

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di zaman era globalisasi saat ini perkembangan dunia usaha serta bisnis tumbuh dengan sangat pesat membuat adanya peluang dan juga tantangan. Hal tersebut diikuti dengan pola hidup manusia yang bergerak dengan cepat, menyebabkan manusia menginginkan suatu barang hingga makanan dengan cara yang instan. Saat ini tingkat kesibukan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan semakin tinggi, yang menyebabkan masyarakat mengesampingkan kesehatan dengan mengonsumsi makanan yang tidak memenuhi pola hidup sehat.

Perubahan pada pola konsumsi masyarakat yang beraneka ragam, memunculkan konsep penghidangan makanan yang praktis, salah satunya adalah jenis *fast food* (makanan cepat saji). Peluang usaha ini dimanfaatkan oleh banyak pemilik modal sehingga saat ini menjamurnya makanan *fast food* di seluruh penjuru negeri. Rumah makan cepat saji (*fast food restaurant*) adalah rumah makan yang menghidangkan makanan dan minuman dengan cepat, biasanya dalam waktu kurang dari 3 menit. Berupa kedai *hamburger* atau ayam goreng, kedai bakso, rumah makan padang juga dikategorikan sebagai rumah makan cepat saji (Hartini dan Hartati:2017).

Makanan *fast food* sering diidentikkan dengan makanan *junk food* atau makanan rendah gizi namun makanan yang tinggi gula, lemak, garam,

minyak dan kalori. Selain itu *fast food* juga tinggi sodium yang berfungsi sebagai pengawet dan membuat makanan beraroma lezat. Padahal, makanan yang sehat sebaiknya disajikan berupa daging tanpa lemak, gandum utuh, buah-buahan segar dan sayuran (www.tribunnews.com). Adapun jenis makanan *junk food* yang sering dikonsumsi sebagai berikut.

Tabel 1.1

Jenis Makanan *junk food* dan Tingkat Konsumsi 2018

No.	Jenis Makanan	Jumlah
1.	<i>Fast Food</i>	71 %
2.	Makanan Ringan	26 %
3.	Makanan kaleng dan <i>Soft drink</i>	2 %
4.	Permen dan Asinan	1 %

Sumber : <http://poskotanews.com> (2018)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa, jenis makanan *fast food* berada pada posisi pertama dan memiliki peringkat paling tinggi yaitu mencapai 71%, selanjutnya diikuti makanan ringan yang berada pada posisi kedua yaitu sebesar 26%, di posisi ketiga ada makanan kaleng dan *soft drink* sebanyak 2% dan di posisi terakhir ditempati oleh permen dan asinan sebanyak 1%. *Fast food* menempati urutan pertama yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia dikarenakan *fast food* merupakan makanan praktis dan sangat cepat penyajiannya. Adapun jenis makanan *fast food* yang sering dikonsumsi yaitu, ayam goreng, *hamburger*, *sandwich* telur dan sosis, *cheeseburger*, kentang goreng, stik keju, ikan goreng tepung, *pizza*, *cheesecake*, *hot dog*, teriyaki ayam, ayam *nugget*, salad tinggi lemak, susu olahan, soda, *milk shake*.

(www.beritainfo.web.id)

Bukan rahasia umum, *junk food* merupakan salah satu makanan cepat saji yang membawa dampak buruk bagi kesehatan jika dikonsumsi terus menerus. Berikut ini adalah masalah kesehatan utama yang paling banyak disebabkan oleh makanan cepat saji (*fast food*) :

Tabel 1.2 Daftar Penyakit Akibat Konsumsi *Fast Food*

No.	Penyakit
1.	Obesitas
2.	Kerusakan Hati
3.	Jantung
4.	Diabetes
5.	Sistem Pencernaan
6.	Kekurangan Nutrisi
7.	Penyebab Stress
8.	Tekanan Darah Tinggi
9.	Radang Sendi
10.	Kanker
11.	Kerusakan Sistem Saraf

Sumber : www.klikdokter.com (2018)

Menurut Kementerian Kesehatan, semua penyakit ini merupakan penyakit yang menyumbang angka kesakitan dan kematian terbanyak di dunia, termasuk Indonesia. Meningkatnya angka kesakitan dan kematian dapat meningkatkan beban biaya kesehatan dan produktivitas, sehingga dapat menyebabkan rendahnya kualitas hidup dan lemahnya generasi suatu bangsa. Oleh karena itu, konsumsi *junk food* jangka panjang akan berdampak buruk bagi kesehatan, baik pada anak, remaja, maupun dewasa.

Berikut merupakan contoh kasus yang terjadi akibat konsumsi makanan cepat saji atau *fast food*.

Tabel 1.3 Kasus Penyakit Akibat Konsumsi Makanan *Fast Food*

No.	Kasus	Sumber
1.	Titi Wati wanita asal Kalimantan mengalami masalah obesitas akibat kebiasaan makan tidak sehat yang disebabkan oleh konsumsi makanan cepat saji.	www.cnnindonesia.com (2017)
2.	Shaun asal Inggris meninggal diakibatkan karena sering mengkonsumsi makanan cepat saji (<i>fast food</i>).	https://gaya.tempo.co.id (2015)
3.	Monika asal Australia mengalami kerusakan otak akibat seringnya mengkonsumsi makanan <i>fast food</i> .	https://news.detik.com (2016)
4.	Stacey Irvine asal Inggris meninggal akibat anemia dan gizi buruk, akibat makanan cepat saji yang berbuntut status gizi buruk.	https://lifestyle.okezone.com (2014)
5.	Ghana salah satu di antara 73 negara dengan masalah obesitas dari tahun 1980 hingga 2015 kematian akibat berat badan meningkat 179%. Seiring dengan tersebarnya restoran <i>fast food</i> masalah kesehatan dan obesitas bermunculan di Ghana.	www.cnnindonesia.com (2017)

Sumber : Data diolah, 2019

Dari contoh kasus-kasus di atas dapat dilihat bahwa, banyaknya penyakit yang disebabkan oleh konsumsi makanan *fast food* bahkan hingga kasus kematian akibat makanan tersebut apabila dikonsumsi secara terus menerus. Efek negatif dari konsumsi makanan *fast food* ini juga menyadarkan beberapa konsumen akan bahaya *fast food* untuk kesehatan tubuh. Berikut ini ada beberapa persepsi negatif konsumen di Indonesia mengenai makanan *fast food*.

Tabel 1.4

Persepsi Negatif Terhadap Makanan Cepat Saji (*Fast Food*)

No.	Nama	Persepsi Negatif
1.	Juansyah	Efeknya sangat berbahaya pada makanan cepat saji, selain itu memang makanan tersebut tidak baik buat kesehatan.
2.	Steeven	Makanan <i>fast food</i> itu dapat membuat berat badan menjadi naik dan mudah stress.
3.	Jatiwidy	Dapat menyebabkan tumor dan kanker meskipun makanan cepat saji enak-enak, tapi yang enak terkadang ada efek buruknya.
4.	sullivanrevansa	Membuat daya tahan tubuh melemah karena banyak zat-zat kimia, saya sudah lama tidak membeli ayam di restoran cepat saji.
5.	NickPutra	<i>junk food</i> tidak baik untuk lambung dan dapat membuat badan menjadi tambah gemuk.
6.	Andiisis	Saya tidak suka makanan <i>fast food</i> , bukan soal rasa tapi soal kesehatannya.
7.	Rezaasyah	Sudah jelas makanan <i>fast food</i> lebih banyak penyakitnya karena disajikan secara instant.
8.	Edogawa	Dulu saya sering makan di restoran cepat saji, sekarang sudah jarang sekali karena bahaya untuk tubuh.

Sumber : www.kaskus.co.id (2018)

Dari banyaknya persepsi negatif di atas, ternyata tidak mempengaruhi konsumsi masyarakat terhadap makanan *fast food* itu sendiri.

Pada kenyataannya, peminat makanan *fast food* sangat banyak, hal ini dapat dilihat dalam hasil penelitian *Roy Morgan Research*, yang mencatat sebanyak 55 juta penduduk Indonesia berusia 14 tahun ke atas gemar jajan di restoran. Meski memiliki jumlah restoran lebih kecil dibanding Australia ataupun Selandia Baru, namun pengunjung restoran Indonesia lebih

besar dari keduanya. Jumlah pengunjung restoran cepat saji Indonesia tiga kali lipat lebih banyak dari 17 juta milik Australia. (www.merdeka.com) Berikut ini merupakan kota di Indonesia yang memiliki restoran *fast food* terbanyak sebagai berikut.

Tabel 1.5

Kota dengan Restoran *Fast Food* Terbanyak 2018

No.	Nama Kota
1.	Jakarta
2.	Bogor
3.	Depok
4.	Tangerang
5.	Bekasi

Sumber : www.merdeka.com (2018)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) yang memiliki restoran cepat saji terbanyak. Jabodetabek memiliki 21 juta penduduk berusia 14 tahun ke atas atau setara jumlah total penduduk Australia. Lebih dari 12 juta penduduk Jabodetabek mengunjungi restoran cepat saji. Adapun jumlah pengunjung Restoran *fast food* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia pada tahun 2018 sebagai berikut.

Tabel 1.6
Restoran *Fast Food* Paling Banyak di Kunjungi
di Indonesia Tahun 2018

No.	Nama Restoran	Jumlah (Orang)
1.	KFC	24 Juta
2.	McDonald's	7,7 Juta
3.	Pizza Hut	6,5 Juta
4.	Solaria	3,2 Juta
5.	A&W	2,4 Juta
6.	D'Cost	2,4 Juta
7.	Hoka-Hoka Bento	2,3 Juta
8.	Texas	1,6 Juta
9.	Es Teler 77	1,5 Juta

Sumber : www.kompas.com (2018)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa, KFC menempati urutan pertama dalam jumlah pengunjung paling banyak yaitu sekitar 24 juta orang di tahun 2018, di urutan kedua McDonald's dikunjungi sebanyak 7,7 juta orang, di urutan ketiga ditempati oleh Pizza Hut sebanyak 6,5 juta orang, di urutan keempat Solarian sebanyak 3,2 juta orang, selanjutnya Restoran A&W dan D'Cost memiliki jumlah pengunjung yang sama yaitu sebanyak 2,4 juta orang, kemudian di urutan ketujuh ditempati oleh Hoka-Hoka Bento sebanyak 2,3 juta pengunjung, selanjutnya Texas sebanyak 1,6 pengunjung dan di urutan terakhir restoran Es Teler 77 sebanyak 1,5 pengunjung pada tahun 2018.

Dari data tersebut membuktikan bahwa Restoran *fast food* memiliki peminat dan jumlah pengunjung begitu banyak, hal tersebut juga menjadi salah satu faktor banyaknya jenis restoran *fast food* yang bermunculan pada saat ini. Selain itu, dapat dilihat juga dari data

penjualan dua restoran *fast food* sebagai pembanding yaitu KFC dan McD dari tahun 2016 hingga 2018 sebagai berikut.

Tabel 1.7 Data Laba Bersih Restoran *Fast Food* KFC 2016-2018

No.	Tahun	Jumlah (dalam juta)
1.	2016	1493,64
2.	2017	1762,52
3.	2018	1869,78

Sumber : <https://id.investing.com> 2018

Dari data di atas diketahui bahwa, laba bersih pada restoran *fast food* di KFC dari tahun 2016-2018 terus mengalami peningkatan, di tahun 2016 laba bersih KFC mencapai 1493,64 juta, tahun 2017 laba bersih mencapai 1762,52 juta dan di tahun 2018 laba bersih mencapai 1869,78 juta.

Tabel 1.8

Data Laba Bersih Restoran *Fast Food* McD 2016-2018

No.	Tahun	Jumlah (dalam juta)
1.	2016	4686,5
2.	2017	5192,3
3.	2018	5924,3

Sumber : <https://id.investing.com> 2018

Dari data di atas diketahui bahwa, laba bersih pada restoran *fast food* di McD dari tahun 2016-2018 terus mengalami peningkatan, di tahun 2016 laba bersih McD mencapai 4686,5 juta, tahun 2017 laba bersih mencapai

5192,3 juta dan di tahun 2018 laba bersih mencapai 5924,3 juta.

Dalam persaingan bisnis pada saat ini, restoran *fast food* berusaha memberikan totalitasnya dalam menyajikan makanan yang terbaik dan berlomba-lomba untuk memperebutkan peringkat satu dihati konsumennya. Perkembangan bisnis yang semakin kompetitif

menuntut restoran *fast food* harus terus mempertahankan eksistensi terhadap makanan yang disajikan.

PT Fast Food Indonesia Tbk didirikan oleh keluarga Gelael pada 1978, pembukaan gerai pertama pada Oktober 1979 di Jalan Melawai Jakarta. Sukses membangun merek ini, KFC menanamkan dalam benak konsumennya sebagai merek waralaba cepat saji yang terkenal dan dominan di Indonesia.

Lisensi McDonald's Indonesia dimiliki oleh PT Rekso Nasional Food (RNF), salah satu anak perusahaan Rekso Group. Pada tahun 2009, PT Rekso Nasional Food menandatangani *Master Franchise Agreement* dengan McDonald's *International Property Company* (MIPCO) yang memberikan izin untuk mengoperasikan semua restoran dengan brand McDonald's dan membuka restoran baru di seluruh Indonesia. Di bawah manajemen RNF, McDonald's Indonesia akan mewujudkan komitmennya untuk melakukan pengembangan restoran ke berbagai wilayah di Indonesia.

Menurut Yuniarti (2015:144), sikap (*attitudes*) konsumen merupakan "faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen". Menurut Rangkuti (2017:225), sikap merupakan "salah satu komponen penting dalam perilaku pembelian".

Berdasarkan teori dan data di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dan ingin mengetahui bagaimana perbandingan sikap konsumen terhadap makanan *fast food* merek KFC dan McD, oleh karena itu untuk pengambilan data penulis memberikan seperangkat pertanyaan kepada konsumen restoran KFC. Berikut adalah hasil pra kuesioner yang

dilakukan peneliti kepada 20 responden konsumen restoran *fast food* KFC di Galaxi, Jaka Setia, Bekasi Selatan.

Tabel 1.9

Hasil Pra Kuesioner Terhadap Makanan *Fast Food* di KFC

No	Pernyataan	Evaluasi (Ei)	Kepercayaan (Bi)	Ei.Bi = Ao
1	Merek Terkenal	4,7	4,6	21,62
2	Kemasan	4,2	4,15	17,43
3	Kehalalan	4,4	4,1	18,04
4	Promosi	4,65	4,45	20,69
5	Layanan Pelengkap	4,55	4,4	20,02
	Rata-Rata	4,5	4,34	97,80

Sumber : Data Diolah Oleh Penulis, 2019

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 20 responden konsumen di KFC, membuktikan bahwa evaluasi tentang pentingnya merek terkenal mencapai 4,7 masuk kategori sangat penting, kemasan 4,2 masuk ketegori sangat penting, kehalalan 4,4 masuk kategori sangat penting, promosi 4,65 masuk kategori sangat penting dan layanan pelengkap mencapai 4,55 yaitu masuk ke kategori sangat penting. Selanjutnya, untuk kepercayaan konsumen kepada atribut makanan *fast food* di KFC seperti

KFC merupakan merek yang terkenal 4,6 masuk kategori sangat baik, KFC memiliki kemasan tidak mudah tumpah 4,15 masuk kategori sangat baik,

KFC memiliki label halal pada kemasan 4,1 masuk kategori sangat baik, KFC sering menawarkan promosi 4,45 masuk kategori sangat baik dan KFC memiliki pelayanan 24 jam yaitu 4,4 masuk kategori sangat baik.

Dari rata-rata evaluasi konsumen tentang pentingnya makanan *fast food* rata-ratanya mencapai 4,5 masuk kategori sangat penting dan untuk rata-rata kepercayaan konsumen

tentang atribut makanan *fast food* KFC yaitu mencapai 4,34 yaitu masuk kategori sangat baik. Hasil sikap konsumen secara keseluruhan adalah 97.80 yang artinya memasuki kategori positif.

Tabel 1.10

Hasil Pra Kuesioner Terhadap Makanan *Fast Food* di McD

No	Pernyataan	Evaluasi (Ei)	Kepercayaan (Bi)	Ei.Bi = Ao
1	Merek Terkenal	4,4	4,3	18,92
2	Kemasan	4,1	4	16,4
3	Kehalalan	4,2	3,9	16,38
4	Promosi	4,5	4,4	19,80
5	Layanan Pelengkap	4,6	4,5	20,7
	Rata-rata	4,36	4,22	92,20

Sumber : Data Diolah Oleh Penulis, 2019

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 20 responden konsumen di McD, membuktikan bahwa evaluasi tentang pentingnya merek terkenal mencapai 4,4 masuk kategori sangat penting, kemasan 4,1 masuk kategori sangat penting, kehalalan 4,2 masuk kategori sangat penting, promosi 4,5 masuk kategori sangat penting dan layanan pelengkap mencapai 4,6 masuk juga di kategori sangat penting. Selanjutnya, untuk kepercayaan konsumen kepada atribut makanan *fast food* di McD seperti McD merupakan merek yang terkenal 4,3 masuk kategori sangat baik, McD memiliki kemasan tidak mudah tumpah 4 masuk kategori baik, McD memiliki label halal pada kemasan 3,9 masuk kategori baik, McD sering menawarkan promosi 4,4 masuk kategori sangat baik dan McD memiliki pelayanan 24 jam yaitu 4,5 masuk kategori sangat baik.

Dari rata-rata evaluasi konsumen tentang pentingnya makanan *fast food* rata-ratanya mencapai 4,36 masuk kategori sangat penting dan untuk rata-rata kepercayaan konsumen tentang atribut makanan *fast food* McD mencapai 4,22 masuk kategori sangat baik. Hasil sikap konsumen secara keseluruhan adalah 92.20 yang artinya masuk kategori positif.

Dari hasil pra kuesioner sikap konsumen terhadap makanan *fast food* merek KFC dan McD diatas, rata-ratanya mencapai 92,20 pada merek McD sedangkan KFC memiliki rata-rata yang lebih tinggi yaitu 97,80 meskipun KFC dan McD memiliki rata-rata yang berbeda, tetapi keduanya masuk sikap konsumen di kategori positif.

Berdasarkan data-data di atas, tidak dipungkiri bahwa saat ini masyarakat sangat sering dan suka mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*), padahal pada kenyataannya jika terlalu sering mengonsumsi makanan tersebut akan menimbulkan berbagai efek negatif terutama bahaya untuk kesehatan tubuh.

Dari uraian di atas, diperlukan adanya riset untuk menganalisis sikap konsumen terhadap makanan *fast food*. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk mengangkat masalah tersebut sebagai judul skripsi yang akan disusun secara lengkap dan judul tersebut adalah

“Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Makanan *Fast Food* Kentucky Fried

Chicken dan McDonald's (Studi Kasus : Konsumen Kentucky Fried

Chicken di Galaxi, Jaka Setia, Bekasi Selatan dan McDonald's di Pekayon Jaya, Jaka Setia, Bekasi Selatan)”.

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran di atas dapat diketahui bahwa sangat banyak restoran cepat saji (*fast food*) yang bermunculan dengan berbagai jenis makanan. Meskipun makanan *fast food* berbahaya namun konsumsi makanan *fast food* diperkirakan terus meningkat dan peminat makanan tersebut semakin banyak, hal tersebut dapat dilihat dari dua restoran *fast food* yang akan diteliti yaitu KFC dan McD yang saat ini diketahui sudah memiliki ratusan gerai di Indonesia, begitupun kemungkinan peminat makanan pada restoran tersebut sangat banyak.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diurutkan di atas, maka permasalahan penelitian ini dibatasi pada sikap konsumen terhadap makanan *fast food* KFC di Galaxi, Jaka Setia, Bekasi Selatan dan McD di Pekayon Jaya, Jaka Setia, Bekasi Selatan.

1.2.3 Rumusan Masalah

Dengan adanya fenomena bisnis dan *research gap* ini maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu, bagaimana sikap konsumen terhadap makanan *fast food* atau makanan cepat saji yang sering diidentikkan dengan makanan *junk food* atau makanan rendah gizi salah satu makanan kurang sehat dengan membawa dampak buruk bagi kesehatan jika dikonsumsi terus menerus dan mempunyai kandungan berbahaya yang terdapat pada makanan tersebut agar produsen mampu memperbaiki atribut produk dari makanan *fast food* yang harus diperbaiki. Maka peneliti merumuskan masalah pokok yang akan di bahas adalah bagaimana perbandingan sikap konsumen melalui tingkat evaluasi (kepentingan) dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap makanan *fast food* merek KFC dan McD ?

1.3 Jangka Waktu & Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian di Restoran *Fast Food* KFC

Lokasi penelitian ini dilakukan di Galaxi, Jakasetia, Bekasi Selatan yang berlokasi di Jl. Boulevar Raya Timur No.12, Jaka Setia, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17147. Penelitian ini dilakukan bulan Maret 2019 s/d Agustus 2019.

2. Lokasi Penelitian di Restoran *Fast Food* McD

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pekayon Jaya, Jakasetia, Bekasi Selatan yang berlokasi di Jl. Raya Pekayon No.66, Jaka Setia, Kec, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat 17147. Penelitian ini dilakukan bulan Maret 2019 s/d Agustus 2019.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka tujuan dari penelitian ini yang ingin diketahui adalah untuk mengetahui bagaimana perbandingan sikap konsumen berdasarkan tingkat evaluasi (kepentingan) makanan *fast food* dan kepercayaan konsumen terhadap makanan *fast food* merek KFC dan McD.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini meliputi kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai

analisis multiatribut fishbein. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah, yang berkaitan dengan pengaruh sikap konsumen terhadap sebuah produk bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang industri atau jasa barang konsumen dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

