

## PKM kepada Mitra Bisnis Rafiza Fried Chicken di Wilayah Depok, Jawa Barat

Abdul Azim Wahbi<sup>1</sup> \*, Syahrudi<sup>2</sup>, \*Prasetio Ariwibowo<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Indraprasta PGRI  
\*prasetio.ariwibowo@yahoo.com

### Abstrak

Marketing merupakan salah satu hal penting yang harus dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha, baik usaha baru maupun usaha lama yang telah dirintis bertahun-tahun lamanya. Sebelum menjalankan marketing, pertama kali yang harus dilakukan adalah menentukan konsep marketing serta strategi pemasaran yang efektif dalam menjual produk. Dengan banyaknya usaha kecil yang bermunculan saat ini, maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat para konsumen. Meskipun sulit, namun jika fokus dalam merencanakan strategi pemasaran tersebut, maka bukan tidak mungkin usaha kecil dapat tumbuh berkembang menjadi besar. Adapun abdimas disini lebih memfokuskan pada UKM waralaba makanan ayam goreng crispy cepat saji yang berada di daerah Depok Jawa Barat. Daerah Depok merupakan lokasi padat penduduk, dimana banyak pendatang yang berasal dari daerah lain kemudian menetap disitu. Akibat banyaknya penduduk yang datang dari berbagai daerah tersebut, memberikan peluang yang besar bagi kaum pedagang untuk membuka lapaknya dan mencari keuntungan disana. Akibat dari banyaknya pedagang yang ikut berjualan disana menimbulkan suatu persaingan ketat dalam membangun usahanya.

**Kata Kunci:** pemasaran, usaha kecil menengah. ayam goreng crispy

## *PKM to Rafiza Fried Chicken Business Partners in Depok, Jawa Barat Area*

### Abstract

*Marketing is one of the important things that must be done when running a business, both new businesses and old businesses that have been initiated for years. Before running marketing, the first thing to do is determine the marketing concepts and marketing strategies that are effective in selling products. With the number of small businesses that are emerging at this time, it is necessary to have an appropriate marketing strategy in order to attract the interests of consumers. Even though it is difficult, but if the focus is on planning the marketing strategy, it is not impossible that small businesses can grow to become large, while the abdimas here are more focused on SME fast food fried chicken franchise in Depok, West Java. Depok area is a densely populated location, where many migrants who come from other regions then settle there. Due to the large number of residents who come from various regions, it provides a great opportunity for traders to open their shanties and look for profits there. As a result of the many traders who participate in selling there, it creates a fierce competition in building their businesses.*

**Keywords:** marketing, small and medium enterprises. crispy fried chicken

---

## PENDAHULUAN

Pada umumnya, usaha kecil mempunyai anggaran marketing yang terbilang kecil jika dibandingkan dengan usaha berskala besar. Dengan anggaran yang minim tersebut tentunya harus lebih kreatif dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat. Berdasarkan ilustrasi tersebut, pelaku usaha mitra bisnis Rafiza *fried chicken* membutuhkan pemahaman mengenai strategi pemasaran untuk mendukung kegiatan usaha agar dapat berkembang dengan baik kedepannya. Dengan demikian pelaku usaha Mitra bisnis rafiza fried chicken dengan gerai di wilayah Depok Jawa Barat perlu diberikan penyuluhan terkait dengan manajemen usaha yaitu strategi pemasaran, karena mayoritas pelaku usaha



belummemahami bagaimana strategi dalam memasarkan produk barang maupun jasa agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang sejenis.

Pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan fokus pada pelaku usaha mitra bisnis rafiza fried chicken yang tersebar di wilayah depok jawa barat sebagai target program dengan tujuan agar pelaku usaha UMKM mendapatkan pemahaman mengenai strategi pemasaran dan manajemen usaha (manajemen pemasaran) sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan. Berikut data mitra bisnis rafiza fried chicken yang tersebar di wilayah depok jawa barat. Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu UKM dalam mempertahankan pangsa pasar, dimana UKM dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya dengan menawarkan atau menjual produk yang berkualitas disertai pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Apabila hal tersebut dapat dilakukan, UKM akan berkesempatan mendapat keuntungan yang lebih bila dibandingkan dengan pesaing. Syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan pelanggan dan agar tujuan tersebut dapat tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian maka setiap UKM harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi menjadi pedoman bagi setiap UKM untuk merancang strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenuhi harapan setiap konsumen. Dengan berkembangnya teknologi konsumen sudah semakin pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok, karena hal itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

**Tabel 1. Data Mitra Bisnis Rafiza Fried Chicken wilayah Depok Jawa Barat**

No	Nama Resto	Alamat	Status Mitra
1	Rafiza Fried Chicken Limo	Jl. Artayasa No 121 Limo Depok	Pembinaan
2	Rafiza Fried Chicken Citayam	Jl. Pintu Air Pabuaran Bj Gede Depok	Pembinaan
3	Rafiza Fried Chicken Depok	Sentra Perdagangan Sukmajaya Depok	Pembinaan
4	Rafiza Fried Chicken Gandul	Jl. H. Terin Gandul Depok	Pembinaan
5	Rafiza Fried Chicken Cinere	Jl Bukit Cinere Depok	Berkembang

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

**Our focus:**  
Social Service

**Our Scope:**  
Humanities,  
Education,  
Management,  
History,  
Economics,  
Linguistics,  
Literature,  
Religion,  
Politics,  
Sociology,  
Anthropology,  
and other social service works.



6	Rafiza Fried Chiken Beji	Jl Mawar No 25 Beji Depok	Berkembang
7	Rafiza Fried Chiken Gandul	Jl Erha Gandul Depok	Berkembang
8	Rafiza Fried Chiken Beji	Jl. Tanah Baru Raya No 19 Depok	Pembinaan
9	Rafiza Fried Chiken Kukusan	Jl. Kukusan Raya No 201 Depok	Pembinaan

Berdasarkan analisa situasi yang telah dipaparkan dapat disimpulkan beberapa permasalahan mitra. Permasalahan tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 2. Permasalahan Mitra**

*Permasalahan Mitra bisnis Rafiza Fried Chiken*

<i>Aspek Strategi Pemasaran</i>	<i>Aspek Manajemen Usaha</i>
Banyak mitra bisnis memandang pemasaran sebagai sesuatu yang mewah sehingga produk tidak mendapat sentuhan pemasaran dan promosi yang baik.	Belum adanya pemahaman manajemen usaha khususnya mengenai <i>strategi pemasaran</i> sehingga pelaku usaha belum dapat mengembangkan usahanya secara optimal.
Pengetahuan tentang pemasaran juga masih kurang sehingga para pengusaha mikro dan kecil hanya menjalankan metode penjualan secara tradisional saja.	

Perkembangan waralaba di Indonesia khususnya makanan siap saji sangat pesat. Dimungkinkan karena pengusaha yang berkedudukan sebagai penerima waralaba (*franchise*) diwajibkan mengembangkan bisnisnya melalui master franchise yang diterimanya dengan cara mencari atau menunjuk penerima waralaba. Adapun tonggak kepastian hukum waralaba Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997 yaitu dikeluarkannya PP No. 16 Thn. 1997 tentang Waralaba yang kemudian dicabut dan diganti dengan PP N0. 42 Thn 2007, Keputusan Menteri Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Peraturan Menteri Perindustrian & Perdagangan No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, UU No. 14 Thn. 2001 tentang Paten, UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek dan UU No. 30 Thn. 2000 tentang Rahasia Dagang. Dengan adanya ketentuan tersebut menjadikan waralaba menjadi bisnis yang sangat menjanjikan karena ada payungnya.

**Title**

*PKM to Rafiza Fried Chiken Business Partners in Depok, Jawa Barat Area*

**Author**

**Abdul Azim Wahbi<sup>1</sup>, Syahrudi<sup>2</sup>, Prasetio Ariwibowo<sup>3</sup>**

How to cite:

Wahbi, A. A., Syahrudi, & Ariwibowo, P. (2020). PKM to Rafiza Fried Chiken Business Partners in Depok, Jawa Barat Area. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat, 1 (1)*. 20-26





Tahapan kegiatan program PKM dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 3. Tahapan Kegiatan Program PKM**

<b>Tahap Persiapan</b>	
Pra-Survei	Identifikasi permasalahan & kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra)
Pembentukan Tim PKM	Pembentukan Tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan
Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan & penyediaan dana dalam
Koordinasi Tim&Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan <i>job description</i> dari
Persiapan Alat&Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
<b>Tahap Pelaksanaan</b>	
<i>(Kegiatan Dilaksanakan di Lokasi Mitra)</i>	
Sosialisasi pengenalan UKM dan legalitas merek dalam kegiatan usaha	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (30 menit)
Sosialisasi nama dagang sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (30 menit)
Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran guna peningkatan penjualan	Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi (30 menit)
<b>Evaluasi Program</b>	
Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program	
<b>Pelaporan</b>	
Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi	

Ada beberapa metode yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi:

*a. Sosialisasi*

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra pelaku usaha ayam goreng crispy Rafiza Fried Chicken di wilayah Depok. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra yaitu aspek pemasaran dan aspek manajemen.

KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

**Our focus:**  
Social Service

**Our Scope:**  
Humanities, Education, Management, History, Economics, Linguistics, Literature, Religion, Politics, Sociology, Anthropology, and other social service works.



## Title

*PKM to  
Rafiza Fried  
Chicken  
Business  
Partners in  
Depok,  
Jawa Barat  
Area*

## Author

**Abdul Azim  
Wahbi<sup>1</sup>,  
Syahrudi<sup>2</sup>,  
Prasetio  
Ariwibowo<sup>3</sup>**

Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha

### *b. Diskusi*

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.



**Gambar 1.** Wawancara dan sosialisasi terhadap mitra

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rincian pengabdian masyarakat Dilakukan dengan wawancara pada tanggal 1–25 Juli 2019 pada seluruh mitra bisnis Rafiza Fried Chicken yang tersebar di daerah Depok, Jawa Barat membahas mengenai permasalahan yang dihadapi mitra dalam menjalankan usahanya. dari hasil penggalian informasi yang didapat dari mitra bisnis rafiza tim mendapat beberapa masalah yang dihadapi mitra, permasalahan itu antara lain:

1. Lingkungan tempat mereka menjalankan usaha yang dinilai kurang strategis dalam usaha ayam goreng crispy.
2. Pendisplay an produk yang kurang terlihat pada bnyaknya ayam yang didisplay sehingga membuat pembeli tidak mempunyai banyak pilihan dalam memilih dan membeli ayam goreng crispy.
3. Rasa yang sudah cukup enak tetapi masih harus beinovatif lagi dalam rasa.
4. Harga yang masih berada di kelas menengah sehingga masih terlalu mahal, padahal rafiza targetnya pada kelas bawah dan menengah.
5. Alat pemasaran yang masih kurang banyak terlihat.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra tim mencoba untuk memberikan solusi bagaimana permasalahan itu nanti dapat diatasi dan mitra dapat meningkatkan hasil penjualannya, adapun solusi yang tim tawarkan kepada mitra adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran melau media social sehingga dalam hal ini kondisi dimanapun mitra menjalankan usahanya dapat dijangkau oleh masyarakat karena efek dari informasi yang disebar oleh media social, tim juga menuntun dan



KANGMAS is a journal published by Neolectura, issued three times in one year. KANGMAS is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to social service work. It is hoped that KANGMAS can become a media for academics and researchers to publish their social service work and become a reference source for the development of social and humanity.

**Our focus:**  
Social Service

**Our Scope:**  
Humanities,  
Education,  
Management,  
History,  
Economics,  
Linguistics,  
Literature,  
Religion,  
Politics,  
Sociology,  
Anthropology,  
and other social service works.

- memberikan arahan bagaimana mitra bisa bekerja sama dengan aplikasi daring seperti Go Food, Grab Food, dan Go Resto sehingga hasil yang didapatkan nanti menjadi lebih besar karena peluang pemasaran yang tersebar di berbagai jenis alat pemasaran.
2. Tim menyarankan agar mitra membuat display produk semenarik dengan cara memperbanyak ayam goreng yang didisplay sehingga banyak orang yang tertarik dan membeli ayam goreng crispy.
  3. Tim menyarankan agar mitra membuat varian rasa sehingga banyak pilihan rasa bagi pelanggan dan mereka tertarik, varian rasa itu adalah ayam goreng crispy sambal penyet, barbeque, keju dan sadas.
  4. Tim menyarankan mitra untuk bermain pada harga rendah dengan cara 1 potong ayam di bagi 2 dan pengolahannya mengandalkan banyaknya tepung, kualitas tepung, kualitas minyak goreng sehingga nantinya rasa dan mutu rafiza dapat terjaga.
  5. Tim akan memberikan kepada mitra alat pemasaran seperti spanduk, baleho, balon logo rafiza dan bendera kertas logo rafiza serta brosur dan tim menginginkan agar mitra benar-benar optimal dalam menggunakan alat pemasaran yang diberikan tim pengabdian masyarakat ini.



**Gambar 2.** Pengarahan kepada Mitra sebagai Solusi

## SIMPULAN

Hasil Pengabdian kepada masyarakat dengan judul Strategi pemasaran kepada mitra bisnis Rafiza Fried Chiken di wilayah Depok Jawa Barat dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan melalui bergai solusi dan arahan yang ditawarkan kepada mitra bisnis rafiza fried chicken melalui penjualan dengan pemanfaatan alat pemasaran yang sederhana, tepat dan efektif.

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim PKM bahwa telah terjadi peningkatan pemahaman dan kesadaran dalam penggunaan alat strategi pemasaran sehingga setelah di berikan arahan serta solusi mitra dengan kesadarannya menjalankan seluruh arahan yang kita berikan dan ini terlihat dari hasil monitoring yang kami lakukan setiap 3 hari sekali dan harapan besar bahwa hasil penjualan yang didapat oleh mitra dapat meningkat secara drastis.



Vol. 1, No. 1,  
MARCH  
2020,  
pp. 20-26

e-ISSN:  
XXXX-XXXX

**Title**

*PKM to  
Rafiza Fried  
Chicken  
Business  
Partners in  
Depok,  
Jawa Barat  
Area*

**Author**

**Abdul Azim  
Wahbi<sup>1</sup>,  
Syahrudi<sup>2</sup>,  
Prasetio  
Ariwibowo<sup>3</sup>**

**DAFTAR PUSTAKA**

Bangsawan, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Dessler, G. (2003). *Human Resource Management. Jilid I. Terjemahan Tim Indeks*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Ghozali. (2005). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Universitas Unindra.

Handoko, T. H. (2011). *Manajemen Personalia dan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.

Hasibuan, H. M. (2011). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hasibuan, H. M. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dasar dan Kunci Keberhasilan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Shim, T. (2003), *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

How to cite:

Wahbi, A. A., Syahrudi, & Ariwibowo, P. (2020). PKM to Rafiza Fried Chicken Business Partners in Depok, Jawa Barat Area. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat, 1 (1)*. 20-26

