IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DAN DIGITALISASI USAHA PADA ACK FRIED CHICKEN CABANG MAMBAL GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING DAN KEBERLANJUTAN USAHA

I Ketut Setia Sapta[1,*], Ni Kadek Winda Dwi Asdyacani[2], I Gusti Ngurah Putrawan[3], Nyoman Dane[4]

[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

[3,4]Mahasiswa Program Doktor, Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

[*]Email: ketutsetiasapta@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha ACK Fried Chicken Cabang Mambal melalui penetapan strategi harga yang kompetitif, promosi melalui media sosial, optimalisasi QRIS, pelatihan pelayanan pelanggan, pengembangan variasi produk, serta pendampingan Sertifikat Jaminan Produk Halal (SJPH). Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi belum optimalnya strategi penetapan harga di berbagai kanal penjualan, minimnya promosi digital, rendahnya pemanfaatan pembayaran digital, keterbatasan variasi produk, serta belum tersedianya legalitas produk halal. Metode pelaksanaan meliputi tahap observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penetapan harga yang kompetitif mampu meningkatkan daya saing di pasar, promosi media sosial meningkatkan jangkauan dan penjualan, optimalisasi QRIS mempercepat proses transaksi, serta pelatihan pelayanan dan penambahan variasi produk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, integrasi strategi harga, digitalisasi, pelayanan, dan legalitas produk memberikan dampak positif terhadap kualitas usaha ACK Fried Chicken Cabang Mambal.

Kata Kunci: Strategi Harga, Digitalisasi, QRIS, Pelayanan Pelanggan, Sertifikasi Halal

ANALISIS SITUASI

Industri restoran cepat saji saat ini berkembang pesat dan tidak hanya berfungsi memenuhi kebutuhan biologis, tetapi juga bertransformasi menjadi pusat interaksi sosial masyarakat. Faktor kebersihan, kenyamanan, cita rasa, keterjangkauan harga, kualitas pelayanan, dan aksesibilitas menjadi elemen krusial yang dipertimbangkan konsumen sebelum memilih tempat makan. ACK Fried Chicken Cabang Mambal, yang resmi berdiri sejak tahun 2021 di Desa Mekar Bhuwana, merupakan pelopor penyedia makanan cepat saji di wilayah tersebut. Tingginya animo masyarakat kemudian memicu persaingan usaha sejenis, sehingga menuntut ACK Fried Chicken Cabang Mambal untuk memperkuat strategi bauran pemasaran (*marketing mix 4P*) agar tetap kompetitif.

Hasil observasi menunjukkan bahwa mitra usaha menghadapi sejumlah permasalahan, di antaranya belum optimalnya pemberian potongan harga, kurangnya pemahaman dalam melakukan promosi melalui media sosial, penerapan QRIS yang

belum optimal akibat keterbatasan pemahaman pengelola dan minimnya sosialisasi kepada konsumen, kurangnya kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan secara maksimal, terbatasnya variasi produk yang ditawarkan, serta belum berjalannya secara efektif proses pengumpulan dokumen dan dokumentasi Sertifikat Jaminan Produk Halal (SJPH) sesuai ketentuan Penyelia Halal Perusahaan. Permasalahan-permasalahan tersebut berpotensi menghambat pencapaian target penjualan serta menurunkan daya saing usaha di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner. Kondisi inilah yang menjadi dasar pelaksanaan program pengabdian masyarakat guna memberikan pendampingan strategis kepada ACK Fried Chicken Cabang Mambal.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di ACK Fried Chicken Cabang Mambal, teridentifikasi beberapa tantangan dan persoalan yang dihadapi mitra usaha, di antaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penetapan harga (pricing) yang dapat diterapkan agar ACK Fried Chicken Cabang Mambal mampu bersaing secara kompetitif tanpa mengurangi margin keuntungan usaha?
2. Bagaimana upaya peningkatan promosi melalui media sosial dapat dilakukan mengingat pengelola masih kurang memahami strategi promosi digital yang efektif?
3. Bagaimana optimalisasi penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital dapat diwujudkan, mengingat penerapannya masih terbatas akibat minimnya pemahaman pengelola serta rendahnya sosialisasi kepada konsumen?
4. Bagaimana meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan pelanggan (customer service) yang ramah, cepat, dan profesional?
5. Bagaimana cara mengatasi keterbatasan variasi produk pada ACK Fried Chicken Cabang Mambal agar dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen secara lebih optimal?
6. Bagaimana implementasi pengumpulan dokumen dan dokumentasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) di outlet mitra dapat berjalan efektif dan tepat waktu sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh Penyelia Halal Perusahaan?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi, tim pengabdian memberikan beberapa solusi untuk membantu ACK Fried Chicken Cabang Mambal, sebagai berikut:

1. **Strategi Penetapan Harga (*Pricing*)**
   Menerapkan strategi potongan harga pada hari-hari besar, seperti Hari Kemerdekaan atau hari besar keagamaan, sebagai bentuk apresiasi kepada konsumen sekaligus meningkatkan daya tarik usaha tanpa mengurangi margin keuntungan.
2. **Promosi Media Sosial**

Melakukan pendampingan promosi melalui platform TikTok dengan membuat konten kreatif, mengikuti tren yang sedang berkembang, serta mengevaluasi engagement untuk memperluas jangkauan dan menarik minat konsumen baru.

3. **Optimalisasi QRIS**
   Memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada pengelola mengenai cara penggunaan serta manfaat QRIS, guna meningkatkan efisiensi transaksi dan mendorong adopsi pembayaran non-tunai oleh konsumen.
4. **Pelatihan Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)**
   Melakukan pelatihan dan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan kepada seluruh karyawan agar mampu memberikan pengalaman berbelanja yang ramah, cepat, dan profesional.
5. **Pengembangan Variasi Produk**
   Mendampingi pengembangan variasi menu berbasis produk unggulan ayam goreng (dada, sayap, paha bawah, paha atas) dan burger untuk menjangkau preferensi konsumen yang lebih beragam.
6. **Pendampingan Sertifikasi Halal (SJPH)**
   Menerapkan arahan dari Kantor Pusat ACK Fried Chicken terkait pengumpulan dokumen dan dokumentasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), meliputi sosialisasi, pengisian form komitmen, dan pendokumentasian kegiatan agar proses sertifikasi berjalan tepat waktu.

Penggunaan teknologi digital dioptimalkan tidak hanya pada sistem pembayaran, tetapi juga pada aspek promosi (media sosial), pencatatan keuangan, serta pengelolaan usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing usaha. Dengan penerapan solusi tersebut, diharapkan ACK Fried Chicken Cabang Mambal dapat mengalami peningkatan dalam efisiensi operasional, kualitas layanan, serta kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kombinatif yang meliputi beberapa tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan penutup. Pada tahap persiapan dilakukan observasi lapangan, koordinasi dengan pemilik ACK Fried Chicken Cabang Mambal, serta identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi mitra terkait strategi harga, promosi, sistem pembayaran, pelayanan, variasi produk, dan legalitas produk halal. Selain itu, tim juga mempersiapkan materi sosialisasi, menentukan strategi promosi media sosial yang akan diterapkan, serta mengumpulkan data terkait menu yang tersedia sebagai dasar dalam pengembangan variasi produk.

Tahap pelaksanaan mencakup beberapa kegiatan inti, yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pemilik dan karyawan mengenai pentingnya strategi penetapan harga yang kompetitif, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, manfaat penggunaan QRIS, standar

pelayanan pelanggan, serta prosedur Sertifikat Jaminan Produk Halal (SJPH). Selanjutnya, pelatihan dilakukan melalui praktik langsung penggunaan sistem pembayaran digital QRIS, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan pelanggan, serta penyusunan variasi menu berbasis produk unggulan ayam goreng dan burger. Setelah itu, dilakukan pendampingan secara langsung dalam kegiatan operasional usaha, meliputi pendampingan promosi konten media sosial, penataan area usaha, penerapan jadwal piket kebersihan, pencatatan keuangan sederhana, hingga pengumpulan dokumen SJPH untuk memastikan mitra mampu menerapkan sistem yang telah diberikan secara mandiri. Metode kombinatif ini terbukti efektif karena menggabungkan edukasi dan praktik langsung dalam meningkatkan keterampilan mitra.

Tahap evaluasi dan penutup dilakukan bersama mitra untuk menilai efektivitas program yang telah dilaksanakan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses implementasi, serta memberikan arahan perbaikan ke depan. Pada tahap ini juga dilakukan monitoring terhadap penggunaan QRIS, respon konsumen terhadap promosi media sosial, serta perkembangan proses sertifikasi halal. Selain itu, dilakukan penyusunan laporan kegiatan sebagai bentuk dokumentasi dan pertanggungjawaban pelaksanaan pengabdian masyarakat. Evaluasi menjadi bagian penting dalam memastikan keberlanjutan program dan peningkatan daya saing usaha ACK Fried Chicken Cabang Mambal ke depan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di ACK Fried Chicken Cabang Mambal menghasilkan beberapa capaian yang sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan mitra. Penerapan strategi penetapan harga yang kompetitif, melalui potongan harga pada hari-hari besar serta penyusunan daftar harga di berbagai kanal penjualan seperti Grab, Gojek, dan *offline*, telah berhasil diimplementasikan dengan baik, ditandai dengan meningkatnya daya tarik usaha di mata konsumen tanpa mengurangi margin keuntungan. Hal ini memberikan dampak positif berupa peningkatan kunjungan pada momen-momen tertentu serta terbangunnya citra usaha yang peka terhadap kebutuhan konsumen. Hasil ini sejalan dengan konsep strategi pemasaran yang menyatakan bahwa penetapan harga yang tepat menjadi salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran untuk menjaga daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner.

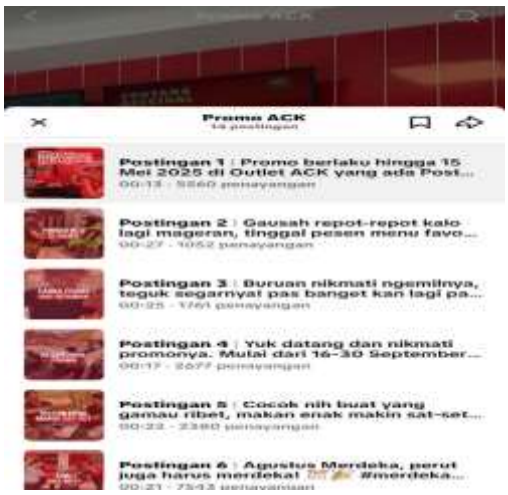
Selain itu, kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan promosi media sosial yang dilakukan kepada pengelola mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan platform TikTok secara kreatif. Pengelola mulai memahami cara membuat konten yang mengikuti tren, sehingga jangkauan (*reach*) dan engagement konten meningkat, serta bertambahnya jumlah konsumen baru yang mengenal ACK Fried Chicken Cabang Mambal. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan kombinatif yang melibatkan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dapat meningkatkan

kapasitas sumber daya manusia secara efektif dalam menghadapi persaingan pemasaran digital.

Dari aspek sistem pembayaran, optimalisasi QRIS juga menunjukkan hasil yang positif. Sosialisasi dan pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman pengelola mengenai manfaat pembayaran digital, sehingga transaksi non-tunai meningkat, proses pembayaran menjadi lebih cepat, dan pencatatan keuangan lebih akurat melalui struk otomatis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS dan pengelolaan keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap efisiensi operasional melalui percepatan transaksi, akurasi pencatatan, serta pengambilan keputusan berbasis data yang lebih cepat.



Gambar 1. Penetapan strategi harga yang kompetitif



Gambar 2. Meningkatkan promosi usaha melalui media sosial

Di sisi lain, pelatihan pelayanan pelanggan dan penerapan SOP mampu meningkatkan profesionalisme karyawan dalam melayani konsumen secara ramah, cepat, dan efisien, sementara pengembangan variasi produk berbasis ayam goreng dan burger berhasil memperluas pilihan menu sesuai preferensi konsumen yang beragam. Pendampingan pengumpulan dokumen Sertifikat Jaminan Produk Halal (SJPH) turut mempersiapkan kelengkapan dokumen secara tepat waktu, meskipun proses sertifikasi resmi masih memerlukan tindak lanjut dari Penyelia Halal Perusahaan.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kualitas usaha ACK Fried Chicken Cabang Mambal, baik dari aspek operasional, pemasaran, maupun pelayanan. Integrasi antara strategi harga, digitalisasi pembayaran melalui QRIS, promosi media sosial, dan pengembangan produk menciptakan sistem usaha yang lebih modern, efisien, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat berkelanjutan dan terus dikembangkan untuk meningkatkan daya saing serta kualitas layanan ACK Fried Chicken Cabang Mambal di masa mendatang.

 ISSN 2963-2552



Gambar 3. Mengoptimalkan penggunaan QRIS



Gambar 4. Melatih pelayanan pelanggan (*customer service*)



Gambar 5. Pengembangan variasi produk



Gambar 6. Pengurusan Sertifikat Jaminan Produk Halal (SJPH)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan program pengabdian masyarakat di ACK Fried Chicken Cabang Mambal, dapat disimpulkan bahwa seluruh program kerja yang direncanakan telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap operasional usaha. Penerapan strategi potongan harga pada hari-hari besar berhasil meningkatkan daya tarik usaha di mata konsumen. Promosi melalui media sosial TikTok mampu memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement, sementara optimalisasi QRIS telah mempercepat proses transaksi serta meningkatkan akurasi pencatatan keuangan. Pelatihan pelayanan pelanggan berhasil meningkatkan kualitas interaksi karyawan dengan konsumen, pengembangan variasi produk mampu memperluas pilihan menu bagi pelanggan, serta pendampingan dokumen SJPH telah mempersiapkan ACK Fried Chicken Cabang Mambal menuju proses sertifikasi halal yang lebih tertata. Secara keseluruhan, program pengabdian ini telah mencapai target yang ditetapkan, meskipun beberapa program seperti sertifikasi halal masih

memerlukan tindak lanjut karena prosesnya melibatkan pihak eksternal (Penyelia Halal Perusahaan).

SARAN

Guna memaksimalkan hasil yang telah dicapai, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh mitra usaha maupun pihak-pihak terkait:

1. Pemilik dan karyawan ACK Fried Chicken Cabang Mambal disarankan untuk secara konsisten menjalankan strategi harga, promosi media sosial, dan penggunaan QRIS yang telah didampingi, agar manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan.
2. Perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap konten promosi di media sosial guna menyesuaikan dengan tren terkini dan preferensi konsumen yang terus berubah.
3. Mengelola disarankan untuk terus memantau dan menindaklanjuti proses pengumpulan dokumen SJPH hingga sertifikasi halal resmi diperoleh, mengingat hal ini penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.\
4. Jadwal piket kebersihan dan SOP pelayanan yang telah diterapkan perlu terus dipantau oleh pihak manajemen agar standar kualitas tetap konsisten meskipun program KKN telah berakhir.
5. Bagi peneliti atau tim pengabdian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pendampingan lanjutan atau evaluasi jangka panjang guna mengukur dampak berkelanjutan dari program-program yang telah dilaksanakan.

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.

Munandar, A., Tumbel, A., & Soegoto, E. (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, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 1191–1202.

Maulida, Y. A., & Habiburahman, H. (2022). Analisis strategi pemasaran keripik pisang di 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.

Pratiwi, K. A., & Prastiwi, 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), 28–33. https://doi.org/10.55822/jnana.v11i1.294.

Ratnanda, N. D., Agnesia, T., Tulzannah, C. W., & Asyifa, E. R. (2026). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (QRIS) dan Pengelolaan Keuangan Digital terhadap Efisiensi Operasional UMKM. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 6(1), 1–9. https://doi.org/10.53697/emba.v6i1.3807.

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.

Sitompul, E., & Panjaitan, R. (2026). Dampak Penggunaan Pembayaran Digital Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) terhadap Efisiensi Arus Kas dan Profitabilitas UMKM di Kecamatan Medan Timur. *Journal of Golden Generation Economic*, 2(1).