



Analisis SWOT UMKM Rocket Chicken Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Reifa Galih Ramadhanti^{1*}, Tyna Yunita²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bhayangkara Raya

ARTICLE INFO

Article history:

Received May 30, 2024
Revised June 08, 2024
Accepted June 12 2024
Available online 16 June 2024

Kata Kunci:

Analisis SWOT, UMKM, Keputusan Pembelian

Keywords:

SWOT Analysis, MSME, Purchase Decisions Analysis



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Analisis SWOT adalah metode sistematis untuk mengungkap berbagai aspek yang penting dalam membangun strategi bisnis. Rocket Chicken adalah waralaba yang menawarkan makanan dan minuman yang berasal dari ayam dengan harga terjangkau dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan bisnis lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk UMKM Rocket Chicken terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan dengan data yang dikumpulkan berupa data-data dari penelitian terdahulu sebagai bahan acuan. Menurut temuan penelitian, Rocket Chicken memiliki peluang besar untuk berkembang dan sukses di industri makanan cepat saji jika mengadopsi pendekatan cerdas yang memanfaatkan keunggulannya daripada kelemahannya.

ABSTRACT

SWOT analysis is a systematic process for identifying various factors to develop a company's strategy. Rocket Chicken is a franchise that offers reasonably priced food and drink items derived from chicken at a lower cost than other businesses. The purpose of this study is to evaluate the influence of Rocket Chicken MSME goods' advantages, disadvantages, opportunities, and threats on customer purchase decisions. Data for this study comes from previous research used as references and employs descriptive qualitative methodologies. According to the study's findings, Rocket Chicken has a great chance of expanding and succeeding in the fast food industry if it adopts a smart approach that takes advantage of its advantages over disadvantages.

PENDAHULUAN

Analisis SWOT adalah metode sistematis untuk mengungkap berbagai aspek yang penting dalam membangun strategi bisnis. Metode ini didasarkan pada logika untuk meminimalkan ancaman dan kelemahan, serta mengoptimalkan kekuatan dan peluang. Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk menyajikan ringkasan temuan dari pemeriksaan menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi atau perusahaan. Informasi ini berfungsi sebagai dasar atau landasan untuk memilih alternatif tindakan dan strategi perusahaan saat mengatur kerjasama. Tujuan, sasaran, strategi, dan kebijakan perusahaan selalu terkait dengan proses pengambilan keputusan strategis (Isnati & Fajriansyah, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagai bisnis yang memiliki kapasitas untuk meningkatkan prospek lapangan kerja, menawarkan layanan keuangan kepada masyarakat, dan mendukung keadilan dan pembangunan. UMKM berdampak pada pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan membantu mencapai stabilitas negara. Sebagai pilar utama perekonomian negara dan tanda kuatnya integrasi masyarakat dengan ekonomi, UMKM perlu diberi kesempatan untuk tumbuh, dilindungi, dan mendapatkan peluang, sambil tetap fokus pada fungsi bisnis inti mereka (Kurniasih et al., 2023).

Menurut Ramadhan & Sofiyah (2013), Andriani et al. (2021) dalam Ramadhan et al. (2023) menyatakan bahwa setiap dunia usaha perlu beradaptasi agar dapat mengikuti pesatnya kemajuan yang terjadi di berbagai industri pada masa globalisasi saat ini dan masa depan. Pelaku usaha, khususnya yang bergerak di bidang manufaktur, pemasaran, dan penjualan, perlu bersiap menghadapi segala kendala yang mungkin timbul dengan memiliki rencana yang matang. Strategi pemasaran suatu perusahaan perlu disesuaikan untuk menargetkan konsumen dan bersaing dengan perusahaan lain yang mengincar pasar yang sama.

*Corresponding author

E-mail addresses: reifagalihramdhanti@gmail.com, tyna.ubi@gmail.com

Dalam industri makanan cepat saji (*fast food*), Rocket Chicken menawarkan produk makanan dan minuman berbahan dasar ayam dengan harga yang relatif murah jika dibandingkan dengan merek lain. Selain itu, harga suatu produk memengaruhi profitabilitas produsen dan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu faktor yang menentukan apakah sebuah perusahaan akan sukses dalam menjual barang dan jasanya adalah harga (Wahyuningsih et al., 2021).

Menurut American *Marketing Association* atau disingkat AMA dalam Sunyoto & Yanuar Saksono (2022) mendefinisikan bahwa cara orang menjalani kehidupan dipengaruhi oleh peristiwa, pemikiran, dan perilaku di lingkungan mereka. Interaksi dinamis inilah yang membentuk perilaku konsumen (*consumer behavior*). Pada dasarnya minat beli suatu produk di kalangan konsumen itulah yang memotivasi mereka untuk melakukan pembelian. Minat beli menurut Durianto dkk. (2003: 109) dalam Halim & Iskandar (2019), merupakan niat pelanggan untuk membeli produk tertentu dan jumlah produk yang akan dibutuhkan dalam jangka waktu tertentu. Menurut Nugoroho dalam Setiadi (2008), keputusan pembelian adalah suatu proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan dan sikap untuk menilai serta memilih di antara dua atau lebih pilihan..

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipergunakan dalam jurnal ini ditulis menggunakan metode penulisan kualitatif deskriptif, yang memanfaatkan data yang dikumpulkan berupa data-data dari penelitian terdahulu atau jurnal dan publikasi ilmiah yang berisi temuan sebagai bahan acuan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel. Proses melibatkan langkah-langkah pengumpulan data informasi atau teori dari jurnal online yang relevan diperoleh dari sumber seperti Google Scholar, buku online, dan media online lainnya sebagai sumber referensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Produk

Pada tanggal 21 Februari 2010, Rocket Chicken didirikan dan mulai menyediakan kemitraan untuk membantu calon pemilik perusahaan yang tidak mampu membayar harga penuh untuk mengoperasikan bisnis makanan sebagai individu atau sebagai perusahaan yang sah. Di beberapa daerah seperti DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat, Rocket Chicken pertama kali muncul. Keunggulan Rocket Chicken adalah bahwa ia bertujuan untuk menangkap pangsa pasar dari semua lapisan masyarakat, memungkinkan pertumbuhan ke daerah-daerah terdekat dan didukung oleh struktur manajemen yang stabil dan efisien. Oleh karena itu, Rocket Chicken merupakan perusahaan yang potensial dan mudah dipasarkan dengan tingkat kesadaran merek yang tinggi.

Sebagai restoran waralaba, Rocket Chicken menawarkan ayam goreng renyah sebagai menu utamanya. Restoran ini memiliki beragam menu yang cocok untuk bersantap di tempat maupun dibawa pulang, yang melayani berbagai kelompok usia. Didirikan dengan tujuan menyediakan makanan cepat saji yang lezat, berkualitas, dan terjangkau. Rocket Chicken memilih lokasi ekspansinya berdasarkan analisis mendalam terhadap berbagai faktor untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan bisnisnya. Dengan pertumbuhan yang hati-hati dan terencana, Rocket Chicken dapat memberikan produk berkualitas tinggi dan layanan yang konsisten kepada pelanggannya.

Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Peter dan Olson (1999) dalam Sunyoto & Yanuar Saksono (2022), proses pembelian atau adopsi secara tradisional dipahami dalam pemasaran sebagai rangkaian peristiwa kognitif yang berujung pada satu tindakan, yang biasanya disebut adopsi atau pembelian. Menurut Kotler & Kevin (2016) dalam Halim & Iskandar (2019), pendapat pelanggan terhadap suatu produk, yang didasarkan pada keyakinan mereka terhadap kualitasnya, membentuk minat beli mereka. Minat beli konsumen akan menurun seiring dengan berkurangnya kepercayaan terhadap produk tersebut. Pelanggan yang telah menunjukkan minat dapat digunakan untuk memperkirakan perilaku atau tindakan di masa depan, meskipun mereka belum mengambil tindakan apa pun. Konsumen yang menyatakan minatnya terhadap suatu barang menunjukkan keinginan untuk membelinya.

Kotler, Philip (2008) dalam Mega Puspita & Budiarmo (2020), menyatakan bahwa langkah-langkah yang diambil pelanggan sebelum memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk dikenal sebagai keputusan pembelian. Tindakan ini dapat dilakukan dalam beberapa tahap. Faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur keyakinan pelanggan dalam melakukan pembelian : (1) Stabilitas produk, yaitu kemudahan dalam melakukan pemesanan dari Rocket Chicken. (2) Pola pembelian, yaitu seringnya pelanggan membeli atau mengkonsumsi makanan dan minuman dari Rocket Chicken. (3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, yaitu ketika pelanggan ingin memberi tahu teman dan keluarga tentang betapa enak dan berkualitasnya Rocket Chicken. (4) Mendorong pelanggan untuk

melakukan pembelian lebih banyak sehingga mereka akan merasa terdorong untuk mengunjungi Rocket Chicken lagi.

Analisis SWOT

Menggabungkan banyak komponen untuk mengembangkan strategi bisnis dikenal sebagai analisis SWOT. Melakukan analisis SWOT merupakan prasyarat sebelum memutuskan atau mengimplementasikan rencana. Rencana yang kuat dapat dibuat dengan menggabungkan banyak faktor menggunakan teknik analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat memaksimalkan peluang dan kekuatan sekaligus mengurangi ancaman dan kelemahan (Freddy Rangkuti, 2006:18-19), (Andriani et al., 2021) dalam (Ramadhan et al., 2023).

Menentukan peluang dan ancaman internal, serta kekuatan dan kelemahan, merupakan langkah pertama dalam mengembangkan pernyataan misi dan kerangka tujuan. Rencana strategi bisnis Rocket Chicken dapat dikembangkan dengan menggunakan teknik analisis SWOT, yang menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berikut merupakan tabel analisis matriks SWOT pada usaha Rocket Chicken :

Tabel 1. Analisis Matriks SWOT

| | | |
|------------------|---|---|
| INTERNAL | <p>Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan harga yang terjangkau 2. Memiliki lokasi yang strategis 3. Memiliki berbagai pilihan menu berbahan dasar ayam | <p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan sumber daya untuk pemasaran produk 2. Sistem pelayanan yang tidak efisien 3. Menjaga konsistensi dalam kualitas makanan dan layanan |
| EKSTERNAL | <p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan aplikasi pengantar makanan 2. Mengembangkan menu baru atau variasi produk yang menarik 3. Pemasaran digital yang lebih efektif untuk promosi | <p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerjasama dengan pihak lain untuk mengatasi keterbatasan dalam pemasaran dan inovasi 2. Meningkatkan pengalaman pelanggan dengan pemasaran digital 3. Memanfaatkan ekspansi pasar untuk konsistensi kualitas |
| | <p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan selera konsumen terhadap produk 2. Kompetisi ketat dengan makanan cepat saji lainnya 3. Pesaing yang lebih maju dalam penggunaan teknologi | <p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelatihan rutin dan evaluasi kualitas untuk memastikan standar yang tinggi 2. Meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi produk untuk tetap kompetitif |
| | <p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan harga terjangkau untuk ekspansi pasar 2. Mengoptimalkan lokasi yang sudah strategis 3. Memanfaatkan menu yang sudah beragam untuk berinovasi | |
| | <p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan promosi khusus di lokasi-lokasi strategis untuk menghadapi kompetisi ketat 2. Menggunakan kekuatan merek untuk mengatasi perubahan selera konsumen | |

SIMPULAN

Dari tabel analisis matriks SWOT di atas, dapat disimpulkan bahwa Rocket Chicken memiliki potensi besar untuk tumbuh dan sukses di pasar makanan cepat saji. Rocket Chicken dapat meningkatkan daya tarik pelanggan dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri dengan mempraktikkan

strategi yang efisien yang memanfaatkan kekuatan dan peluang internal dan eksternal, serta mengatasi kelemahan dan tantangan. Rocket Chicken memiliki berbagai faktor yang mendukung keputusan pembelian konsumen, termasuk harga terjangkau, lokasi strategis, dan menu yang beragam. Konsumen tertarik membeli produk Rocket Chicken karena kombinasi harga yang bersaing dan kemudahan akses. Selain itu, pengenalan merek yang kuat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan layanan.

Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Rocket Chicken perlu menjaga konsistensi kualitas produk dan layanan di seluruh gerainya. Inovasi produk dan pemasaran yang efektif, terutama melalui saluran digital, juga penting untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan loyalitas yang ada. Dengan strategi yang tepat dan fokus pada pengalaman pelanggan, Rocket Chicken dapat terus memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

REFERENSI

- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Isnati, & Fajriansyah, M. R. (2019). *MANAJEMEN STRATEGIK*.
- Kurniasih, F., Yunita, T., Mutiara, P., Afifi, S. T., Bhayangkara, U., Raya, J., & Kunci, K. (2023). HUMANTECH JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA ANALISIS SWOT PADA UMKM PISANG LUMER CRISPY (BANABOW). *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(7), 1692–1698.
- Mega Puspita, C., & Budiatmo, A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.
- Ramadhan, H. F., Yunita, T., Ardiansyah, I., & Maulana, R. (2023). Analisis SWOT Pada UMKM (Baso Aci). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Juli*, 9(13), 325–334. <https://doi.org/10.5281/zenodo>
- Setiadi, N. J. (2008). keputusan pembelian. *Jakarta : Kencana*.
- Sunyoto, D., & Yanuar Saksono, C. (2022). *PERILAKU KONSUMEN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- 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>