

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peternakan memiliki peranan yang sangat besar dalam menunjang perekonomian nasional. Menurut Putri *et al.* (2017), usaha peternakan memiliki prospek yang cerah untuk tujuan ekspor maupun untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri. Peningkatan konsumsi daging dan swasembada daging di Indonesia memicu adanya kenaikan permintaan daging khususnya daging ayam di Indonesia. Konsumen di Indonesia lebih memilih untuk membeli daging ayam broiler karena harganya yang lebih terjangkau.

Ayam broiler menjadi komoditi daging yang dikonsumsi terbesar di Indonesia. Hal ini karena kemudahan membeli daging broiler di pasaran. Ayam broiler juga menjadi makanan favorit bagi mayoritas masyarakat Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistika (2020), produksi daging ayam di Indonesia sepanjang 2020 mencapai 3,66 juta ton dengan konsumsi sebesar 3,44 juta ton. Tingkat konsumsi ayam broiler yang terus meningkat menyebabkan tingginya permintaan terhadap ayam broiler, sehingga tingkat kebutuhan terhadap ayam broiler akan semakin tinggi.

Besarnya permintaan produk karkas ayam broiler memunculkan banyaknya pelaku usaha, yang dapat menyebabkan adanya persaingan antara pelaku usaha. Tanjung *et al.* (2013) menyatakan bahwa pada Industri peternakan khususnya unggas, mengalami peningkatan jumlah usaha sebanyak 6% tiap tahunnya. Hal ini

menyebabkan setiap pelaku usaha berlomba-lomba untuk membuat produk yang berkualitas tinggi, sehingga produknya lebih diminati oleh konsumen. Peningkatan kualitas produk ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

PT. Ciomas Adisatwa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha ayam broiler yang memproduksi karkas ayam dengan *brand Best Chicken*. PT. Ciomas Adisatwa berlokasi di Jalan Patimura KM 6, Kauman Lor, Pabelan, Kabupaten Semarang, Getas, Kauman Lor, Kecamatan Pabelan, Semarang, Jawa Tengah 50771. Variasi produk *Best Chicken* yang dijual meliputi ayam utuh, ayam *parting* (dada ayam, paha atas, paha bawah dan sayap), *boneless* (*boneless* dada dan *boneless* paha) serta *by product* (hati, jantung, ampela, kulit, kerongkongan, kepala, leher, tulang paha, lemak, usus dan ceker). Produk *Best Chicken* dipasarkan melalui outlet *Best Meat* yang tersebar di beberapa titik di Kota Semarang, serta melalui aplikasi ojek *online* maupun aplikasi belanja *Online*. *Outlet Best Meat* di Kota Semarang tersedia sebanyak 12 outlet. Hal ini membuktikan bahwa produk *Best Chicken* menjadi salah satu *brand* karkas ayam yang banyak dijual di Semarang.

Kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau *outcome* yang dirasakan dengan harapan terhadap suatu produk kebutuhan yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Kepuasan konsumen mempengaruhi derajat kepentingan suatu produk bagi konsumen. Hayati & Sekartaji (2015) menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hal ini menyebabkan para pelaku usaha meningkatkan kualitas produknya.

Kepuasan konsumen diawali dengan adanya penilaian konsumen terhadap kualitas produk berdasarkan harapan konsumen atas produk tersebut. Konsumen merasa puas jika kualitas produk yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan dan merasa kecewa jika kualitas produk yang diterima berada dibawah harapan konsumen (Afnina & Hastuti, 2018). Kualitas produk merupakan hal yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar produknya dapat diterima dengan baik oleh konsumen dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk yaitu harga, variasi produk, kemudahan memperoleh produk serta kualitas pelayanan (Maulana, 2016).

Berdasarkan kualitas produk *Best Chicken*, penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Karkas Ayam *Best Chicken* PT. Ciomas Adisatwa di Kota Semarang” untuk menganalisis apakah upaya yang dilakukan oleh PT. Ciomas Adisatwa dalam meningkatkan kualitas produknya sudah dapat memenuhi kepuasan konsumen dari produk *Best Chicken*.

1.2. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui penilaian dari atribut *Performance* (Kinerja), *Performance* (Kinerja), *Conformance to specification* (Kesesuaian dengan spesifikasi), *Durability* (Daya tahan), *Feature* (Ciri-ciri tambahan), *Service ability* (Pelayanan), *Aesthetics* (Estetika) dan *Perceived quality* (Persepsi) terhadap kualitas produk karkas ayam *Best Chicken*

2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan terhadap kualitas produk kaskas ayam *Best Chicken*.

1.3. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat bagi konsumen, untuk mengetahui tingkat kepuasan antar sesama konsumen.
2. Manfaat bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana pengetahuan dan wawasan tentang kepuasan konsumen.
3. Manfaat bagi pihak PT. Ciomas Adisatwa, penelitian diharapkan dapat memberikan suatu data dan informasi sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan agar membuat produk dengan kualitas yang baik agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.
4. Manfaat bagi peneliti lain adalah sebagai sumber informasi dan bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai kepuasan konsumen.