

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di era moderen saat ini telah menciptakan perubahan signifikan terhadap perilaku dan gaya hidup masyarakat. Transformasi dari masyarakat tradisional menuju masyarakat moderen ditandai dengan kemajuan teknologi, mobilitas yang tinggi, serta akses informasi yang semakin mudah. Perubahan ini tidak hanya terjadi pada aspek sosial dan budaya, tetapi juga pada pola konsumsi dan gaya hidup sehari-hari. Masyarakat moderen cenderung menginginkan segala sesuatu serba cepat, praktis, dan instan, baik dalam memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder. Fenomena ini menunjukkan bahwa realitas kehidupan manusia moderen semakin bergantung pada kemudahan akses dan kecepatan dalam memperoleh barang maupun jasa, termasuk dalam hal konsumsi pangan dan kuliner (Mambela, 2020).

Melihat kehidupan moderen saat ini, masyarakat moderen cenderung menuntut gaya hidup mereka dengan cara konsumsi yang serba instan. Kebiasaan dan gaya hidup moderen telah berubah menuju pola hidup yang lebih konsumtif dan praktis, seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan kenyamanan dan efisiensi dalam keseharian. Kehidupan moderen membuat seseorang mengonsumsi makanan di luar bukan sekadar untuk memenuhi kebutuhan saja, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup. Oleh karena itu, masyarakat moderen menjadikan makan di luar rumah sebagai pilihan karena kesibukan aktivitas sehari-hari (Mufidah, 2012).

Industri kuliner menjadi salah satu sektor usaha yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini

didorong oleh meningkatnya daya beli masyarakat, perubahan pola konsumsi, serta mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai jenis kuliner di berbagai wilayah. Di antara berbagai jenis kuliner yang ada, produk olahan ayam menjadi salah satu yang paling diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan, karena memiliki cita rasa yang mudah diterima, harga yang relatif terjangkau, serta fleksibel untuk diolah menjadi berbagai variasi menu (Aisyah, 2017).

Perkembangan sektor kuliner juga tampak jelas di Provinsi Sumatera Barat, khususnya di Kota Padang. Selama ini, Kota Padang identik dengan kekayaan cita rasa masakan khas Minangkabau yang telah menjadi ciri khas daerah ini. Namun, seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat, kota Padang juga mulai menunjukkan pertumbuhan pesat dalam sektor kuliner moderen. Salah satu bentuk perkembangan tersebut terlihat dari semakin banyaknya restoran ayam cepat saji dan berbagai usaha kuliner bertema ayam yang bermunculan di berbagai sudut kota.

Kehadiran restoran-restoran tersebut memberikan warna baru bagi dunia kuliner lokal dengan menawarkan variasi rasa, konsep modern, serta pelayanan yang cepat dan efisien. Kondisi ini menjadikan restoran bertema ayam sebagai pilihan alternatif bagi masyarakat yang menginginkan pengalaman makan yang praktis, nyaman, dan sesuai dengan dinamika kehidupan masyarakat modern. Fenomena ini turut memperkaya keragaman kuliner Kota Padang dan memperluas peluang usaha di sektor makanan.

Salah satu pelaku usaha kuliner ayam yang mulai berkembang di Kota Padang adalah Ayam MMK (Makan, Minum, Kuliner). Restoran ini memiliki ciri

khas pada penyajian menu ayam satu ekor sebagai produk utamanya, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Restoran Ayam MMK ini didirikan oleh Endro Dicky Mai Putra pada tahun 2022 yang berlokasi di Purus, Jl. Samudera No.64, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat.

Dalam operasionalnya, Restoran Ayam MMK mampu menjual sekitar 100 ekor ayam pada hari biasa dan meningkat hingga 120 ekor pada akhir pekan, dengan omzet mencapai sekitar ± 10 juta rupiah per hari. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat permintaan terhadap produk yang ditawarkan cukup tinggi dan restoran ini memiliki potensi pasar yang besar. Salah satu daya tarik utama dari restoran ini adalah menu andalannya, yaitu “Ayam 1 Ekor”, yang menjadi menu *bestseller* dari Ayam MMK.

Restoran Ayam MMK memiliki daya tarik tersendiri bagi berbagai kalangan pengunjung, terutama anak muda maupun yang sudah berkeluarga. Lokasinya yang strategis di kawasan Pantai Padang, dengan pemandangan laut yang indah serta suasana matahari terbenam yang memikat, menjadikan tempat ini salah satu pilihan favorit untuk bersantai sekaligus menikmati hidangan bersama. Akses yang mudah dijangkau juga mendukung tingginya minat masyarakat, baik dari warga lokal maupun wisatawan, untuk berkunjung ke restoran ini. Sebagian besar pelanggan memilih untuk makan di tempat, terutama karena menu utama berupa ayam satu ekor yang cocok dinikmati bersama-sama. Selain itu, banyak pengunjung yang tertarik datang setelah melihat promosi di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara lokasi yang menarik, suasana yang nyaman, serta strategi promosi yang efektif mampu memengaruhi minat dan keputusan pembelian konsumen di Restoran Ayam MMK Padang.

Ayam MMK hadir sebagai salah satu restoran ayam moderen yang berusaha memadukan cita rasa lokal dengan konsep penyajian yang menarik. Dalam strategi pemasarannya, pihak restoran aktif melakukan promosi melalui kerja sama dengan berbagai *influencer* terkenal untuk meningkatkan popularitas dan jangkauan pasar. Selain itu, pemilik Ayam MMK juga memberikan pelatihan khusus kepada karyawan terkait pelayanan konsumen, dengan tujuan menciptakan standar pelayanan yang baik dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Upaya-upaya tersebut menunjukkan komitmen restoran dalam membangun citra positif dan memenangkan persaingan di industri kuliner ayam yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil observasi langsung di Restoran Ayam MMK Padang, ditemukan bahwa meskipun restoran ini memiliki beberapa kelebihan seperti cita rasa yang cukup stabil pada jam normal dan penyajian yang rapi, terdapat pula sejumlah permasalahan yang perlu diperhatikan. Pada jam-jam ramai, konsistensi waktu penyajian menjadi jauh lebih lama, bahkan mencapai 1 hingga 1,5 jam. Permasalahan kebersihan juga masih ditemukan, khususnya di lantai dua, seperti peralatan makan bekas yang tidak segera dibersihkan serta tisu yang berserakan. Gangguan ketersediaan air untuk mencuci tangan sesekali terjadi sehingga menghambat proses kebersihan. Temuan-temuan ini menunjukkan adanya aspek pelayanan, kebersihan, dan konsistensi produk yang masih perlu ditingkatkan untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang lebih optimal. Permasalahan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi konsumen dengan layanan yang diterima, sehingga diperlukan analisis mendalam untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Restoran Ayam MMK Padang.

Di sisi lain, tingginya tingkat penjualan yang dimiliki oleh Restoran Ayam MMK menunjukkan bahwa minat konsumen terhadap restoran ini sangat besar. Namun, adanya permasalahan dalam pelayanan dapat menimbulkan kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen. Jika kondisi ini tidak segera diperbaiki, maka berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan di masa mendatang.

Kepuasan konsumen terhadap layanan restoran merupakan salah satu faktor utama yang melatarbelakangi keberhasilan sebuah usaha dalam jangka panjang. Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh, dapat digunakan dimensi TERRA (*Tangibles, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance*) sebagai alat ukur kualitas pelayanan. Selain itu, metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat digunakan untuk memperoleh nilai indeks kepuasan konsumen secara kuantitatif. Penggabungan kedua pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan Ayam MMK dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas dalam pembelian ayam goreng pada restoran MMK di kota Padang menggunakan dimensi TERRA dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai dasar dalam peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan strategi pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen restoran ayam MMK di Kota Padang?
2. Bagaimana karakteristik pembelian terhadap produk olahan ayam MMK di Kota Padang?
3. Bagaimana tingkat kualitas layanan di Restoran Ayam MMK Padang yang diukur melalui dimensi TERRA (*Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*)?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen restoran ayam MMK di Kota Padang
2. Untuk mengetahui karakteristik pembelian terhadap produk olahan ayam MMK di Kota Padang
3. Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan di Restoran Ayam MMK Padang yang diukur melalui dimensi TERRA (*Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*)?

1.4 Manfaat

1. Bagi peneliti, Penelitian ini menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam memahami perilaku konsumen, keputusan pembelian, serta kualitas layanan di bidang kuliner, khususnya dengan metode CSI dan dimensi TERRA.
2. Bagi produsen, Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi Restoran Ayam MMK Padang untuk meningkatkan strategi pemasaran, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan agar lebih kompetitif.



3. Bagi pemerintah, Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan usaha kuliner lokal guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

