

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Unggas khususnya ayam broiler merupakan salah satu komoditi ternak ayam yang banyak diminati oleh semua lapisan masyarakat. Ayam broiler merupakan unggas penghasil daging yang sangat populer di masyarakat Indonesia karena daging ayam broiler memiliki ciri khusus yaitu warna keputihan/merah muda, memiliki keunikan rasa jika diolah melalui proses yang benar, dan harga yang relatif lebih murah dibandingkan daging unggas lainnya.

Animo masyarakat mengkonsumsi daging ayam cenderung meningkat untuk pemenuhan kebutuhan protein tubuh, karena daging ayam memiliki nilai protein yang tinggi dan kandungan asam amino esensial yang lengkap. Protein daging ayam mencapai 18,20 gram per 100 gram daging ayam (Rendle and Keeley, 2010).

Peningkatan permintaan daging ayam membuka peluang bisnis terpisah dari *on farm* untuk memproduksi olahan makanan siap saji (*ready to eat*). Makanan siap saji adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap (Sulistijani, 2002). Makanan siap saji umumnya diproduksi oleh industri pengolahan pangan dengan teknologi tinggi serta tempat saji dan penyajian yang higienis.

Pergeseran pola konsumsi daging ayam segar menjadi produk olahan makanan siap saji mampu mendorong untuk pengembangan restoran siap saji dalam hal pengolahan daging ayam. Restoran siap saji yang digemari oleh masyarakat Indonesia di Jawa timur adalah KFC, McD, A&W, Texas chicken, CFC, Quick chicken, Rocket chicken, dan C'Bezt fried chicken.

C'Bezt fried chicken merupakan restoran siap saji yang berada di bawah naungan PT. Cipta Aneka Selera. C'Bezt fried chicken berkonsep *cozy and cheap* yang berkomitmen untuk memberikan pelayanan dan kualitas produk terbaik dengan harga terjangkau serta cita rasa berbeda. C'Bezt fried chicken pertama kali dibuka pada April 2010 dan sampai sekarang telah hadir 65 gerai restoran di daerah Surabaya, Malang, Mojokerto, Blitar, Tuban, Jember, Pasuruan,

Probolinggo, Lumajang, Situbondo, Bondowoso, Banyuwangi, Solo, Cepu, Lombok-NTB, Makassar, Bali, Ambon, dan Sumatera. Khusus lokasi Jember telah hadir 11 cabang gerai C'Bezt fried chicken.

Salah satu gerai restoran siap saji C'Bezt fried chicken yang hadir di kota Jember berlokasi di Gebang. C'Bezt fried chicken Gebang mulai berdiri pada tanggal 18 April 2014. Lama berdiri 1 tahun 5 bulan (per Agustus 2015) pada restoran tersebut memberikan fluktuasi volume penjualan yang cukup dinamis. Fluktuasi volume penjualan adalah tinggi rendahnya volume penjualan yang menunjukkan jumlah produk terjual pada kurun waktu tertentu. Fluktuasi volume penjualan yang terjadi menunjukkan adanya pesaing yang sangat signifikan disekitar lokasi C'Bezt Gebang. Pesaing tersebut diantaranya adalah adanya restoran siap saji yang sejenis dengan C'Bezt Gebang, yaitu KFC, CFC dan Quick chicken.

Restoran siap saji mengalami persaingan ketat dalam hal kualitas dari produk yang dihasilkan, oleh karena itu setiap restoran siap saji tidak terkecuali C'Bezt Gebang dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan sebaik mungkin. Persaingan yang kompetitif memerlukan langkah-langkah perumusan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang tepat diperlukan C'Bezt Gebang untuk meningkatkan volume penjualan, memperluas pangsa pasar agar bisa berkembang dan bersaing serta dapat mempertahankan loyalitas konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal pada restoran C'Bezt fried chicken cabang Gebang ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada restoran C'Bezt fried chicken cabang Gebang ?
3. Bagaimana bauran pemasaran yang dijalankan oleh restoran C'Bezt fried chicken cabang Gebang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi C'Bezt fried chicken cabang Gebang.
2. Merumuskan strategi pemasaran yang tepat pada restoran C'Bezt fried chicken cabang Gebang untuk meningkatkan volume penjualan.
3. Menganalisa bauran pemasaran yang dijalankan C'Bezt fried chicken cabang Gebang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai pengembangan ilmu manajemen pemasaran mengenai analisis strategi pemasaran.
2. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi restoran C'Bezt fried chicken cabang Gebang agar memenangkan persaingan pasar.