan sistem Penjualan sehingga terdapat kenaikan profit. dalam pengelolaan RaKenz Fried Chicken, tidak kalah penting juga menjaga loyalitas dan kepuasan konsumen. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini dilakukan dengan memberikan masukan dari hasil riset terkait dengan inovasi dalam pembuatan iklan serta memberikan masukan tentang pembuatan menu yang lebih jelas dan pembuatan recept baru

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di PT. MEGA MESARI RAHARJA, atau RaKenZ Fried Chicken, bertujuan untuk mengatasi penurunan omset penjualan dan kurangnya peminat melalui beberapa solusi strategis. Solusi yang diterapkan meliputi peningkatan efektivitas pemasaran digital, pembuatan promosi dan diskon, serta inovasi dalam pengembangan resep dan menu. Kegiatan ini berlangsung dari 18 Juli hingga 19 Agustus 2024, dengan fokus pada optimasi pemasaran digital, pengembangan produk, dan penawaran khusus untuk menarik pelanggan. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan akan terjadi peningkatan omset dan minat pelanggan serta keberhasilan jangka panjang dalam mengelola outlet.

SARAN

Untuk meningkatkan kinerja outlet RaKenZ Fried Chicken, disarankan untuk terus memperbarui dan menyesuaikan strategi pemasaran digital, termasuk SEO dan promosi di platform seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Selain itu, diversifikasi produk dan menu secara rutin berdasarkan riset pasar dapat membantu menarik minat pelanggan baru. Penting juga untuk memastikan menu dan banner produk selalu diperbarui dengan visual menarik dan informasi yang jelas. Implementasi program loyalitas pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan retensi. Terakhir, evaluasi dan analisis berkala terhadap strategi pemasaran, produk, dan layanan pelanggan diperlukan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki area yang membutuhkan peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Linda Jati Kusumawardani & Siti Warnasih, I. (2024). Strategi Pemasaran Online dan Inovasi RASAN (RASA DAN KEMASAN) Bakso Cah Solo Sebagai Upaya Peningkatan Omset di Era Normal Baru, *3(3)*, 35-37
- Herlambang, A.S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, *7(2)*, 56.
- Made Herce, M.R (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kuantitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen "Masalah." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, *4(4)*, 6268-6276.
- Mahaputra, I N. K. A., Sapta, I K. S. and Dewi, N. N. S. (2023). Determinant of Earning Management. *Proceedings International Public Sector Conference (IPSC)*.
- Primadona, I. A. L., Rustiarini, N. W., Putra, I. G. C., Yuesti, A. (2024). Increasing Accounting Competency and Financial Reporting in Village Crediting Institution. *Asian Journal of Community Services (AJCS)*, *3(1)*. 173-180.