BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan gaya hidup pada masyarakat yang semakin dinamis, telah mengakibatkan perubahan pola hidup pada masyarakat itu sendiri, salah satunya perubahan dalam pola makan. Pola makan masyarakat kini semakin beragam, dengan memunculkan kebutuhan untuk mengkonsumsi makanan secara praktis dan cepat. Kesibukan dan kegiatan masyarakat sekarang yang banyak menyita waktu, menyebabkan mereka tidak memiliki waktu yang cukup untuk menyiapkan makanan dirumah atau memesan makanan di restoran biasa. Kondisi ini akhirnya memunculkan konsep hidangan makanan *fast food* (makanan cepat saji) yang dapat diperoleh langsung di restoran cepat saji dengan berbagai pilihan produk yang disediakan berbagai perusahaan saat ini. Fast food adalah jenis makanan yang mudah dikemas, disajikan, dan praktis. Jenis fast food saat ini cukup beragam, misalnya adalah hamburger, fried chicken, french fries potatoes, soft drink, dan pizza (Sari, 2008).

Perubahan gaya hidup masyarakat dalam mengonsumsi makanan cepat saji pada saat ini cukup tinggi, dengan melihat gaya hidup pada masyarakat kota yang serba praktis sangat memungkinkan masyarakat pada era modern ini sulit untuk menghindari makanan cepat saji *(Fast food)*. Beberapa masyarakat yang mempunyai waktu lebih banyak diluar rumah akan cenderung memilih makanan cepat saji *(fast food)* karena dinilai lebih praktis dan fast food ini sendiri juga memiliki beberapa kelebihan yang mendukung gaya hidup masyarakat tersebut yaitu penyajian produknya yang cepat sehingga tidak menghabiskan waktu lama dan dapat dihidangkan dan dikonsumsi kapan dan dimana saja serta dianggap sebagai makanan yang bergengsi.

Salah satu produk fast food adalah produk olahan ayam yang populer di kalangan masyarakat saat ini 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).

Mengonsumsi fast food khususnya fried chicken dalam kehidupan sehari-hari mungkin dapat menghemat waktu, tetapi fast food bukanlah makanan yang tepat dan sehat untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh manusia. Akan tetapi kebanyakan masyarakat kurang menyadari bahwa fast food hanya memiliki sedikit zat gizi, tetapi memiliki jumlah kalori dan lemak yang berlebihan sehingga mengonsumsi fast food yang berlebihan akan menyebabkan efek negatif pada status gizi dan kesehatan masyarakat. Melihat kondisi tersebut, munculah inovasi baru pada produk fried chicken yang menawarkan nilai gizi yang tinggi dan baik untuk kesehatan, yaitu dengan menggunakan ayam organik sebagai produk utamanya.

Pada saat sekarang ini, adanya pesaing ayam boiler biasa yaitu ayam broiler organik. Ayam broiler organik 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 goreng *(fried chicken)* organik ini memiliki perbedaan dengan ayam goreng *(fried chicken)*memiliki beberapa kelebihan yaitu berasal dari ayam probiotik yang memiliki manfaat bagi kesehatan dan rendah kandungan lemak sehingga tidak berbahaya jika dikonsumsi berlebihan. Ayam organik mulai banyak diminati oleh masyarakat, namun tingkat konsumsi masyarakat masih rendah terhadap ayam organik. Hal ini disebabkan oleh adanya gaya hidup dari masyarakat itu sendiri dan kurangnya pemahaman serta kesadaran masyarakat terhadap manfaat makanan organik. Padahal ayam organik mempunyai kandungan gizi lebih tinggi yang memberikan manfaat dan gizi yang tinggi pada tubuh.

Di kota Padang, restoran fast food sudah berkembang pesat, terutama usaha waralaba restoran cepat saji yang menjadikan fried chicken produk utamanya. Usaha waralaba fried chicken yang menjadikan ayam organik sebagai produk andalan mereka adalah Organic Fried Chicken atau disingkat dengan O'Chicken yang menawarkan keistimewaan yaitu produk yang disajikan berasal dari ayam organik atau disebut juga dengan ayam herbal yang memiliki gizi dan manfaat bagi

kesehatan karena rendahnya kandungan lemak pada ayam tersebut sehingga akan mengurangi kadar kolesterol. O'Chicken dapat menjadi pesaing bagi fried chicken merek lain yang sejenis dan sudah lebih dulu berdiri serta adanya peluang bagi masyarakat yang mempunyai pola hidup sehat untuk mengonsumsi ayam organik yang diketahui memiliki banyak manfaat. Oleh karena itu, peneliti mengambil KFC sebagai salah satu usaha waralaba fried chicken anorganik dan KFC merupakan usaha waralaba fried chicken yang sudah lama berdiri di kota Padang serta banyak diminati oleh masyarakat di kota Padang.

Dapat dilihat ada dua usaha sejenis dengan produk yang sama tapi menawarkan spesifikasi produk yang berbeda, produk fried chicken anorganik dan produk fried chicken dari ayam organik, dimana O'Chicken yang menjual produk ayam goreng yang dispesifikasi dari ayam organik yang menjadi perbedaan dari pesaing-pesaing produk sejenis dan KFC dengan spesifikasi produk ayam goreng biasa. Dari perbedaan diatas, O'Chicken dan KFC harus mengetahui bagaimana karakteristik konsumen secara umum karena konsumsi tiap wilayah akan berbeda satu sama lain yang dipengaruhi oleh adanya perbedaan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan jumlah pendapatan. Hal ini berguna bagi O'Chicken dan KFC dalam menetapkan segmentasi pasar yang cocok untuk di terapkan dan juga akan timbul perbedaan dalam perilaku konsumen dua produk berbeda tersebut serta memahami perilaku konsumen sangat penting untuk dilakukan, diantaranya mengetahui kepuasan konsumen dalam mengonsumsi antara produk O'Chicken dan KFC.

B. Perumusan Masalah

Saat ini, usaha bisnis fried chicken berkembang pesat di kota Padang baik waralaba maupun tidak, ini dibuktikan dengan banyaknya outlet-outlet fried chicken yang membuka cabangnya di Kota Padang seperti Kentucky Fried Chicken, Mc. Donalds, California Fried Chicken, Texas Chicken, d'BestO, O'Chicken dan lain-lain, ditambah lagi dengan banyaknya warung-warung dan gerobak-gerobak penjual fried chicken kaki lima di tempat-tempat strategis baik di pusat kota,maupun di pinggiran kota Padang yang menjual produknya dengan harga yang bersaing.

Kota Padang merupakan salah satu kota dengan beberapa outlet makanan franchise yang cukup banyak dengan berbagai macam pilihan aneka ragam makanan cepat saji yang outlet-outlet tersebut telah memiliki izin untuk berwiralaba dengan memenuhi berbagai syarat tertentu. Restoran cepat saji yang menjadikan fried chicken sebagai produk utamanya juga cukup banyak di kota Padang. Berdasarkan data perizinan usaha dari Dinas Permodalan dan PTSP kota Padang tahun 2017 sampai dengan bulan september 2018 terhitung ada 7 usaha *Fried Chicken* yang sudah memiliki dan memperpanjang izin usaha perusahaannya. (lampiran 1).

KFC di Kota Padang memiliki outlet sebanyak 5 outlet di Kota Padang. KFC Plaza Andalas yang berlokasikan di Pusat Perbelanjaan Plaza Andalas Lantai 1, Jl. Pemuda, Olo, Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. KFC Plaza Andalas ini dimanajeri oleh Budi yang merupakan alumni Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. KFC Plaza Andalas menawarkan menu yang sama dengan KFC lainnya di kota Padang yaitu dengan menonjolkan produk fried chicken. Lokasi outlet KFC Plaza Andalas ini cukup strategis sehingga sangat menguntungkan baik bagi pihak KFC maupun konsumen, karena outlet ini mudah dijangkau oleh konsumen. Mengandalkan lokasi yang strategis yang terletak di pusat perbelanjaan berdampak pada keuntungan penjualan produk pada KFC Plaza Andalas meningkat setiap harinya.

O'Chicken sendiri di Kota Padang memiliki 3 Outlet yang terletak di Jati, Gadjah Mada dan S. Parman. O'Chicken S.Parman merupakan kepala cabang dari outlet-outlet O'Chicken di kota Padang. O'Chicken S.Parman ini berdiri pada tahun 2013 dan berlokasikan di Jl. S. Parman No. 106, Lolong Belanti, Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat. O'Chicken ini merupakan menawarkan beberapa keistimewaan yaitu produk khususnya fried chicken yang dihasilkan berasal dari ayam organik yang memiliki gizi dan manfaat bagi kesehatan karena rendahnya kandungan lemak pada ayam tersebut sehingga akan mengurangi kadar kolesterol. O'Chicken ini secara tidak langsung juga memiliki misi untuk menjadi restoran franchise khususnya fried chicken yang diminati masyarakat kota Padang selayaknya KFC yang memiliki positioning di masyarakat kota Padang. Melalui produk yang ditonjolkan O'Chicken yaitu Ayam Organik, O'Chicken berupaya

untuk membentuk kesadaran masyarakat untuk mengubah gaya hidup dalam pola makan masyarakat yang cenderung menyukai makanan yang praktis dengan menawarkan produk fried chicken yang berbeda dengan mengutamakan nilai gizi pada produknya. Akan tetapi O'Chicken masih kurang diminati oleh masyarakat, karena beberapa masyarakat belum memahami apa itu ayam organik dan menganggap organik itu mahal serta strategi pemasaran yang digunakan belum efektif.

Berdasarkan data izin usaha diatas, outlet O'Chicken S.Parman dan KFC Plaza Andalas tidak terdaftar pada data terbaru perizinan usaha dari Dinas Permodalan dan PTSP kota Padang tersebut karena izin Usaha O'Chicken S.Parman dan KFC Plaza Andalas sedang dalam pengurusan.

Perkembangan O'Chicken selama 3 tahun terakhir cukup stabil karena masih banyaknya pelanggan atau konsumen tetap yang mengonsumsi produk fried chicken organik ini dikarenakan gaya hidup konsumen tersebut yang sangat masih memperhatikan kesehatan. Berbeda dengan KFC yang mengalami peningkatan penjualan perharinya padahal dari gizi produk sangat rendah.

Oleh karena itu, pada kasus ini, peneliti mengambil kasus bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap O'Chicken dan KFC di kota Padang, dimana peneliti memilih outlet O'Chicken S.Parman karena outlet tersebut merupakan kepala cabang dari beberapa outlet O'Chicken di kota Padang dan KFC Plaza Andalas dengan tingkat penjualan yang tinggi perharinya sehingga dianggap outlet yang paling ramai dikunjungi pengunjung dengan alasan lokasi yang strategis.

Kedua tempat ini sengaja disandingkan dengan alasan untuk melihat bagaimana perbedaan karakteristik dan kepuasan antara konsumen yang telah mengonsumsi fried chicken organik (O'Chicken) dan fried chicken anorganik (KFC). Dengan melihat bagaimana karakteristik dan kepuasan konsumen kedua produk tersebut maka dapat kita lihat bagaimana perilaku konsumsi konsumen itu sendiri, apakah konsumen tersebut akan merasa puas mengonsumsi ayam goreng anorganik atau lebih cenderung memperhatikan pola hidup yang sehat dengan mengonsumsi ayam organik.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Kepuasan Konsumen**

***Fried Chicken* di Kota Padang (O'Chicken S.Parman dan KFC Plaza Andalas)"** dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen O'Chicken S Parman dan Kentucky Fried Chicken (KFC) Plaza Andalas?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap O'Chicken S Parman dan KFC Plaza Andalas?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen O'Chicken dan KFC.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen O'Chicken dan KFC

D. Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini dapat dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa yang berkaitan dengan konsumen, khususnya mengenai karakteristik dan persepsi konsumen terhadap pembelian dan konsumsi suatu produk makanan
2. Bagi instansi, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan informasi atau sumbangan pemikiran merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi strategi pemasaran.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA