

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap sumber protein hewani mendorong berkembangnya sektor peternakan, khususnya komoditas ayam broiler yang memiliki tingkat konsumsi relatif tinggi dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi daging ayam broiler di Kota Padang mencapai 0,185 per kapita pada tahun 2024, yang menunjukkan adanya potensi besar dalam pengembangan hilirisasi produk peternakan melalui pengolahan ayam broiler menjadi produk siap konsumsi. Hilirisasi produk peternakan tersebut dapat berguna untuk meningkatkan nilai tambah. Badaruddin *et al.*, (2022) mengatakan bahwa ayam broiler merupakan komoditas unggas yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena harga ayam yang terjangkau dan persepsi masyarakat bahwa ayam sumber protein yang sehat dan mudah diolah. Pertambahan konsumsi juga dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat modern yang cenderung menyukai makanan praktis dan cepat saji.

Gaya hidup tersebut menciptakan peluang pasar yang besar bagi pelaku usaha kuliner, baik skala besar maupun UMKM, yang pada akhirnya memicu dinamika persaingan usaha. Peluang pasar yang luas mendorong munculnya berbagai merek makanan cepat saji berbasis ayam di berbagai kota yang saling bersaing melalui inovasi produk dan konsep penyajian. Menurut Ranggayuni dan Nuraini (2021), terdapat beberapa jenis makanan cepat saji, salah satunya adalah fried chicken atau ayam goreng. Ayam goreng tidak hanya mencakup ayam berbalut tepung ala restoran cepat saji, tetapi juga variasi lokal seperti ayam geprek. Menurut

Wirawan et al. (2019), ayam geprek merupakan inovasi kuliner yang menggabungkan daging ayam yang dibalut tepung dan digoreng hingga renyah, kemudian diberi sambal pedas serta berbagai rempah, lalu diolah dengan cara digeprek atau dihaluskan.

Seiring dengan berkembangnya berbagai inovasi makanan cepat saji berbasis ayam khususnya ayam geprek yang semakin diminati masyarakat, kondisi ini turut memengaruhi tingginya permintaan pasar terhadap produk tersebut di berbagai daerah termasuk Kota Padang. Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat memiliki jumlah penduduk yang cukup tinggi, yaitu sebanyak 919.145 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022). Daerah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi umumnya memiliki prospek bisnis yang menjanjikan, terutama dalam sektor kuliner yang diminati oleh berbagai kalangan.

Salah satu kawasan yang memiliki potensi besar di Kota Padang adalah Pasar Baru. Tingginya jumlah penduduk di kawasan ini, ditambah dengan keberadaan institusi pendidikan seperti Universitas Andalas, turut meningkatkan jumlah mahasiswa yang berpotensi menjadi konsumen. Lokasinya yang berada di sekitar kampus dan area kos-kosan mahasiswa menjadikan Pasar Baru sebagai kawasan strategis bagi usaha kuliner cepat saji ayam geprek. Menurut Hidayat dan Sri (2013), lokasi strategis seperti pusat kota dan area sekitar kampus umumnya dipilih oleh pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama pelajar dan mahasiswa yang menjadi target utama makanan cepat saji.

Salah satu jenis ayam geprek yang disajikan dengan perpaduan lobak goreng yang diberi nama dengan penamaan minang yaitu Ayam Takapik. Outlet Ayam Takapik didirikan oleh Amirul Ihsan dan Fajar Putra Utama pada tanggal 20

Januari 2018. Outlet Ayam Takapik beralamat di Jalan Dr. M Hatta no 12 Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh, Kota Padang. Ayam Takapik ini memiliki penjualan rata-rata harian sebesar 60 ekor ayam broiler untuk diolah menjadi berbagai menu yang lezat yang akan dipasarkan.

Outlet Ayam Takapik memiliki jam operasional selama 14 jam setiap harinya dimulai dari pukul 10.00 sampai dengan pukul 00.00 WIB. Ayam Takapik menyajikan beragam menu berbahan dasar ayam, mulai dari ayam takapik, ayam bakar, ayam sambal matah, hingga pecel ayam *yampik*. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp 12.000 per porsi untuk ayam tanpa nasi dan Rp 15.000 per porsinya dengan nasi, serta tersedia pula paket hemat mulai dari Rp 18.000 hingga Rp 43.000 per pakatnya.

Dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner, Ayam Takapik menghadapi berbagai tantangan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) yang berdampak langsung terhadap kepuasan konsumen. Pada sisi produk, Ayam Takapik tidak hanya mengandalkan sambal pedas, tetapi juga menawarkan variasi sambal seperti sambal hijau dan sambal merah khas Padang, serta disajikan dengan lobak goreng yang jarang ditemukan di ayam geprek lainnya. Pada segi harga, Ayam Takapik sedikit lebih mahal dari pesaingnya seperti Ayam Remuk Sambal Mercon yang menawarkan ayam geprek dengan nasi, lalapan dan es teh seharga Rp 16.000 sedangkan pada Ayam Takapik dengan harga Rp 15.000 hanya mendapatkan ayam geprek dengan nasi dan lalapan. Es teh pada Outlet Ayam Takapik dijual dengan harga terpisah yaitu seharga Rp 5.000.

Ayam Takapik dengan pesaingnya yaitu Ayam Gepuk Pak Gembus, keduanya sama – sama menyajikan ayam dengan lalapan kol yang digoreng.

Namun keduanya memiliki perbedaan pada harga jualnya. Harga per porsi untuk sajian ayam dengan nasi pada Outlet Ayam Takapik adalah Rp 15.000 yang dilengkapi dengan lalapan kol goreng. Sedangkan pada Ayam Gepuk Pak Gembus harga per porsi untuk ayam dengan nasi adalah Rp 25.000 yang juga disajikan dengan kol goreng. Outlet Ayam Takapik tidak menyajikan sambal di atas potongan ayam gepreknya seperti Ayam Gepuk Pak Gembus, namun rasa pedas yang dimiliki pada Ayam Takapik sudah menyatu pada ayam geprek yang disajikan. Apabila konsumen menginginkan tambahan sambal, konsumen dapat memintanya di bagian kasir. Kasir akan memberikan sambal dalam porsi kecil sesuai dengan pilihan konsumen.

Pada sisi tempat, Outlet Ayam Takapik menggunakan meja berbahan marmer, berbeda dengan Outlet Ayam Remuk Sambal Mercon yang menggunakan meja kayu biasa. Lokasi Outlet Ayam Takapik bersifat terbuka sehingga memungkinkan masuknya sirkulasi udara alami dari berbagai sisi. Hal ini berbeda dengan Outlet Ayam Gepuk Pak Gembus yang letaknya cukup menjorok ke dalam, dengan area makan berada di bagian dalam dari area kasir, sehingga sirkulasi udara yang masuk relatif terbatas. Selain itu, lantai yang digunakan pada Outlet Ayam Takapik masih berbahan kayu, sedangkan Outlet Ayam Remuk Sambal Mercon dan Ayam Gepuk Pak Gembus telah menggunakan lantai keramik

Meskipun Ayam Takapik telah berupaya membedakan diri dari kompetitornya seperti Ayam Remuk Sambal Mercon, Ayam Gepuk Pak Gembus, dan outlet ayam geprek lainnya melalui strategi produk dan penetapan harga, namun persaingan yang semakin ketat dengan produsen ayam geprek di lokasi yang sama, kurangnya inovasi produk, serta pemanfaatan media sosial yang belum maksimal



sebagai media promosi menjadi beberapa faktor penghambat dalam memperluas pangsa pasar. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku yang tidak stabil juga menjadi kendala pelaku usaha dalam menjaga kesinambungan produksi dan mutu rasa, sehingga konsistensi produk berpotensi mengalami penurunan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kepuasan konsumen, terutama bagi pelanggan yang mengutamakan kenyamanan saat berkunjung maupun kemudahan dalam memperoleh informasi promosi secara daring.

Situasi ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen sangat bergantung pada efektivitas penerapan bauran pemasaran 4P, yang mencakup produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Keempat elemen ini saling berkaitan dan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan oleh suatu produk atau layanan. Jika salah satu aspek kurang optimal seperti promosi yang tidak menjangkau target pasar, maka hal tersebut dapat menurunkan kepuasan pelanggan meskipun aspek lain sudah baik. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh masing-masing variabel bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen menjadi penting bagi Ayam Takapik agar dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar kuliner yang semakin ketat.

Untuk lebih memahami tingkat kepuasan konsumen pada Outlet Ayam Takapik, penting untuk terlebih dahulu mengenali karakteristik konsumen yang dilayani. Dengan memahami siapa konsumen sebenarnya pelaku usaha dapat menyesuaikan produk secara lebih tepat. Dalam pasar yang menawarkan banyak

pilihan serupa, konsumen tidak hanya mempertimbangkan apa yang mereka beli tetapi juga bagaimana pengalaman mereka selama membeli. Oleh karena itu, keberlanjutan sebuah usaha sangat bergantung pada sejauh mana pemahaman pelaku bisnis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Pelaku usaha yang mampu mengidentifikasi karakteristik konsumen serta menerapkan strategi bauran pemasaran 4P secara tepat, maka hal ini dapat berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan dan mendorong terciptanya loyalitas dalam jangka panjang.

Keberhasilan dalam memasarkan suatu produk tidak semata-mata bergantung pada kualitasnya saja. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan secara efektif juga memegang peranan penting dalam menarik dan mempertahankan minat konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mendalam mengenai sejauh mana unsur-unsur dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Ayam Takapik. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun dengan judul : **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Outlet Ayam Takapik Pasar Baru Padang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang melakukan pembelian produk pada Outlet Ayam Takapik Pasar Baru Padang?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Outlet Ayam Takapik Pasar Baru Padang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang melakukan pembelian produk pada Outlet Ayam Takapik Pasar Baru Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Outlet Ayam Takapik Pasar Baru Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh elemen-elemen bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen di Outlet Ayam Takapik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan referensi bagi pelaku usaha kuliner lainnya dalam memahami pentingnya penerapan bauran pemasaran yang tepat untuk menciptakan kepuasan konsumen.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan, referensi, dan perbandingan bagi mahasiswa atau peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis, khususnya yang berkaitan dengan bauran pemasaran dan kepuasan konsumen.

