

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang melakukan penilaian terhadap objek tertentu. Mulyana (2002) mendefinisikan bahwa persepsi adalah proses internal yang memungkinkan seseorang memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rancangan dari lingkungan dan proses tersebut mempengaruhi perilaku seseorang. Proses persepsi ini berkaitan dengan pemberian arti atau makna serta menginterpretasikan objek yang diamati. Manusia memilih hanya hal tertentu yang dirasa memberi manfaat dalam hidup mereka, lalu menata dan menafsirkannya secara selektif. Persepsi membentuk bagaimana manusia memahami orang lain dan dunianya sekaligus berbagai pilihan yang diambil dalam hidup mereka. Hal ini tentunya juga berlaku dalam proses keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen.

Mengetahui persepsi konsumen sangat penting untuk dilakukan demi pengembangan suatu usaha. Pentingnya sebuah persepsi seseorang terhadap suatu produk atau jasa tentunya dapat menentukan citra produk atau jasa tersebut di masyarakat. Baik buruknya persepsi merupakan proses penilaian seseorang terhadap objek atau informasi yang diterima melalui pengamatan dengan menggunakan indra yang dimiliki.

Ayam merupakan produk peternakan yang biasa menjadi alternatif konsumsi masyarakat sebagai pengganti daging sapi. Priyanto (2003) menyatakan bahwa konsumsi daging ayam meningkat paling pesat dibanding dengan daging sapi maupun kambing, keputusan pembelian yang rumit dan mahal mungkin melibatkan lebih banyak pertimbangan pembeli. Salah satu hasil olahan daging ayam yang banyak peminatnya di kalangan masyarakat adalah ayam olahan *fried chicken*. *Fried chicken* merupakan ayam goreng siap saji yang dibuat dari potongan daging ayam yang dilapisi tepung yang telah diberi bumbu sebelum dimasak, ayam goreng ini berasal dari ayam broiler. Ciri khas dari daging ayam broiler ini adalah dagingnya yang empuk dan banyak, rasanya yang khas dan enak serta pengolahannya yang mudah, tetapi cepat hancur dalam proses perebusan yang lama (Razak, 1997).

Tingginya minat masyarakat terhadap produk *fried chicken* dibuktikan dengan banyaknya ditemui *outlet-outlet fried chicken* yang membuka usahanya baik dalam bentuk restoran, warung-warung dan gerobak-gerobak *fried chicken* oleh pedagang kaki lima. Salah satu *outlet* yang menyajikan ayam goreng siap saji yaitu O'Chicken yang merupakan singkatan dari *Organik Fried Chicken*.

O'Chicken Jati resmi berdiri dikota Padang tanggal 7 juni 2015 yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan No 38, Kelurahan Jati, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang. Letak O'Chicken di Kelurahan Jati sangat strategis terletak di kawasan rumah sakit (RS Umum Pemerintah DR M. Djamil, RS Yos Sudarso), perkantoran (KPKNL Padang), sekolah (SD Pertiwi, SMP N 5 Padang) dan kampus (Fakultas Kedokteran Universitas Andalas dan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas). Bersebelahan dengan D'besto dilihat dari segi harga D'besto lebih murah dari O'Chicken, kelebihan O'Chicken dari D'besto adalah O'Chiken tanpa bahanpengawat dan dan tanpa bumbu penyedap MSG atau vetsin. Ada beberapa keistimewaan yang ditawarkan oleh O'Chicken yang tidak dimiliki *outlet fried chicken* lainnya yaitu daging ayam yang digunakan berasal dari ayam organik atau disebut juga dengan *ayam herbal* atau *ayam prebiotik*.

Ayam organik yang dimaksud adalah ayam broiler yang pemeliharaannya tidak menggunakan produk yang memiliki kandungan kimia seperti obat-obatan, antibiotik dan vitamin buatan pabrik. Sebagai penggantinya, digunakan bahan alami dan organik yang tidak menimbulkan residu bahan kimia pada ayam, yaitu menggunakan probiotik dan herbal (Jayanata dan Harianto, 2011). Ayam organik ini tidak menggunakan pakan umum yang mengandung hormon dan tidak disuntik antibiotik. Peternakannya milik sendiri serta didampingi dan disupervisi oleh Balitnak (Balai Penelitian Ternak).

Telah dilakukan proses pengujian secara berkala di Departemen Pertanian Bogor maupun Laboratorium independen lainnya dengan hasil lab positif bebas residu, antibiotik dan rendah kolestrol. Perbedaan daging ayam yang digunakan ini harapannya restoran O'Chicken dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam melakukan proses pembelian.

Salah satu hal yang mempengaruhi tingkat konsumsi terhadap suatu produk adalah harga. Berdasarkan survei awal yang dilakukan di restoran O'Chicken Jati, potongan daging *fried chicken* berpengaruh terhadap harga dan *outlet* O'Chicken juga menyediakan menu per paket. Adanya menu dalam bentuk paket ini bisa membantu konsumen dalam memilih makanan dan minuman yang ingin dibeli.

Selain itu, O'Chicken Jati juga menyediakan menu makanan lainnya seperti nasi goreng, soto O'Chicken, ayam geprek, ayam bakar, ayam penyet, kentang goreng, *chicken burger*, *chicken katsu* dan menu lainnya. Banyaknya menu yang tersedia ini akan berpengaruh juga terhadap jumlah pengunjung yang datang. Tidak hanya dalam bentuk makanan siap saji, O'Chicken Jati juga menyediakan daging ayam organik dalam bentuk mentah.

Pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia semakin bergerak menuju perubahan pola hidup yang lebih memerhatikan kesehatan. Munculnya kesadaran akan bahaya kandungan zat kimia membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih suatu produk pangan yang akan di konsumsi. Mengonsumsi produk pangan organik tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan dasar saja tetapi juga terdapat pertimbangan lainnya seperti tingkat keamanan (*food safety attributes*) dan kandungan gizi (*nutritional attributes*) dari produk makanan yang akan dikonsumsi serta ramah lingkungan (*eco-labelling attributes*) (Febrita, 2017). Sekarang tidak hanya petani sayuran dan buah yang mengecap manisnya berbisnis produk organik. Peternak unggas, khususnya broiler pun dapat merasakan peluangnya. Berbekal keunggulan produk, bisnis ayam broiler organik ini dapat membidik pangsa pasar yang peduli dengan kualitas dan kesehatan produk yang di konsumsi (Jayanata dan Harianto, 2011).

Semakin majunya ilmu pengetahuan, masyarakat semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan sehingga sedikit banyaknya mulai memilih untuk mengonsumsi makanan organik, sehingga dengan bahan organik yang ditawarkan di restoran O'Chicken menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Keputusan Konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dipengaruhi juga oleh karakteristik konsumen. Seperti yang diungkapkan Setiadi (2003) bahwa

keputusan pembelian pada konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Pihak O'Chicken Jati harus mengetahui bagaimana karakteristik konsumen secara umum, karena tingkat konsumsi setiap wilayah akan berbeda satu sama lain yang dipengaruhi oleh adanya perbedaan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan. Hal ini sangat berguna bagi pihak pengelola O'Chicken Jati untuk menetapkan segmentasi pasar yang cocok untuk diterapkan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, banyak usaha yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan, diantaranya mengetahui karakteristik konsumen, memahami persepsi atau penilaian konsumen terhadap perusahaan. Berdasarkan persoalan diatas, penulis sangat tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Terkait Persepsi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam Organik (Studi Kasus: Restoran Cepat Saji O'Chicken di Kota Padang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal diatas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen di restoran cepat saji O'Chicken?
2. Bagaimana faktor-faktor terkait persepsi konsumen terhadap produk olahan ayam organik di restoran cepat saji O'Chicken?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen di restoran cepat saji O'Chicken.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor terkait persepsi konsumen terhadap produk olahan ayam organik di restoran cepat saji O'Chicken.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini antara lain:

1. Sebagai referensi atau sumber informasi yang dapat membantu bagi penelitian selanjutnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.
2. Hasil penelitian sebagai bahan acuan dan sumber informasi bagi konsumen dalam memilih dan mengkonsumsi produk O'Chicken dan dapat dijadikan pedoman bagi pihak O'Chicken untuk meningkatkan pengembangan usahanya.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam membuat suatu kebijakan.