

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Daging ayam merupakan salah satu produk peternakan unggas yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Salah satu penghasil daging yang digemari masyarakat Indonesia adalah daging ayam ras pedaging (broiler). Daging broiler di Indonesia setiap tahunnya mendapatkan lebih dari 1.000.000 ton. Menurut data pertanian pada tahun 2015 Indonesia menghasilkan 1.627.106 ton produksi daging broiler. Hasil produksi daging broiler diolah yang sebagian besar dalam bentuk ayam goreng dan lainnya dalam bentuk yang berbeda sesuai permintaan masyarakat. Produk pengolahan yang dinilai mudah dan dapat dilakukan oleh semua lapisan masyarakat ialah ayam goreng. Ayam goreng saat ini dapat disajikan dalam bentuk yang bervariasi diantaranya: ayam goreng yang biasanya digunakan sebagai masakan rumahan yang digoreng dengan minyak goreng, ayam goreng dengan campuran sayuran yang sering disebut sebagai lalapan dan ayam goreng disajikan dalam bentuk tertentu di restoran lokal, ayam goreng dengan penambahan tepung yang saat ini dapat dijumpai pada tempat makan seperti *Kentucky Fried Chicken* (KFC), C'Best, *California Fried Chicken* (CFC), dan *fried chiken* yang masih berpotensi lokal.

Pertimbangan konsumen dalam memilih dan membuat keputusan pembelian untuk suatu produk sangat bervariasi menurut kebutuhan masing - masing. Menurut Ferrinadewi (2005) menyatakan bahwa kebutuhan manusia tidak saja dipengaruhi oleh motivasinya melainkan juga hal-hal eksternal seperti budaya, sosial dan ekonomi. Simamora (2001) menyatakan faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk sebagai kebutuhan ialah faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Hal – hal eksternal dapat mengubah pandangan konsumen akan kebutuhannya. Menurut Tambunan (2009) sebelum membeli selain karena kebutuhan, konsumen juga

mendapatkan stimulus dari luar dirinya yang biasanya dikategorikan pada dua jenis stimulus yaitu stimulus pemasaran dan stimulus lain-lain.

Produk ayam goreng menjadi pusat penelitian sebagai preferensi konsumen. Salah satu produk ayam goreng yang akan diteliti menurut aspek pertimbangan konsumen adalah KFC. KFC merupakan perusahaan restoran *fast food* yang memiliki gerai terbanyak di Indonesia dan dapat dilihat pada Tabel 1.1. KFC menyatakan mereknya pada iklan dengan ungkapan “KFC Jagonya Ayam”. Pertimbangan konsumen akan KFC merupakan skema yang meliputi beberapa atribut yaitu renyah, cepat saji bersih dan murah. Pertimbangan itu memungkinkan adanya evaluasi positif terhadap KFC dan memungkinkan konsumen untuk makan di KFC.

Tabel 1.1 Daftar Top 10 Perusahaan *Fast Food* di Indonesia 2014

Nama Restoran	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
Kentucky Fried Chicken	Grup Gelael/PT Fast food Indonesia Tbk	400
Pizza Hut	PT Sriboga Ratujaya	200
A & W	Yum! Brands Inc.	200
California Fried Chicken	PT Pionerindo Gourmet Internasional Tbk	183
Hoka-Hoka Bento	Paulus Arifin/PT Eka Boganiti	134
Texas Chicken	PT Cipta Selera Murni	133
MCDonald's	PT Rekso Nasional Food	112
Papa Ron's Pizza	PT Setiamandiri Mitratama Tbk	34
Burger King	PT Sari Burger Indonesia	18
Izzi Pizza	PT Sri Agung Cahaya Sakti	6

Sumber: Majalah SWA Edisi: XXVII| 8-12 September 2014

Kabupaten Jember memiliki dua gerai KFC yang akan digunakan sebagai objek penelitian yakni KFC jalan Gajah Mada No 74 dan KFC yang berada pada Roxy Square jalan Hayam wuruk. Transaksi penjualan KFC Kabupaten Jember rata – rata mencapai 400 transaksi per harinya. Hasil transaksi menunjukkan konsumen sering membeli dan melakukan keputusan pembelian terhadap produk KFC utamanya ayam goreng, sehingga dilakukan penelitian untuk menganalisis preferensi konsumen dalam memutuskan membeli ayam goreng KFC. Hasil analisis akan diketahui alasan – alasan konsumen dalam memilih ayam goreng KFC Kabupaten Jember dari pada produk ayam goreng yang lain.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa sajakah yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap keputusan pembelian produk ayam goreng KFC ?
2. Apakah terdapat faktor pertimbangan dominan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk ayam goreng KFC ?

## **1.3 Tujuan**

1. Mengetahui pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk ayam goreng KFC.
2. Mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk ayam goreng KFC.

## **1.4 Manfaat**

1. Memberikan informasi mengenai pertimbangan konsumen yang selama ini membeli produk ayam goreng KFC.
2. Memperluas pengetahuan tentang pertimbangan konsumen dalam membeli produk ayam goreng KFC.
3. Sebagai informasi untuk masyarakat mengenai pertimbangan pembelian produk ayam goreng.