

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan cepat saji yang ada di Indonesia semakin hari semakin mengalami pertumbuhan pesat. Perubahan pola makan dari sebagian masyarakat dapat mempengaruhi timbulnya tuntutan pemenuhan kebutuhan pangan yang berkualitas, harga yang terjangkau, dan praktis. Peningkatan kualitas makanan dan pelayanan dilakukan agar perusahaan dapat menarik minat beli dan memuaskan konsumen agar tetap kompetitif. Makanan cepat saji (*fastfood*) sudah menjadi gaya hidup dan ciri masyarakat modern (widyaningrum, 2010). Usaha kuliner di Indonesia juga beragam, mulai dari usaha sendiri atau perseorangan hingga usaha dibidang waralaba/*franchise*. Secara umum, bisnis kuliner dibidang waralaba/*franchise* merupakan cara bisnis dengan memperluas dan mendapatkan pasar secara efisien dengan membeli merek dagang dan memperluas usaha kuliner yang sudah terkenal.

Persebaran usaha di bidang kuliner sangat pesat. Selain perputaran modal yang sangat cepat, kemudahan mendapatkan bahan baku juga dapat menjadi salah satu faktor banyaknya usaha kuliner. Daging ayam menjadi salah satu yang paling banyak diminati pengusaha kuliner sebagai bahan dasar produk mereka. Hal ini disebabkan daging ayam sangat mudah diolah menjadi berbagai macam makanan yang lezat. Selain jumlah produksi yang meningkat, konsumsi masyarakat akan daging ayam juga meningkat.

Daging ayam memang menjadi salah satu makanan pendamping yang paling mudah dikonsumsi untuk konsumen-konsumen Indonesia, mudah dicari dan harganya pun masih terjangkau. Menurut Kotler dan Amstrong (2005), kualitas

produk merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (*Target Market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat atau kepuasan, seperti benda, jasa, organisasi, tempat, dan ide.

Ayam Gepuk Pak Gembus merupakan merek dagang dari salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *food and beverages*. Ayam Gepuk Pak Gembus telah dikenal oleh masyarakat sejak 2013, dan akhirnya mendirikan sebuah perusahaan bernama PT. Yellow Food Indonesia didirikan pada tahun 2015 oleh seseorang yang berasal dari Magelang. Ayam Gepuk Pak Gembus sudah memiliki sekitar ± 700 cabang yang tersebar di berbagai daerah besar di Indonesia dan Malaysia.

Outlet Ayam Gepuk Pak Gembus memperoleh bahan baku dari perusahaan yang mengawasinya, yaitu daging ayam sebagai bahan baku utama, bahan baku tambahan seperti tahu dan tempe, berbagai sate, sayuran seperti kol, timun, cabai, bawang putih, serta berbagai ritel seperti minyak goreng, minyak wijen, bumbu ungkep, dan bumbu sambal. Selain menjual bahan baku kepada konsumen, salah satu faktor lainnya yang mendukung restoran Ayam Gepuk Pak Gembus yakni adalah jasa/pelayanan. Oleh sebab itu kepuasan konsumen masing-masing outlet ini menjadi sangat penting. Salah satu cara bagi perusahaan-perusahaan dibidang waralaba yakni dengan memberikan kepuasan terhadap konsumennya, agar dapat terus mengikuti pasar dan memperluas pasar seiring waktu yang terus berubah.

Oleh karena itu, pemahaman tentang hubungan antara peternakan dan restoran Ayam Gepuk Pak Gembus menjadi penting untuk menilai bagaimana perusahaan seperti Ayam Gepuk Pak Gembus dapat mendukung industri peternakan sambil memitigasi dampak negatifnya terhadap lingkungan dan

masyarakat. Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh menjadi pilihan peneliti karena merupakan salah satu cabang restoran cepat saji yang berada pada lokasi strategis dekat dengan lingkungan pelajar atau mahasiswa, namun dari sudut pandang konsumen masih memiliki kekurangan dari segi kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dan belum sepenuhnya memperhatikan apa yang diinginkan konsumen untuk mendapatkan daya tarik dan kepuasan. Terutama layanan yang berkaitan dengan apa (*what*) yang disajikan dan bagaimana (*how*) menyajikannya.

Perusahaan harus dapat membuat produk yang memiliki keunggulan dan keunikan sehingga dapat membedakannya dengan produk pesaing. Apabila produk dan kinerja yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen pada akhirnya akan menjadikan konsumen loyal. Dengan cara mengamati konsumen tentunya bermanfaat untuk manajemen restoran Ayam Gepuk Pak Gembus agar dapat membuat kesimpulan seperti apa konsumen saat ini. Kepuasan konsumen itu penting untuk restoran Ayam Gepuk Pak Gembus sendiri, dan bisa mengetahui kebutuhan serta harapan dari konsumen agar bisa membuat pelayanan yang lebih baik lagi dan meningkatkan minat beli konsumen.

Layanan yang diterapkan oleh perusahaan belum tentu menjamin perusahaan dapat mencapai tujuannya. Karena persaingan ketat sangat mempengaruhi dalam suatu keberhasilan atau tidaknya perusahaan tersebut dalam menerapkan sebuah layanan. Maka dari itu untuk memenuhi peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen, melalui dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible* merupakan tuntutan bagi Ayam Gepuk Pak Gembus untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Dalam peningkatan kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan maka demikian peneliti tertarik melaksanakan penelitian untuk mengetahui sejauh mana konsumen merasa puas dalam menikmati pelayanan yang diberikan oleh perusahaan restoran Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh di kota Padang.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tingkat Kualitas Layanan Restoran Ayam Gepuk Pak Gembus (Studi Kasus Outlet Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh Padang)” agar penulis dapat mengetahui dan menganalisis tingkat kualitas layanan restoran cepat saji Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh Padang.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kualitas layanan Outlet Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh Padang

1.3. Tujuan Penelitian

Menganalisis tingkat kualitas layanan Outlet Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai tingkat kualitas layanan Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Pauh Padang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang tingkat kualitas layanan.