

PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN PERSAINGAN TERHADAP PENJUALAN ROCKET CHICKEN JALAN GAJAH RAYA SEMARANG

Devas Aprianta¹, Novika Wahyuastuti², Aryan Eka Prasty Nugraha³

¹Universitas PGRI Semarang
devasaprianta77@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of price, promotion, and competition on the sale of Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. This research uses a quantitative approach. Research subjects are consumers of Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Data collection instruments using a questionnaire. The sample in this study amounted to 96 respondents distributed directly using nonprobability sampling techniques, then processed using SPSS. The results showed that price, promotion, and competition influenced the sale of Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. This is evidenced by the variable price obtaining a t -value of 6.100, promotion of 3.494 and competition of 4.241 greater than the value of 1.986 table. In addition, the significance value of the variable price is 0,000, promotion is 0.001 and competition is 0,000, which means H_1 , H_2 , and H_3 are accepted, which means price, promotion and competition have a partially positive and significant effect on sales of Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. In the F test the price value, promotion, and competition simultaneously shows a positive and significant effect on the sale of Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. This is indicated by the significance value of 0,000 $<$ 0,05, then H_4 is accepted, which means that together the independent variables affect Sales with a percentage of 66.3% seen from the value of R square.

Keywords: Marketing, Price, Promotion, Competition, Sales

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh harga, promosi, dan persaingan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian yaitu konsumen Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden didistribusikan secara langsung menggunakan teknik *nonprobability sampling*, kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan persaingan berpengaruh terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hal itu dibuktikan dengan variabel harga memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,100, promosi sebesar 3,494 dan persaingan sebesar 4,241 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,986. Selain itu, nilai signifikansi variabel harga 0,000, promosi 0,001 dan persaingan 0,000 yang berarti H_1 , H_2 , dan H_3 diterima yang berarti harga, promosi dan persaingan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Pada uji F nilai harga, promosi, dan persaingan menunjukkan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hal itu ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000 $<$ 0,05 maka H_4 diterima yang berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi Penjualan dengan persentase 66,3 % dilihat dari nilai R square.

Kata kunci: Pemasaran, Harga, Promosi, Persaingan, Penjualan

Bisnis makanan di Indonesia setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya gerai makanan dengan berbagai *brand* yang ada di sekitar kita. Menteri Perindustrian mengungkapkan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman sampai triwulan II 2018 mencapai 8,67 % bahkan mampu memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik

Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas sebesar 35,87 %. Ketua umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (Gapmmi) juga mengatakan indeks menejer pembelian Indonesia mampu naik pada Agustus 2018 sejalan dengan kinerja di sektor industri makanan dan minuman. Gapmmi juga memproyeksikan industri makanan dan minuman mampu tumbuh di atas 10 % lebih tinggi dibanding tahun sebelumnya sebesar 9,23 %. (Tempo.co, 2018)

Menjamurnya berbagai jenis industri makanan dan minuman seperti rumah makan, restoran, dan kafe menunjukkan masyarakat Indonesia cenderung memilih restoran cepat saji dalam memenuhi kebutuhannya. Roy Morgan CEO lembaga penelitian dari Australia mengungkapkan lebih dari 55 juta orang Indonesia berusia 14 tahun keatas dengan persentase 34,3 % memilih untuk makan di restoran keluarga dan restoran cepat saji (Bali.tribunnews.com 2018). Hal tersebut merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan bagi pebisnis kuliner mengingat jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar dengan mobilitas yang tinggi khususnya di kawasan pekotaan. (Hakimi, 2015)

Banyak restoran cepat saji menjual berbagai macam makanan andalannya masing-masing. Terdapat beberapa restoran cepat saji di Indonesia yang mayoritas menu andalannya yaitu ayam goreng, seperti KFC dan McDonald. Keduanya merupakan *brand* internasional yang tak asing khususnya ditelinga masyarakat menengah ke atas. Terlepas dari *brand* internasional tersebut, ada juga beberapa perusahaan lokal yang sejenis mampu bersaing di pasar dengan membidik kalangan menengah ke bawah, antara lain Rocket Chicken, Olive Chicken, Chicken Crush, dan Quick Chicken. Selain harga lebih terjangkau lokasi brand lokal lebih mudah dijangkau dibanding dengan brand internasional yang tersebar di kota-kota besar saja. Hal tersebut menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian makanan di restoran cepat saji lokal (Amalina, 2015).

Rocket Chicken salah satu brand lokal yang ada di Indonesia didirikan oleh Nurul Atik pada 21 Februari 2010. Rocket Chicken merupakan perusahaan waralaba yang bergerak dibidang makanan cepat saji dengan produk unggulannya yaitu *fried chicken* dengan variasi menu lainnya seperti *burger*, *steak* dan *chinese food* (rocketchickenindonesia.com). Sejak tahun 2010 hingga awal tahun 2019 Rocket Chicken sudah memiliki lebih dari 300 outlet yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia seperti DIY, Jawa, NTT, dan Kalimantan. Upaya peningkatan jumlah penjualan rencananya Rocket Chicken juga akan menembus pasar luar negeri dengan bekerja sama dengan perusahaan yang membuka pasar di sana. Selain fokus untuk menambah outlet-outlet Nurul Atik juga akan selalu menjaga kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas produknya (Radar Jogja, 2019).

Outlet Rocket Chicken pertama kali didirikan di Jl. Woltermonginsidi No. 32 Semarang. Setelah dirasa sukses perusahaan ini membuka cabang dan terus berkembang hingga penyebarannya hampir di seluruh wilayah Semarang. Saat ini terdapat 20 outlet Rocket Chicken di Semarang, seperti cabang Semarang Timur tepatnya di Jl. Gajah Raya, terhitung mulai beroperasi 5 tahun yang lalu. Sejak berdiri tahun 2014 cabang tersebut menggunakan strategi promosi *cooking class* untuk mencari pangsa pasar hingga sekarang. *Cooking class* merupakan kegiatan mengedukasi tentang proses

mengolah bahan mentah menjadi matang dan menghadirkan makanan untuk mengembangkan pengetahuan dan potensi seseorang (Ujianti dkk, 2013).

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan guna mendapatkan keuntungan (Syauki dkk, 2019). Data penjualan Rocket Chicken tahun 2018 dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Penjualan Rocket Chicken Cabang Gajah Raya Semarang
Tahun 2018 (Dalam Rupiah)

BULAN	PENJUALAN		TOTAL
	MAKANAN	MINUMAN	
Januari	78.650.000	42.350.000	121.000.000
Februari	77.840.350	33.360.150	111.200.500
Maret	80.040.000	53.360.000	133.400.000
April	78.000.300	52.000.200	130.000.500
Mei	86.700.000	57.800.000	144.500.000
Juni	135.540.000	90.360.000	225.900.000
Juli	163.500.000	100.900.000	272.500.000
Agustus	103.500.000	69.000.000	172.500.000
September	106.200.300	70.800.200	177.000.500
Oktober	100.200.000	66.800.000	167.000.000
November	98.450.000	80.550.000	179.000.000
Desember	101.211.000	82.809.000	184.020.000

SUMBER : Rocket Chicken (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat hasil penjualan Rocket Chicken cabang Gajah Raya mengalami fluktuasi selama tahun 2018. Hasil penjualan mengalami penurunan pada bulan Februari, April, Agustus, dan Oktober. Penurunan terbesar terjadi pada bulan Juli yaitu 36% sejumlah Rp. 272.500.000 menjadi Rp. 172.500.000 pada Agustus dengan selisih mencapai Rp. 100.000.000. Selama tahun 2018 hasil penjualan terendah sebesar Rp. 111.200.500 pada Februari dan tertinggi pada Juli sebesar Rp. 272.500.000. Data tersebut menunjukkan bahwa beberapa bulan terjadi penurunan hasil penjualan pada Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Maka fenomena tersebut menarik

untuk diangkat menjadi sebuah penelitian. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, Harga, dan Persaingan terhadap Tingkat Penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan persaingan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H_1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

H_2 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

H_3 : Persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

H_4 : Harga, promosi, dan persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deduktif. Analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Sumber data yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah data diisi langsung oleh responden melalui kuesioner atau angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang pernah melakukan transaksi pembelian di Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Penjualan

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung variabel harga $6,100 > t$ tabel $1,986$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan koefisiensi regresi variabel harga sebesar $1,252$. Hal ini berarti bahwa pemberian harga yang sesuai kualitas produk akan meningkatkan penjualan (Kalangi dkk, 2017).

2. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Penjualan

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung variabel promosi $3,494 > t$ tabel $1,986$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan koefisiensi regresi variabel promosi sebesar $0,277$. Hal ini berarti bahwa meningkatkan kegiatan promosi dapat meningkatkan penjualan.

3. Pengaruh Variabel Persaingan Terhadap Penjualan

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hal ini dapat

dilihat pada hasil uji t yang diperoleh nilai t hitung variabel harga $4,241 > t$ tabel $1,986$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan koefisiensi regresi variabel persaingan sebesar $0,686$. Hal ini berarti bahwa jika kegiatan persaingan usaha dilakukan secara optimal maka akan meningkatkan penjualan (Sudrajat, 2019).

4. Pengaruh Variabel Harga, Promosi, dan Persaingan Terhadap Penjualan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), promosi (X_2), dan persaingan (X_3) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap penjualan (Y) Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar $60,400 > F_{tabel}$ $2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < \text{nilai taraf signifikansi } 0,05$. Hasil analisis data juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,663$. Berarti terdapat pengaruh variabel harga, promosi, dan persaingan terhadap penjualan sebesar $66,3\%$, sedangkan $33,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel harga terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Bagi Rocket Chicken agar selalu memperhatikan pemberian harga yang sesuai produk yang berdampak pada peningkatan penjualan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel promosi terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Bagi Rocket Chicken agar selalu meningkatkan kegiatan promosi sehingga semakin banyak konsumen yang mengetahui produk Rocket Chicken yang berdampak pada peningkatan penjualan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel persaingan terhadap penjualan Rocket Chicken Jalan Gajah Raya Semarang. Bagi Rocket Chicken agar selalu mengoptimalkan persaingan usaha yang akan meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, R. N. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Hakimi, H. (2015). Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kentucky Fried Chicken Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha 5*, 5.
- Kalangi dkk. (2017). Pengaruh Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Semen Tiga Roda Pada PT. Robocaga Beo Kabupaten Kepulauan Talaud. *Administrasi Bisnis 5*.
- Paramaesti, C., & Setiawan, K. (2018, September 16). *Tempo.co*. Dipetik November 11, 2019, dari Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1127039/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-867-persen-triwulan-ii-2018>
- Rizal. (2019, Januari 5). *Radars Jogja*. Dipetik November 11, 2019, dari Radar Jogja: <https://radarjogja.jawapos.com/2019/01/05/rocket-chicken-merambah-ke-kelas-premium/>

- Sudrajat, M. J. (2019). Pengaruh Persaingan Usaha Terhadap Volume Penjualan Warung Bakso Iyan (Mie Bakso Kuah). *FISIP UNPAS* .
- Syauki dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Penjualan Teh Poci. *Jurnal Humaniora* , 3.
- Tribun-Bali.com*. (2018, September 15). Dipetik November 11, 2019, dari *Tribun-Bali.com*: <http://bali.tribunnews.com/2018/09/15/ternyata-orang-indonesia-paling-gemar-makan-di-restoran-seperti-ini-apakah-anda-juga>
- Ujianti dkk. (2013). Pembelajaran Kontekstual Melalui Cooking Class Untuk Meningkatkan Keterampilan Motorik Halus Pada Anak. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Undiksha* 3 , 3.