

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN CEPAT SAJI

Rikie Dekas

Universitas Sumatera Selatan
rikiedekas2021@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis persepsi konsumen terhadap rumah makan cepat saji yaitu Ayam Geprek Sambal Petir (Survei Pada Konsumen Rumah Makan Ayam Geprek Sambal Petir Cabang Prabumulih). Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui tingkat kenaikan jumlah pengunjung Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih. Penelitian ini menggunakan teknik sampling dengan respondennya adalah para pelanggan Ayam Geprek Sambal Petir. Analisis data yang dilakukan dengan skala Likert yang dikembangkan dari angket. Hasil penelitian menunjukkan, perkembangan Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih saat ini berkembang sangat pesat sekali. Pengelola Ayam Geprek Sambal Petir terus mempertahankan ciri khasnya menjadi salah satu makanan Favorit bagi kalangan muda mudi. Untuk menjaga kualitasnya agar tetap baik, pengelola terus berinovasi seperti mempertahankan kualitas harga, cita rasa, gaya hidup, dan Desain interior. Pada dasarnya agar pelanggan tetap setia dan Ayam Geprek Sambal Petir tetap primadona di mata masyarakat Kota Prabumulih. Simpulan, pengelolaan Ayam Geprek Sambal Petir yang baik, akan mendatangkan kebaikan juga. Ditengah persaingan para pedagang kuliner di Kota Prabumulih, pengelola Ayam Geprek Sambal Petir terus berinovasi dan terus berusaha mempromosikan kepada masyarakat agar dapat menjadi pelanggan yang setia.

Kata Kunci: Analisis, Ayam Geprek Sambal Petir, Prabumulih

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of consumer perceptions of Ayam Geprek Sambal Petir (Survey on Consumers of Chicken Geprek Sambal Petir Restaurant Prabumulih Branch). The method in this research is a quantitative research method. Quantitative methods were used to determine the level of increase in the number of visitors to the Geprek Sambal Petir Chicken in Prabumulih City. This study uses a sampling technique with the respondents are the customers of Ayam Geprek Sambal Petir. Data analysis was carried out using a Likert scale developed from a questionnaire. The results showed that the development of Chicken Geprek Sambal Petir in Prabumulih City is currently growing very rapidly. The manager of the Geprek Sambal Petir continues to maintain its trademark of being one of the favorite foods for young people. To maintain good quality, the manager continues to innovate such as maintaining price quality, taste, lifestyle, and interior design. Basically, so that customers remain loyal and the Chicken Geprek Sambal Petir remains excellent in the eyes of the people of Prabumulih City. In conclusion, good management of the Geprek Sambal Lightning Chicken will also bring goodness. In the midst of competition from culinary traders in Prabumulih City, the manager of Ayam Geprek Sambal Petir continues to innovate and continues to try to promote to the public so that they can become loyal customers.

Keywords: Analysis, Chicken Geprek Sambal Lightning, Prabumulih

PENDAHULUAN

Era modernisasi yang ditandai dengan kehadiran berbagai macam teknologi dan informasi telah membuat roda perekonomian nasional semakin berkembang pesat. Perubahan paradigma yang terjadi ini menyebabkan bidang ekonomi termasuk pemasaran semakin berkembang pesat (Jundurabbi, 2015). Persaingan roda ekonomi orientasinya tidak hanya lokal, namun nasional bahkan secara global dengan melihat kondisi keunggulan kompetitif yang berdaya saing bisnis global. Adanya persaingan secara global ini, jelas setiap produk yang dihasilkan harus terus berinovasi agar tidak hilang ditelan zaman. Perusahaan yang bergerak dibidang ekonomi harus mampu membawa situasi dan kondisi yang terjadi agar tetap eksis (Tarigan, E., Satriawan, I., & Wiranatha, 2021). Saat ini, persaingan dalam bidang industri secara global dipengaruhi oleh beberapa elemen atau faktor utama, yaitu pelanggan (*customers*), biaya (*cost*), negara (*country*), dan persaingan (*competition*). Semua perusahaan yang berkembang tentunya memiliki keinginan untuk memenangkan dalam setiap persaingan yang terjadi. Hal ini penting untuk tetap eksis dan menjadikan pelanggan untuk setia agar perusahaan tersebut dapat bertahan lebih lama lagi (Gustini, 2018).

Daging ayam adalah salah satu sumber protein yang sangat tinggi dan menjadi keharusan untuk dikonsumsi. Protein yang terdapat dalam olahan ayam, akan dapat meningkatkan semangat dalam tubuh. Oleh karenanya, dengan mengkonsumsi ayam sebagai lauk pauk manusia akan sangat penting untuk dilakukan. Banyak kandungan protein yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia (Sinta, 2017). Permintaan ayam sebagai bahan konsumsi masyarakat seiring berkembangnya zaman semakin beragam. Masyarakat yang dahulu hanya mengkonsumsi ayam kampung, namun saat ini dapat mengkonsumsi ayam merah dan putih yang memiliki harga yang sangat murah dibandingkan ayam kampung. Belum lagi, permintaan akan ayam juga tidak selamanya dalam bentuk daging segar saja, namun juga dalam beberapa anekaragam olahan ayam. Beberapa olahan ayam itu, seperti Naget, Sosis, dan lain sebagainya. Makanan-makanan hasil olahan ayam ini, banyak ditemukan di beberapa kios yang ada di beberapa daerah di Indonesia. Hal ini adalah dampak kemajuan zaman yang semakin canggih yang membuat masyarakat untuk mengolah ayam menjadi berbagai makanan yang tahan lama untuk dikonsumsi (Ganantrya, 2019).

Masyarakat Indonesia ini adalah masyarakat yang memiliki pemikiran untuk berkembang dalam berbagai jenis usaha. Banyaknya siaran tentang perkembangan ekonomi nasional maupun dunia telah memberikan pengalaman-pengalaman yang berharga bagi masyarakat ini. Dalam bidang perekonomian ini, jelas masyarakat selalu update terhadap info-info yang muncul dipasaran. Bagi masyarakat yang memiliki modal besar dan berkeinginan memiliki usaha mandiri atau lebih dikenal dengan sebutan wirausahawan muda, mulai bergerak untuk menentukan konsep apa yang cocok dengan dunia niaga saat ini. Sangat jelas bahwa pemilik modal berusaha untuk menanamkan modalnya agar dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan yang besar pula. Salah satu bisnis yang sangat populer saat ini adalah bisnis kuliner yang masih jarang ditemukan di daerah tersebut. Jenis kuliner yang khas akan banyak dikunjungi oleh masyarakat dan menjadi viral. Sehingga keuntungan yang telah dicita-citakan akan segera didapatkan oleh pengelola kuliner tersebut (Aisyah & Hiola, 2016).

Masyarakat yang bergerak dibidang kuliner tidak jarang mempelajari terlebih dahulu konsep-konsep bisnis terbaru yang tidak banyak pengeluaran, namun penghasilan yang besar dan menjanjikan. Konsep yang terdiri dari ruangan tempat kunjungan untuk kuliner yang nyaman dengan fasilitas yang disediakan dan beragam jenis menu yang ditawarkan akan menambah keinginan masyarakat untuk berkunjung. Konsep rumah makan yang sederhana, namun unik malah terkadang menjadi primadona bagi masyarakat lokal (Limarno, 2019). Apalagi dengan harga-harga yang terjangkau adalah salah satu yang menjadikan pengunjung selalu merekomendasikan tempat makan ini. Konsep yang diusung sangat sederhana, namun modern akan memberikan pemikiran bahwa tempat kuliner tersebut bukan hanya untuk kalangan menengah ke atas, namun jug kalangan menengah ke bawah. Umumnya daerah yang dipilih oleh pemilik tempat makanan ini berada di pusat kota, dekat dengan Sekolah dan Kampus yang dapat membuat pembeli mudah untuk menemukan kuliner yang ditawarkan tersebut (R, 2016). Saat ini juga untuk memudahkan masyarakat dalam membeli, para penjual dapat mempromosikan melalui media sosial, baner, dan beberapa media promosi pendukung lainnya. Untuk pembelian sendiri, saat ini banyak aplikasi online seperti *Maxim* dan *Grapfood*. Tentunya semakin membuat masyarakat mudah untuk membeli makanan favoritnya (Nurainy, 2019).

Saat ini masyarakat pastinya telah banyak mengenal adanya ayam geprek

sebagai salah satu menu favorit bagi masyarakat umum. Hampir semua daerah memiliki ciri khasnya sebagai daerah yang pantas untuk dikunjungi salah satunya adalah menu kulinernya. Menu ayam geprek sendiri sangat terkenal karena selain terjangkau, namun juga sangat enak dan khas sesuai dengan konsep yang mereka tawarkan kepada para pembelinya. Biasanya masyarakat akan menyukainya dari hal rasa juga pengemasan yang bagus saat akan disantap. Hal terpenting adalah bagaimana kemampuan penjual untuk membuat pembeli tetap senang dalam menikmati apa yang seharusnya diinginkan oleh pembeli itu sendiri. Menu ayam geprek ini biasanya terdiri dari ayam yang telah digoreng dengan tepung krispi yang disajikan dengan nasi, lalapan dan sambal favorit. Tidak lupa ayam geprek tersebut harus dipukul terlebih dahulu dengan menambahkan sambal hijau agar semakin pedas (Rahardjo, 2016).

Dari hasil latar belakang yang didapatkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Ayam Geprek Sambal Petir (Survei Pada Konsumen Rumah Makan Ayam Geprek Sambal Petir Cabang Prabumulih). Diharapkan penelitian ini menjadi solusi dalam pemecahan permasalahan yang terjadi dalam kajian penelitian.

KAJIAN TEORI

Perilaku makan adalah suatu tingkah laku yang dilakukan individu dalam rangka memenuhi kebutuhan makan yang merupakan kebutuhan dasar yang bersifat fisiologis. Makanan yang kita makan sehari-hari tidak hanya sekedar makanan, tetapi makanan tersebut harus bermanfaat bagi tubuh sehingga pemenuhan gizi makanan yang dikonsumsi dapat memelihara kesehatan. Salah satu pilihan makanan saat ini yaitu memilih makan makanan cepat saji.

Menurut Sutisna (2003) ada dua faktor kunci yang menentukan stimuli akan dirasakan dan bagaimana stimuli itu dipersepsi. Pertama karakteristik stimulus dan kedua kemampuan konsumen dalam merasakan stimulus. Suatu perilaku timbul dimana awalnya melewati beberapa alur. Hal pertama yang dilakukan yaitu persepsi. Mempersepsi sesuatu didasarkan pada halhal yang ditemui pada saat kita melihat, mendengar, mencium, mengecap ataupun meraba (panca indera). Persepsi seseorang akan sesuatu berbeda sesuai dengan objek yang tampak di pemersepsi. Salah satunya adalah memilih untuk makan makanan cepat saji.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian yang dikembangkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Untuk rancangan tersendiri, peneliti menggunakan metode pengamatan secara langsung di lapangan. Dari metode pengamatan secara langsung ini kemudian didapatkan berbagai macam informasi dari responden dan dilanjutkan dengan pengisian angket.

Untuk populasi yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian adalah secara random yang membeli Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih sebanyak 20 orang. Sedangkan untuk penelitian ini juga menggunakan teknik sampling dengan responden yaitu para pelanggan yang membeli Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih. Konsumen yang menjadi responden memiliki kriteria sebagai berikut, a) pembeli Ayam Geprek Sambal Petir melakukan pembelian minimal sekali dalam seminggu; b) pembeli telah berumur minimal 19 tahun.

Untuk Instrumen penelitian sendiri, peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data berupa angket. Data angket tersebut digunakan untuk menggali berbagai informasi dari pembeli Ayam Geprek Sambal Petir yang kemudian dianalisis datanya. Analisis angket ini menggunakan skala Likert yang terdiri dari Sangat Setuju (5), Setuju (4), Cukup Setuju (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Dalam menunjang penelitian ini, peneliti menggunakan sumber tambahan, yaitu jurnal dan buku yang relevan untuk penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi penelitian selanjutnya.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ditunjukkan pada Tabel 1, 2, 3, 4, dan 5 sebagai berikut:

Tabel 1.
Variabel Harga

No	Keterangan	Skor
1	Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk Yang Didapat	3,20
2	Menurut Anda, Ayam Geprek Sambal Petir Memiliki Harga Yang Terjangkau	2,67
3	Harga Produk Ayam Geprek Sambal Petir Dinilai Ekonomis Bagi Pelanggan	2,47
Total		8,34
Rata-Rata		2,78

Tabel 2.
Variabel Cita Rasa

NO	KETERANGAN	SKOR
1	Ayam Geprek Sambal Petir memiliki cita rasa khas bagi pelanggan yang dapat memenuhi selera pelanggan	3,14
2	Kebersihan dan terjaganya mutu pada produk khususnya pada Ayam Geprek Sambal Petir	2,61
3	Ayam Geprek Sambal Petir memiliki rasa yang konsisten dari waktu ke waktu	2,65
	Total	8,4
	Rata-Rata	2,80

Tabel 3.
Variabel Promosi

NO	KETERANGAN	SKOR
1	Ayam Geprek Sambal Petir diketahui dari periklanan media sosial (<i>WhatsApp, Facebook</i> , dan pembaharuan di tempat)	2,97
2	Pemberian hadiah berupa VCD dan harga yang hemat pada paket yang disediakan	2,62
3	Terdapat promosi dan pembaharuan informasi mengenai varian baru	2,37
	Total	7,96
	Rata-Rata	2,65

Tabel 4.
Variabel Gaya Hidup

NO	KETERANGAN	SKOR
1	Gerai Warung Makan Ayam Geprek Sambal Petir karena mengikuti trend yang terjadi saat ini	3,08
2	Membeli produk Ayam Geprek Sambal Petir karena sangat praktis	2,85
3	Gerai Warung Makan Ayam Geprek Sambal Petir merupakan brand yang dipertmbangkan, sehingga sebagai cerminan gaya hidup konsumen	2,81
	Total	8,74
	Rata-Rata	2,91

Tabel 5.
Variabel Desain Interior

NO	KETERANGAN	SKOR
1	Memiliki desain yang unik dan berciri khas, sehingga konsumen merasa nyaman ketika makan di Gerai Warung Makan Ayam Geprek Sambal Petir	2,95
2	Memiliki bebeapa fasilitas sesuai dengan kebutuhan konsumen (tempat bermain, wifi dan kondisi yang nyaman dengan pendukung air conditioner)	2,82
3	Memiliki prosedur SOP yang dapat menjamin mutu kesehatan, sehingga desain interior terjaga kebersihannya	3,40
	Total	9,17
	Rata-Rata	3,05

PEMBAHASAN

Industri makanan dan minuman di Indonesia saat ini semakin berkembang sangat pesat. Hal ini sangat penting sebagai usaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru yang lebih kompeten. Saat ini usaha perdagangan makanan yang cepat saji dan modern tidak hanya dilakukan oleh kalangan Restoran mewah seperti KFC. Namun beberapa warung makan sederhana juga banyak menawarkan makanan cepat saji yang enak dengan konsep modern yang tentunya terjangkau bagi setiap kalangan. Makanan cepat saji yang disajikan pada dasarnya mengusung konsep harga kaki lima namun rasa bintang lima. Hal yang menarik ini akan sangat dinantikan pengunjung untuk merasakan makanan yang disajikan oleh rumah makan tersebut (Nurainy, 2019). Berbagai makanan cepat saji, seperti Ayam Geprek saat ini menjadi sangat terkenal dan banyak muncul di beberapa rumah makan maupun di beberapa pinggir jalanan Kota besar maupun Kota Madya. Menu-menu yang ditawarkan beberapa rumah makan cepat saji ini beranekaragamnya. Penjualan dipinggir jalan tentunya sangat unik dan hal ini banyak mendatangkan pembeli. Beberapa hal yang menarik seperti harga yang murah dan terjangkau serta enak makanannya menjadi hal yang patut diperhitungkan bagi setiap pembeli makanan tersebut (Triana, 2019).

Para penjual makanan cepat saji yang berkembang saat ini tidak berdagang secara tiba-tiba. Namun beberapa juga memiliki pengalaman dagang yang tidak bisa dipandang remeh. Beberapa adalah mantan pegawai rumah makan besar seperti KFC, rumah makan kalangan yang sudah terkenal, maupun orang-orang yang memiliki jiwa dagang atau wirausahawan yang sangat tinggi. Bekal modal yang cukup dan pengalaman yang dimiliki ini, mulailah mereka mendirikan warung makan sesuai dengan perkembangan zaman (Cendriono, 2018). Untuk merekrut pegawai pun harus berdasarkan kebutuhan dan kriteria yang dimiliki calon karyawan. Hal ini penting agar kedepan rumah makan yang dirintis ini dapat ramai dikunjungi oleh para pengunjung dan dapat berkembang lebih luas lagi rumah makan tersebut. Jika kepuasan pelanggan dapat diberikan oleh para pedagang, para pembeli akan menjadi pembeli yang setia. Namun jika pembeli merasakan hal yang tidak menyenangkan, maka pembeli lambat laun akan meninggalkannya. Para pedagang harus menyadari bahwa mereka dalam berdagang saat ini tidak sendirian. Ada banyak pedagang yang bermunculan untuk mendapatkan pembeli yang sebanyak-banyaknya. Persaingan cita rasa dan harga yang sesuai akan menjadi hal yang berharga dalam mempertahankan para pembeli tersebut.

Untuk mempromosikan warung makannya, para pedagang juga dapat bekerjasama dengan *Grapfood* maupun melalui *Baner* serta media sosial (Endriastuti, 2018).

Saat ini banyak berkembang usaha kuliner yang bermunculan di beberapa daerah di Indonesia termasuk di Kota Prabumulih Provinsi Sumatera Selatan semakin hari semakin meningkat. Warung makan atau Gerai makan ini, kemudian dikenal dengan wisata kuliner karena menerapkan konsep sebagai hal yang baru dan modern yang tentunya dapat dijangkau oleh semua kalangan. Munculnya bisnis rumah makan ini kemudian menjadikan persaingan bisnis kuliner semakin meningkat. Untuk mengenalkan berbagai menu yang disajikan di setiap warung makan dapat melalui online maupun secara langsung di warung tersebut. Maka untuk itu, setiap rumah makan akan menerapkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan agar persaingan antar warung makan dapat terkendali dengan baik dan sehat. Hal terpenting yang harus dimiliki oleh para pedagang yang memiliki rumah makan adalah bagaimana yang dibutuhkan oleh pelanggan agar pelanggan merasa nyaman. Hal ini dapat diberikan warung makan melalui kualitas produknya dan pelayanan yang terbaik (Ganantrya, 2019).

Kota Prabumulih merupakan salah satu Kota penting yang ada di Provinsi Sumatera Selatan. Sebagai Kota besar yang berada dalam Provinsi, Kota Prabumulih menjadi salah satu Kota yang mulai diperhitungkan oleh masyarakat luar. Hampir dalam setiap tahunnya terus mengalami peningkatan jumlah pendatang yang ingin mengabdikan dirinya mencari kesuksesan di Kota ini. Tahun demi tahun yang terus berkembang banyak pendatang yang hadir di Kota Prabumulih. Beberapa adalah bekerja pada instansi pemerintah, Sekolah, melanjutkan Perguruan Tinggi, dan mencari peluang pekerjaan. Namun tidak jarang beberapa masyarakat yang terdidik mencoba mendirikan lapangan pekerjaan sendiri. Hal ini dari imbas Kota Prabumulih yang semakin berkembang pesat di era globalisasi ini. Para pendatang yang datang di Kota Prabumulih dan mendirikan usaha dagangnya umumnya telah memiliki modal dan pengalaman yang baik sebelumnya. Mereka mampu melihat peluang yang baik untuk mengembangkan diri dengan membuka usaha keluarga. Membuka usaha yang biasa disebut sebagai *Etnoprenuer* ini adalah hal yang positif ditengah arus industri yang semakin berkembang. *Etnoprenuer* muda ini juga sebelumnya telah membuka ditempat lain dan melihat peluang dagang di Kota Prabumulih yang dapat menghasilkan keuntungan yang membuatnya untuk membuka cabang di Kota Prabumulih.

Hal menarik yang ada pada beberapa kode atau warung makan ayam geprek yang ada di Kota Prabumulih ini adalah memiliki konsep yang bagus dalam konsep namanya. Ayam geprek sambal petir merupakan salah satu ayam geprek yang paling hits di Kota Prabumulih. Nama sambal petir tentunya sangat unik sekali, dimana biasanya nama tersebut adalah nama cahaya kilat saat menjelang akan turunnya hujan. Namun nama petir dipakai dalam istilah penjualan makanan ayam geprek sambal petir. Sambal petir ini adalah sambal yang sangat pedas dengan cabe rawit yang memang sangat pedas. Jadi penamaan sambal petir pada ayam geprek jelas membuktikan bahwa ayam geprek tersebut akan menjadi promadona bagi penjualan ayam geprek yang viral di Kota Prabumulih ini. Sambal pedas yang dituangkan pada ayam geprek ini akan menambah kenikmatan bagi para penikmat ayam geprek untuk menikmati sensasi pedasnya menu Ayam Geprek Sambal Petir yang ada di Kota Prabumulih.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumen akan berdampak pada kelanjutan dari tempat usaha tersebut. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan dan dapat menghadirkan pelanggan yang baru. Hal yang perlu dicatat bahwa saat ini persaingan dagang juga semakin berkembang (Permono, 2021). Maka pelayanan rumah makan Ayam Geprek Sambal Petir juga harus ditingkatkan. Ibaratnya kualitas pelayanan menurun, akan berpengaruh kepada pelanggan tetap. Hal ini tentunya sangat merugikan warung makan jika pelanggan sampai beralih ke penjual Ayam Geprek lainnya. Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah harga. Di beberapa Kota besar, harga menjadi salah satu primadona yang akan mempengaruhi jumlah pembeli. Maka manajemen dagang harus jalan agar dagangannya tidak rugi namun pelanggan tetap setia (Indayani, 2020).

Kepuasan konsumen sebagai pelanggan Ayam Geprek Sambal Petir memang harus dipertahankan oleh para pengelola warung makan di Prabumulih. Kemasan Ayam Geprek Sambal Petir yang mudah merembas atau tidak rapi akan menjadi persoalan bagi penjual. Untuk itu, para pengelola Ayam Geprek Sambal Petir harus cerdas, bagaimanapun juga pelanggan adalah aset yang harus tetap dijaga keberadaannya. Kepercayaan pelanggan kepada Warung makan Ayam Geprek Sambal Petir harus tetap dijaga dengan baik. Cita rasa yang menjadi ciri khasnya harus dipertahankan begitu juga dengan tingkat higienitas makanan harus dijaga. Inovasi terbaru dari kemasan maupun masakan baru yang dapat ditawarkan ini akan membuat pelanggan semakin puas dengan

kemasan yang terbaru dan memiliki desain yang menarik (Tarigan, dkk, 2021).

Penjualan menu Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih saat ini telah berdiri dari beberapa cabang yang ada di dalam Kota ini. Hal ini merupakan wujud strategi yang dikembangkan oleh owner dalam menyikapi kebutuhan Ayam Geprek Sambal Petir agar dapat dinikmati masyarakat dari berbagai sudut Kota. Selain itu, dengan dibukanya beberapa warung makan ayam geprek sambal petir, akan mendatangkan keuntungan yang besar dan tentunya akan menyerap lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya. Pemilik Ayam Geprek Sambal Petir harus mampu menciptakan menu-menu yang terlihat aneh, namun memberikan peluang bagi pelanggan untuk berkunjung dan menikmati makanan ayam geprek sambal petir. Selain menjual menu ayam geprek sambal petir, penjual juga menjual menu lain, seperti ayam kriuk, ayam bakar, mie goreng ayam geprek dan pindang ikan nila. Untuk minuman, berbagai menu minuman juga tersedia, mulai dari es teh, es jeruk, dan beraneka jus buah-buahan segar. Nuansa tempat yang ditawarkan juga sangat menarik pengunjung, sehingga mereka akan menikmati makanan dengan santai dan senang sekali. Selain untuk dimakan ditempat, pengunjung juga dapat membeli untuk dibawa pulang ke rumahnya masing-masing. Saat ini pembelian Ayam Geprek Sambal Petir juga dapat disorder melalui Grapfood yang ada di aplikasi Smartphone Android. Jadi masyarakat tidak perlu datang langsung ke lokasi untuk membeli makanan tersebut. Hal ini tentunya membuat mengunjungi akan semakin dapat menikmati seiring berkembangnya kemajuan zaman yang semakin canggih dan sesuai kebutuhan masyarakat era sekarang.

Harga menjadi salah satu yang sangat diperhitungkan dalam usaha dagang Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih. Skor harga terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada Tabel 1 dimana didapatkan skor rata-rata, yaitu sebesar 2,78. Hal ini berarti konsumen setuju dengan Ayam Geprek Sambal Petir di Kota Prabumulih. Pendapat yang diucapkan oleh pelanggan ternyata sesuai dengan yang didapatkan pelanggan untuk membeli ayam geprek sambal petir. Jika dilihat dari Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan oleh pedagang Ayam Geprek Sambal Petir sesuai dengan kebutuhan pembeli dengan harga yang murah dan terjangkau. Namun demikian, pelanggan di Kota Prabumulih tidak menjadikan harga sebagai unsur utama dalam masalah ini.

Varian cita rasa telah disajikan pada Tabel 2 dengan nilai skor yang didapatkan,

yaitu 2,80 yang berarti konsumen merasa setuju dengan cita rasa ayam geprek sambal pedas yang diberikan pedagang di Kota Prabumulih. Cita rasa sambal petir yang diberikan menjadi pembeda dengan ayam geprek lainnya dan membuat pelanggan sangat senang. Penjual Ayam Geprek Sambal Petir harus mampu menjaga cita rasanya karena jika cita rasanya berkurang akan mempengaruhi kedatangan pelanggan. Maka penjual Ayam Geprek Sambal Petir harus konsisten dalam menyajikan masakannya dan produk-produk lainnya yang menawan dan enak untuk dikonsumsi. Konsumen yang akan datang ke Gerai Ayam Geprek Sambal Petir ini terdiri dari berbagai macam golongan yang berdasarkan kebutuhan masing-masing.

Skor promosi yang didapatkan dapat dilihat pada Tabel 3. Hasil skor yang diperoleh dari variabel promosi yaitu rata-rata sebesar 2,65 yang menunjukkan bahwa pelanggan cukup setuju terhadap model promosi yang dilakukan oleh Gerai Ayam Geprek Sambal Petir di Prabumulih. Untuk menunjang agar masyarakat Kota Prabumulih semakin mengenal ayam geprek sambal petir, ownernya telah mempromosikan melalui Baner Spanduk dan media sosial Facebook dan Instagram. Selain itu pembelian juga dapat secara online melalui aplikasi *Grapfood* dan *Maxim*.

Gaya hidup memiliki skor yang ditampilkan pada Tabel 5 dengan skor rata-rata sebesar 2,91 yang berarti pelanggan cukup setuju bahwa pembelian Ayam Geprek Sambal Petir merupakan bagian dari gaya hidup. Gaya hidup dalam penelitian ini adalah berupa model pebaharuan dari produk ayam geprek yang ditawarkan terlihat modern, praktis, enak, dan kemasan sangat bagus yang menjadi pertimbangan pembeli untuk membeli ayam geprek sambal petir. Seiring berkembangnya kemajuan dari teknologi, produk makanan ayam geprek menjadi gaya hidup bagi banyak kalangan masyarakat bahwa saat ini sedang tren makan makanan yang sesuai perkembangan zaman modern.

Skor yang didapatkan dari desain interior terhadap kepuasan pelanggan ini disajikan dalam Tabel 5, yang mana skor dari rata-ratanya adalah 3,05. Hal ini jelas bahwa semakin bagus desain interior sebuah rumah makan, akan semakin banyak pula pengunjung yang berdatangan, sebaliknya semakin tidak rapi desain interior yang disajikan oleh tempat makan, akan semakin sedikit yang akan berkunjung ke rumah makan tersebut. Desain interior yang ditawarkan oleh Gerai warung makan Ayam Geprek Sambal Petir adalah secara lesehan maupun makan di meja dan kursi yang telah disediakan. Fasilitas yang didapatkan adalah tempat makan yang nyaman dan luas,

sehingga para pengunjung dapat makan sambil bersantai bersama keluarga maupun teman-temannya.

SIMPULAN

Usaha Ayam Geprek Sambal Petir di Prabumulih saat ini berkembang sangat pesat. Meskipun masih dalam suasana masa pandemi *Covid-19*, namun perkembangan usaha rumah makan dengan ciri khas Ayam Geprek menjadi lading penghasilan pengusaha rumah makan tersebut. Pengusaha warung makan Ayam Geprek Sambal Petir di Prabumulih ini adalah ciri khas dari model penjualannya. Inovasi yang dilakukan pedagang Ayam Geprek Sambal Petir sebagai langkah untuk mempertahankan dominasinya sebagai pengusaha rumah makan ditengah persaingan global. Inovasi yang dikembangkan untuk mempertahankan pembeli yang setia dan mendatangkan pembeli yang baru. Pengelola Ayam Geprek Sambal Petir sangat paham kondisi di lapangan yang didasari atas hasil yang telah didapatkan. Atas dasar penilaian tersebut, maka rumah makan Ayam Geprek Sambal Petir di Prabumulih dapat mempertahankan kepercayaan masyarakat ditengah persaingan pedagang makanan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, R. S., & Hiola. S. K. Y. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam di Kota Makassar. *Jurnal Galung Tropika*, 6(3), 174–184. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31850/jgt.v6i3.237>
- Cendriono, N. dan T. E. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung yang Dilihat dari Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak (JAP)*, 18(2), 188–195. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v18i2.120>
- Endriastuti, A. dan M. P. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan m-commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortila di Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 56–66. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31604/jpm.v1i2.56-66>
- Ganantrya, P. D. (2019). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Ayam Goreng Rumah Makan Ayam Goreng Asli Prambanan Renon, Denpasar Quality Improvement Strategy for Fried Chicken Products in Original Prambanan Renon Fried Chicken Restaurant, Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(1), 21–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JRMA.2019.v07.i01.p03>
- Gustini, S. (2018). Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Mie Goreng Merk Mie Sedaap dan Indomie. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 14(1), 15–26.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.35449/jemasi.v14i1.21>
- Indayani, S. dan B. H. (2020). Analisis Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi sebagai Akibat Pandemi Covid-19. *PERSPEKTIF Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 201–208. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v18i2.8581>
- Jundurabbi z, H. (2015). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Fried Chicken Organik (Survey di Rumah Makan Ayam Organik Hefchick Jl. Adipati Agung No. 40 Baleendah Bandung). *Students E Journals*, 4(1), 1–13.
- Nurainy, Fibra, dkk. (2019). Perilaku dan Kepuasan Konsumen Mahasiswa Universitas Lampung Terhadap Makanan Cepat Saji Menu Utama Ayam Bakar. *Jurnal Teknologi & Industri Hasil Pertanian*, 24(2), 77–88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23960/jtihp.v24i2.77-88>
- Permono, V. R. dan Y. P. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 46–61. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30737/jimek.v4i1.1473>
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Performa*, 1(1), 32–43. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/106>
- Sinta, D. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ayam Goreng Nelongso Cabang JL. Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6(2), 1–12.
- Tarigan, E., Satriawan, I., & Wiranatha, A. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Ayam Geprek Greget Consumer Satisfaction Analysis on Product Quality and Service at Greget Chicken Geprek Diner. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 9(3), 383–393. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JRMA.2021.v09.i03.p11>
- Triana, D. (2019). Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Milenial Tentang Kehalalan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Street Foods Di Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2019*, 458–463. Retrieved from <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/view/1987>