

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pergantian tuntutan pelanggan menuntut setiap pelaku usaha pada masa perindustrian untuk sigap menanggapi sekaligus terus melahirkan pembaruan. Yang perlu diperhatikan perusahaan adalah bagaimana cara sebuah perusahaan dapat merespon dan menciptakan keunikan pada produk maupun jasa yang akan perusahaan tawarkan kepada pasar atau konsumen demi mampu bertahan dan memenangkan persaingan bisnis.

Industri boga siap santap termasuk bidang usaha yang cukup diminati masyarakat karena memberikan kepraktisan, sehingga pembeli dapat menikmati hidangan tanpa perlu menanti terlalu lama serta tetap memperoleh cita rasa yang memuaskan. Jenis makanan ini lazim dikenal sebagai *fast food* atau *junk food*, dengan menu yang sering dijumpai seperti ayam tepung dan burger. Berdasarkan keterangan dari Wikipedia, layanan semacam ini merujuk pada tempat makan yang menyajikan makanan maupun minuman dalam jeda waktu singkat, terhitung sejak proses pemesanan hingga hidangan diterima oleh pengunjung. Di Indonesia, mulai dekade 1990-an hingga masa kini, gerai hidangan instan terus bertambah pesat, baik yang berasal dari perusahaan internasional maupun pelaku usaha lokal, lalu saling berkompetisi untuk memenuhi permintaan konsumsi masyarakat.

Tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan adalah profit yang terus meningkat. Untuk mendapatkan profit yang meningkat perusahaan harus mampu mencari tahu secara signifikan keinginan konsumen sehingga dapat memenangkan pasar. Segmentasi pelanggan kerap dipakai sebagai upaya untuk menekan persoalan tersebut. Langkah ini dilakukan melalui pengelompokan pembeli ke dalam sejumlah kategori tertentu. Pendekatan demikian diperlukan sebab memenuhi keseluruhan permintaan sekaligus menguasai pasar secara menyeluruh nyaris tidak mudah dicapai, mengingat setiap pembeli membawa preferensi serta tuntutan yang tidak seragam.

Ketika sebuah usaha telah memahami siapa calon pembelinya, kegiatan pemasaran menjadi jauh lebih tepat sasaran. Dampaknya terlihat pada berbagai aspek, seperti penyusunan promosi, perencanaan pembuatan barang, penyaluran produk, hingga langkah bisnis lainnya. Untuk menemukan kelompok pembeli yang paling menjanjikan bagi barang yang hendak dipasarkan, perusahaan biasanya memetakan calon pelanggan melalui empat dimensi, yakni wilayah tempat tinggal, ciri kependudukan, gaya hidup, serta kebiasaan dalam membeli. Pendekatan seperti ini lazim diterapkan oleh badan usaha yang telah bertumbuh. Pada dasarnya, segmentasi pasar merupakan proses menguraikan suatu pasar yang memiliki kesamaan tertentu ke dalam beberapa golongan, sehingga ciri-ciri tiap kelompok pelanggan dapat dikenali dengan lebih jelas.

Dengan perpaduan bumbu unggulan berciri Nusantara serta sentuhan kuliner Barat, kami datang membawa rasa yang dapat dinikmati seluruh lapisan masyarakat, baik golongan ekonomi tinggi, menengah, maupun umum.” Produk yang ditawarkan Fritto Chicken beraneka ragam dalam kategori hidangan siap santap, dengan sajian andalan berupa ayam krispi yang tersedia dalam banyak pilihan cita rasa dan diminati oleh berbagai segmen konsumen. Perusahaan ini beroperasi pada sektor rumah makan siap hidang. PT

Fritto Chicken Indonesia sendiri mulai diperkenalkan kepada publik pada 19 Januari 2020. Usaha tersebut dibangun oleh Witaf Tanny, sosok pendiri yang berasal dari Medan, Sumatera Utara. Pernyataan berikut dituliskan dalam sejarah perusahaan.

Fritto Chicken memiliki slogan “*Chicken for Everyone*” slogan ini berartikan “ayam untuk semua orang” dengan target pasar Fritto sendiri dengan harga kaki lima dan tempat bintang lima lebih fokus ke pangsa pasar masyarakat menengah ke bawah tapi kami juga tidak melupakan pasar menengah ke atas. Sehingga semua kalangan bisa menjadi target pangsa pasar.

Grafik penjualan berikut memperlihatkan capaian yang berkaitan dengan sasaran outlet Denai. Pada Fritto Chicken, outlet tersebut ditetapkan untuk mencapai penjualan sebesar Rp500.000.000. Penetapan sasaran ini dipengaruhi oleh sejumlah komponen, antara lain kewajiban pajak perusahaan, anggaran promosi 5%, titik impas (*break even point*), biaya operasional, serta alokasi gaji pegawai sebesar 30%, beserta unsur pendukung lainnya. Dengan strategi tersebut, pelanggan diharapkan tetap setia, terdorong melakukan pembelian kembali, dan tidak mudah berpindah ke usaha lain yang menawarkan produk serupa. Sejalan dengan itu, Kotler, 2008 (dalam Laia, dkk., 2021) menjelaskan bahwa pengelompokan pasar memiliki kaitan yang kuat terhadap tingkat penjualan.



Tabel 1. 1 Penjualan Fritto Chicken

Karena itu peneliti berniat melakukan penelitian yang berjudul “**ANALISIS SEGMENTASI PASAR FRITTO CHICKEN SECARA DEMOGRAFIS DAN PSIKOGRAFIS STUDI PADA OUTLET DENAI MEDAN**”

1.2 Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada paparan kondisi dan konteks sebelumnya, persoalan utama dalam studi ini berfokus pada identifikasi ciri-ciri khusus pelanggan yang berkunjung ke Fritto Chicken?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Dengan berpijak pada persoalan yang telah dipaparkan sebelumnya, riset ini diarahkan guna mengidentifikasi pembagian konsumen Fritto Chicken melalui sudut pandang kependudukan serta karakter gaya hidup dan perilaku, agar penyusunan strategi promosi dapat dilakukan dengan lebih mudah.

1.4 Kontribusi/ Manfaat TA

Adapun tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ke beberapa pihak diantaranya:

1. Bagi pelaku bisnis

Sebagai acuan dalam perumusan strategi, kajian tersebut diharapkan mampu memberikan masukan bagi pengambilan keputusan agar usaha tetap adaptif, unggul dalam persaingan, serta berkelanjutan menciptakan pembaruan pada pengembangan usahanya.

2. Bagi peneliti

Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh kesempatan untuk memahami secara langsung beragam persoalan yang muncul dalam aktivitas bisnis sekaligus mengetahui cara penanganannya. Dengan demikian, pemahaman yang sebelumnya didapat selama masa studi tidak hanya berhenti pada tataran konseptual, tetapi juga dapat diterapkan dalam praktik nyata.

3. Bagi peneliti lain

Bagi kajian tentang tata kelola pemasaran, hasil telaah ini diproyeksikan memberi sumbangan bagi kemajuan proses belajar sekaligus berfungsi sebagai rujukan.