

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi yang terus berkembang setiap tahunnya, perlahan mengubah gaya hidup dan pola pikir masyarakat, dengan berkembangnya pola pikir dan gaya hidup masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan mengalami peningkatan. Gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis memicu tumbuhnya industri restoran. Hal ini disebabkan karena mobilitas masyarakat yang semakin tinggi sehingga banyak kegiatan/aktivitas yang dilakukan di luar rumah yang pada akhirnya memperbesar kemungkinan untuk makan di luar (Widodo, 2012).

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman tercatat sebagai salah satu potensi bisnis yang tinggi. Hal ini karena makanan adalah kebutuhan semua orang, banyak gerai makanan yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk inovasi. Mulai dari yang sederhana hingga yang mewah. Hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi semua orang. Alasan rasional gerai makanan tumbuh berkembang dikarenakan bisnis ini menjanjikan keuntungan yang besar (Nonto, 2006)

Pada zaman saat ini, manusia memiliki tingkat kesibukan yang semakin meningkat sehingga mereka tidak memiliki cukup waktu untuk menyiapkan makanannya sendiri di rumah. Hal ini yang membuat mereka mencari cara alternatif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang praktis dan instan. Untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka yang serba instan maka makanan cepat saji (*fast food*) menjadi pilihan utama yang dapat diperoleh di

restoran cepat saji dengan berbagai macam pilihan yang tersedia. Makanan cepat saji merupakan makanan yang diolah dan disajikan dengan waktu yang singkat serta memiliki standar tertentu dalam produk, mutu dan pelayanan, yang produknya dapat dikonsumsi secara langsung seperti *sandwich*, *pizza* dan makanan berbasis ayam.

Salah satu makanan cepat saji (*fast food*) yang populer di kalangan masyarakat ialah makanan olahan berbasis ayam seperti *fried chicken*, karena hampir disukai semua kalangan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Banyak gerai *fried chicken* yang memperluas usaha bisnis makanan cepat saji hingga ke berbagai daerah, termasuk di daerah Sumatera Barat seperti KFC, Mc. Donalds, Richeese Factory, d'BestO dan lain-lain. Bahkan *fried chicken* tidak hanya populer di pusat-pusat kota, namun juga merambah ke berbagai daerah termasuk di Padang Aro Kabupaten Solok Selatan, ini terbukti dengan banyaknya gerobak-gerobak penjual *fried chicken* kaki lima di Padang Aro, ditambah lagi dengan adanya waralaba yang membuka cabang di daerah Padang Aro yaitu seperti Top Chicken, Star Chicken, dan Boss Chicken. Usaha lain yang berbasis ayam seperti pecel ayam juga bisa menjadi pesaing bagi usaha tersebut.

Dari tiga outlet tersebut, restoran Top Chicken merupakan restoran yang paling stabil dan mampu bertahan lebih dari empat tahun. Restoran Top Chicken merupakan salah satu restoran waralaba yang bergerak dalam bidang usaha ayam goreng, Top Chicken resmi membuka cabang di Padang Aro Kabupaten Solok Selatan pada tanggal 19 Desember 2017 yang dipimpin oleh Ibu Reno Feronika, dengan letak lokasi yang strategis yaitu di dekat sekolah menengah pertama dan

dekat dengan pasar yang menjadi pusat perbelanjaan, terdapat juga kantor-kantor yang mana pegawai yang bekerja disana menjadi pelanggan dari gerai Top Chicken.

Dari kondisi tersebut, tergambar bahwa konsumennya adalah siswa sekolah, pegawai negeri dan swasta, disamping itu juga tidak tertutup kemungkinan masyarakat lainnya yang juga sering melakukan pembelian di restoran Top Chicken. Dengan demikian target pasarnya sudah jelas, namun jika sekolah dalam keadaan libur otomatis pendapatan restoran juga menurun.

Gerai Top Chicken bukan hanya dijadikan sebagai tempat makan dan minum saja tetapi juga dijadikan sebagai tempat berkumpul keluarga, perayaan ulang tahun serta acara lainnya. Menu paket yang paling diminati yaitu Paket Hemat A (paha + nasi + mineral) dengan harga Rp 14.000. Selain menjual *fried chicken* sebagai menu utamanya, restoran juga menjual makanan dan minuman lainnya seperti nasi goreng, *burger*, *nugget*, kentang goreng, berbagai macam jus, *milkshake*, dan *coffee*. Rata-rata dalam sehari Top Chicken mampu memperoleh omset Rp 1.500.000 hingga 2.000.000 per hari, dengan jam buka dari jam 08.00-22.00 malam dan buka setiap hari.

Adanya restoran sejenis maupun restoran biasa lainnya membuat persaingan semakin kuat, baik dari segi penjualan, produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2000). Tingginya tingkat persaingan diantara restoran cepat saji seperti Top Chicken, Star Chicken, dan Boss Chicken dan restoran sejenis lainnya maka berbagai cara dilakukan oleh restoran-restoran cepat

saji untuk memenangkan hati konsumen, diantaranya dengan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam persaingan, Top Chicken mencoba memenangkan pasar dengan menawarkan kualitas produk yang sangat baik dan mampu bersaing dengan restoran cepat saji dan restoran sejenis lainnya, dengan harga yang ditawarkan Top Chicken menyesuaikan dengan daya beli masyarakat luas sehingga mampu menarik minat pembeli dari semua kalangan masyarakat, baik dari kelas menengah ke atas ataupun kelas menengah ke bawah. Namun ada beberapa hal yang menjadi keluhan pelanggan misalnya pada bauran produk seperti besar potongan ayam, bauran bukti fisik seperti lahan parkir yang kurang memadai dan kurangnya ketersediaan tisu sebagai pembersih di wastafel, hal ini karena di Top Chicken tidak memiliki alat pengering seperti yang terdapat pada restoran waralaba ayam goreng lainnya. Hal lain yang dikeluhkan pelanggan yaitu pada bauran proses seperti kecepatan dalam menyajikan pesanan kepada pelanggan dan ketepatan dalam transaksi. Hal ini sangat penting untuk diketahui oleh pihak restoran Top Chicken agar mampu meningkatkan kinerja karyawan supaya bisa menjawab keluhan dari konsumen, sehingga sesuai dengan harapan konsumen serta kepuasan konsumen mampu tercapai dengan baik.

Pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian selain kualitas produk, biasanya dipengaruhi oleh harga, tempat, promosi, orang (personel), proses dan bukti fisik. Oleh karena itu strategi bauran pemasaran memegang peranan penting untuk keberhasilan suatu usaha. Bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran (Kotler, 2003). Pihak Top

Chicken harus mampu mengidentifikasi bauran apa saja yang penting dan berpengaruh bagi konsumen dalam mempertahankan pelanggan.

Hal tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan dengan mengetahui terlebih dahulu karakteristik konsumen secara umum. Bagi suatu perusahaan, ini sangat bermanfaat karena konsumsi tiap wilayah akan berbeda satu sama lain yang dipengaruhi oleh adanya perbedaan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan. Sumarwan (2003) menyatakan bahwa pemasar bertanggung jawab untuk memahami konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen, memahami bagaimana selera konsumen serta memahami bagaimana konsumen tersebut mengambil keputusan.

Setelah mengetahui karakteristik konsumen, perilaku konsumen sangat penting untuk diketahui setiap restoran cepat saji, misalnya seperti mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk serta ketepatan layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang baik untuk diberikan kepada konsumen bisa berupa pelayanan yang ramah, berpenampilan rapi, menarik, dan juga kecepatan pelayanan dalam penyajian, sehingga memberikan kesan yang baik dan nyaman bagi konsumen dan meningkatkan kualitas layanan. Dengan hal itu konsumen akan tertarik dan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan puas dengan layanan restoran akan membeli secara berulang terhadap produk yang ditawarkan (Pradhana, 2015).

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Fried Chicken Pada Restoran Cepat Saji Top Chicken Di Padang Aro Kabupaten Solok Selatan"**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen *fried chicken* di restoran cepat saji Top Chicken?
2. Bagaimana karakteristik pembelian *fried chicken* di restoran cepat saji Top Chicken?
3. Bagaimana kepuasan konsumen *fried chicken* terhadap bauran pemasaran 7P di restoran cepat saji Top Chicken?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen *fried chicken* di restoran cepat saji Top Chicken.
2. Untuk mengetahui karakteristik pembelian *fried chicken* di restoran cepat saji Top Chicken.
3. Untuk menganalisis kepuasan konsumen *fried chicken* terhadap bauran pemasaran di restoran cepat saji Top Chicken.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberi kontribusi pengembangan ilmu pemasaran khususnya tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.
2. Sebagai bahan informasi bagi peneliti tentang pentingnya kepuasan konsumen.
3. Sebagai informasi terhadap para pengusaha untuk mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan rumah makan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
4. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam membuat sebuah kebijakan.