

Terbit : 09 Januari 2024

Kebijakan Produk Standarisasi Internasional: Analisis Pada Kualitas dan Keselamatan Produk Pada Kentucky Fried Chicken (KFC)

Cindy Ariza Hasibuan¹, Dinda Syafira², Putri Agustina³, Suhairi⁴

¹²³⁴Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

cindyariza67@gmail.com¹, dindasya3010@gmail.com², agustinaputri564@gmail.com³,
suhairi@uinsu.ac.id⁴

ABSTRAK

Kebijakan standarisasi internasional untuk produk KFC merupakan strategi penting untuk menjaga citra merek dan kualitas tetap konsisten di seluruh operasi globalnya. KFC, sebagai jaringan restoran drive-through global, menerapkan pedoman ketat untuk memastikan bahwa produknya memenuhi harapan konsumen di negara lain. Hasilnya, KFC mampu mematuhi peraturan pemerintah terkait keamanan dan kesehatan pangan berkat standar internasional. Selain itu, KFC mampu mengurangi risiko akibat perbedaan peraturan antar negara. Melalui strategi normalisasi produk global, KFC dapat memperkuat gambaran citranya sebagai pemasok makanan murah bernilai di pasar global, namun tetap fokus pada keragaman selera pembeli lokal. Oleh karena itu, tujuan dari makalah ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kebijakan produk standarisasi internasional KFC terhadap keamanan dan kualitas produk. Strategi ujian ini menggunakan studi tertulis, khususnya melalui situs Google Researcher. Berdasarkan hasil penelitian, KFC terus berupaya menjamin kualitas dan kesehatan produknya. Organisasi ini berfokus pada sifat produknya melalui perspektif yang berbeda, misalnya akreditasi halal, kemajuan dalam pembuatan menu baru, kontrol kualitas yang ketat, dan pelaksanaan administrasi penting. KFC juga berfokus pada jaringan toko dan pengendalian kualitas di industri makanan murah.

Kata Kunci : Restoran KFC Drive-through, Global Normalized Items, Kualitas dan Keselamatan Barang

PENDAHULUAN

KFC, yang berarti Kentucky Seared Chicken, adalah restoran makanan yang menonjolkan keunggulan utama pada menu panggang, pertama kali didirikan di Kentucky pada tahun 1940-an dan didirikan oleh John "Kolonel" Harland. Dengan masakannya yang kuat dan digoreng serta beragam menu yang memadukan antara kuat dan sentimental, KFC telah berkembang menjadi salah satu restoran terbaik di dunia.

Sejalan dengan meningkatnya keberagaman masyarakat, khususnya di wilayah metropolitan, aksesibilitas terhadap pangan murah semakin dibutuhkan, ditopang oleh kecenderungan gaya hidup individu yang lebih fungsional, termasuk pola makan saat ini. KFC (Kentucky Broiled Chicken) merupakan pionir makanan murah yang sudah terbukti prevalensinya di Indonesia. Organisasi KFC merupakan organisasi umum yang



menggunakan kerangka pendirian dan memiliki cabang di seluruh dunia, apalagi di Indonesia yang bernaung di bawah PT. Makanan Cepat Saji Indonesia Tbk. Di saat persaingan dunia usaha dan lingkungan bisnis semakin sulit, pendirian Kentucky Seared Chicken di Indonesia yang didukung oleh PT. Fastfood Indonesia Tbk terus berkembang dan berkembang setiap tahunnya.

Industri makanan dan minuman sangat bergantung pada kebijakan standardisasi produk internasional, terutama dalam hal keamanan dan kualitas produk. Pengujian penerapan pendekatan ini di perusahaan makanan murah global seperti Kentucky Seared Chicken (KFC) dapat memberikan pemahaman penting tentang praktik terbaik dalam menjamin kualitas dan keamanan produk di seluruh jaringan produksi di seluruh dunia. (Syam, 2020, pp. 27–28).

KFC, sebagai salah satu perusahaan makanan murah terbesar di dunia, telah menghadapi kesulitan kritis dalam menjamin kualitas dan keamanan barang yang dapat diprediksi di seluruh cabangnya yang tersebar di berbagai negara. Sehubungan dengan globalisasi, pedoman internasional mengenai kualitas dan kesejahteraan produk menjadi semakin penting, mengingat perbedaan dalam pedoman dan praktik modern di setiap negara. Dengan cara ini, analisis dari atas ke bawah terhadap strategi produk normalisasi global yang dilakukan oleh KFC dapat memberikan pemahaman menyeluruh tentang upaya organisasi untuk memenuhi pedoman internasional sambil tetap berfokus pada variasi lokal.

Pendekatan ini mencakup berbagai sudut pandang, misalnya bahan alami, resep, siklus pembuatan, dan bundling. KFC menjamin bahwa bahan-bahan alami yang digunakan di seluruh kafe KFC di seluruh dunia berasal dari sumber yang sama dan memenuhi pedoman kualitas yang sama. KFC juga menjamin bahwa resep yang digunakan di seluruh kafe KFC di seluruh dunia sama, sehingga cita rasa produk KFC di seluruh dunia dapat diandalkan.

penentuan kualitas dan standar tinggi secara langsung atau tidak langsung sehubungan dengan praktik penjualan dan layanan. Ada beberapa hal yang harus diisi dan dimiliki oleh semua organisasi makanan dan minuman yang bekerja di bawah kerangka pendirian ini. Salah satunya mengenai status kesejahteraan produk yang telah mendapat izin dari Food and Medicine Organization. BPOM merupakan jaminan penanganan pangan dan mutu pangan sehingga menjadi rujukan penting dalam hal-hal yang akan dipublikasikan kepada klien. Pasalnya, akreditasi ini belum diberikan kepada seluruh pengusaha industri makanan dan minuman yang menjalankan usaha waralaba yang sudah terkenal atau banyak dikonsumsi. (Michel & Pasaribu, 2023, p. 797).

Produsen atau pelaku usaha harus memenuhi tanggung jawabnya untuk memberikan informasi produk yang jelas. Misalnya saja dalam hal penerapan sertifikasi atau label halal pada suatu produk. Mengenai kehalalan suatu barang, Peraturan Keamanan Pembeli (UUPK) Pasal 8 ayat (1) huruf h menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat serta menukarkan barang dagangan atau barang yang berpotensi diperoleh manfaat yang tidak mengikuti ketentuan penciptaan halal, sebagaimana diungkapkan dalam proklamasi “halal”. telah diungkapkan pada namanya. Dengan adanya tanda halal pada kemasan suatu barang, maka akan memudahkan pembeli yang ingin membeli suatu barang untuk melihat dan mengetahui bahwa organisasi yang terdapat pada barang tersebut adalah halal, sehingga pembeli tidak perlu lagi khawatir dan berasumsi. atas kreasi yang terkandung dalam item tersebut. terlepas dari apakah itu halal (Nurlaela et al., 2021, p. 45).

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki penerapan kebijakan produk standardisasi internasional KFC, dengan penekanan pada keamanan dan kualitas produk. Melalui pemeriksaan ini, diyakini bahwa pengalaman berharga dapat diperoleh dari organisasi makanan dan minuman lain yang bekerja di seluruh dunia, serta pihak-pihak yang terlibat dalam perubahan keadaan dan persyaratan norma global untuk kualitas dan keamanan barang.

TINJAUAN PUSTAKA

Franchise

Diversifikasi dapat menjadi cara untuk menggarap perekonomian dan memberikan peluang terbuka bagi para visioner usaha kecil dan menengah untuk terus bekerja, memberikan peluang kerja yang berharga, pemerataan dan juga peluang kerja yang terbuka untuk wilayah setempat. Hubungan *acto* dalam waralaba ini pada hakikatnya adalah suatu perjanjian; Namun, belum ada peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur perjanjian waralaba ini. Tindakan yang diambil sejauh ini masih bersifat regulasi dan membebankan biaya (Badriyah, 2019, pp. 6–7).

Di Indonesia terdapat banyak sekali restoran cepat saji sehingga menyebabkan ketatnya persaingan dalam hal kualitas produk (Ardiansyah et al., 2021, p. 2965). Oleh karena itu, KFC adalah jaringan restoran drive-thru yang dimulai dari Amerika dan memiliki cabang di seluruh dunia. Sebagai organisasi yang bekerja di berbagai negara, KFC harus menjamin bahwa produk yang diproduksinya memenuhi pedoman kualitas yang sama di seluruh dunia.

Kebijakan Produk Standarisasi Internasional

Seiring dengan meningkatnya permintaan pangan, prinsip kualitas bahan pangan menjadi penting. Mirip dengan pertukaran global, produk makanan yang ditukar harus memenuhi persyaratan yang berlaku di negara tujuan produk, termasuk kualitas, keamanan, ekologi, kesejahteraan dan kebutuhan lainnya. Hal serupa juga berlaku untuk barang impor (Resnia et al., 2015, p. 87).

Normalisasi global pada sambungan drive-through KFC mencakup sudut pandang yang berbeda, mulai dari sifat komponen yang tidak dimurnikan hingga *actor* fungsional. KFC, sebagai merek global, memiliki prinsip ketat untuk menjamin konsistensi rasa, administrasi, dan penanganan makanan di seluruh gerainya di berbagai negara. Beberapa contoh prinsip global yang diterapkan oleh KFC meliputi metodologi perencanaan makanan, penanganan makanan, dewan jaringan produksi, dan persiapan yang *actor* ntative. Hal ini diharapkan dapat menjamin pengalaman pelanggan yang dapat diprediksi dan berkualitas di setiap gerai KFC di seluruh dunia.

Kualitas dan Keselamatan Produk

Agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, khususnya persaingan berdasarkan kualitas, maka barang atau jasa yang dijualnya harus berkualitas atau sesuai dengan harga yang ditawarkan. (Presley & Budiono, 2020, p. 3).

Mengenai kesehatan produk KFC, beberapa *actor* yang harus dipertimbangkan termasuk selera pelanggan, kualitas makanan, dan layanan yang disampaikan. KFC harus menjamin bahwa barang yang dibuat secara konsisten memenuhi tingkat kualitas yang diharapkan oleh klien dan memenuhi pemenuhannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah teknik penelitian yang digunakan untuk melihat keadaan item normal, dimana ilmuwan adalah instrumen kuncinya, prosedur pengumpulan informasi diselesaikan dengan cara yang berlokasi, pemeriksaan informasi bersifat induktif, dan konsekuensi dari pemeriksaan subyektif menekankan arti sebagai kebalikannya spekulasi. (Abdussamad, n.d., p. 79).

Jenis eksplorasi yang digunakan dalam ujian ini adalah teknik penilaian edukatif dengan filosofi abstrak. Eksplorasi subyektif adalah penelitian yang menggunakan subjek penilaian sebagai sumber

informasi berkenaan dengan permasalahan yang sedang direnungkan. Data abstrak memberikan dan mendemonstrasikan gambaran mengenai objek penilaian yang diselesaikan.

Karya ilmiah ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif yang mengandalkan fenomena lingkungan dan fakta asli yang diperoleh dari pengumpulan data tentang suatu objek penelitian. Selain itu, penulisan logis ini juga mengumpulkan data melalui file Google Peneliti dan situs Garuda Dinas Pendidikan dan Kebudayaan.

HASIL & PEMBAHASAN

Kebijakan Produk Standarisasi Internasional pada Kentucky Seared Chicken (KFC) adalah aturan lain tentang bantuan pemerintah ayam internasional yang memperluas Lima Peluang Bantuan Pemerintah Makhhluk yang selama beberapa waktu telah diambil secara universal oleh kelompok-kelompok ahli yang berfokus pada bantuan pemerintah hewan. Pedoman baru ini menekankan pada kesehatan ayam serta praktik peternakan di bidang pasokan seperti transportasi dan pengolahan. KFC berencana untuk bekerja sama dengan para peternak ayam, penyedia layanan, dan mitra dalam jaringan di seluruh dunia untuk bekerja pada kesejahteraan umum dan dukungan pemerintah terhadap ayam. Setiap negara dan distrik akan mengukur dan mengikuti berbagai klasifikasi sesuai dengan pedoman lingkungan dan status jaringan inventaris mereka. Selain itu, KFC telah mengeluarkan pedoman global baru untuk kesejahteraan ayam. Pedoman ini didasarkan pada kebijakan perusahaan sejak tahun 2018 dan memberikan langkah-langkah spesifik untuk mengevaluasi dan melacak kemajuan dalam menangani kesejahteraan ayam.

Berikut ini beberapa kualitas produk Kentucky Broiled Chicken (KFC):

1. Produk KFC: KFC dikenal sebagai pelopor global dalam bisnis makanan murah, terutama dalam menyajikan berbagai produk ayam panggang dan pilihan menu lainnya, misalnya nasi, kue, kentang goreng, spageti, sup krim, twister, burger, dan juga seperti item baru, misalnya kombo ganda dan kolonel pasti.
2. Kualitas Barang: Kualitas barang KFC mencakup penegasan halal, pemenuhan rasa, pengembangan dalam pembuatan menu baru, dan kontrol kualitas yang ketat.
3. Investigasi Kualitas Produk: Sebuah tinjauan yang bertujuan untuk menguji tingkat kualitas produk KFC, yang mencakup konfirmasi halal, rasa daging ayam yang lembut dan nikmat, serta pengemasan produk yang baik.
4. Rasa yang nikmat: Sifat makanan KFC menggabungkan rasa daging ayam yang lembut dan nikmat.
5. Pengembangan dalam pembuatan menu-menu baru: KFC umumnya melakukan perbaikan dalam pembuatan menu-menu baru untuk memberikan variasi pada item-itemnya.
6. Kontrol kualitas yang ketat: KFC melakukan kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan produknya memenuhi pedoman yang baik.

Beberapa aspek yang dapat diketahui mengenai keselamatan produk pada Kentucky Fried Chicken (KFC) antara lain:

1. Sertifikasi Halal: KFC di Indonesia telah menerapkan kontrol kualitas yang ketat, termasuk memastikan produknya telah mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).
2. Analisis Tingkat Keselamatan Produk: Sebuah penelitian melakukan analisis tingkat keselamatan produk KFC, yang mencakup sertifikasi halal, rasa daging ayam yang lembut dan lezat, serta kemasan produk yang baik.
3. Pengendalian Kualitas: Studi pengendalian mutu restoran ayam KFC menyoroti pentingnya pengendalian kualitas dalam industri makanan cepat saji, yang meliputi produk, jasa, manusia, dan proses.

Kebijakan Produk Standarisasi Internasional mengacu pada upaya untuk menyamakan standar kualitas dan keselamatan produk di seluruh dunia. Hal ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari bahan baku hingga proses produksi, dengan tujuan untuk melindungi konsumen dan memastikan produk yang sama aman dan berkualitas di berbagai negara.

Sementara itu, untuk meningkatkan kualitas dan keselamatan produk di Kentucky Fried Chicken (KFC), beberapa langkah yang dapat diambil meliputi:

1. Penerapan Manajemen Strategis: Analisis manajemen strategis perusahaan waralaba pada KFC dapat membantu dalam memahami bagaimana perusahaan tersebut mengelola kualitas dan keselamatan produk, terutama dalam konteks pandemi COVID-19.
2. Kepatuhan terhadap Standar Kualitas: KFC di Indonesia telah menerapkan ketatnya kontrol kualitas, termasuk memastikan bahan baku dan produk yang disajikan telah memenuhi standar, termasuk sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).
3. Pengendalian Kualitas: Studi pengendalian mutu restoran ayam KFC menyoroti pentingnya pengendalian kualitas dalam industri makanan cepat saji, yang meliputi produk, jasa, manusia, dan proses.

KFC memperhatikan kualitas dan keselamatan produknya melalui berbagai aspek, seperti sertifikasi halal, inovasi dalam menciptakan menu baru, pengendalian mutu yang ketat, serta penerapan manajemen strategis. KFC juga memperhatikan rantai pasokan dan pengendalian kualitas dalam industri makanan cepat saji. Meskipun tidak ada informasi spesifik mengenai kebijakan produk standarisasi internasional, KFC terus berupaya untuk memastikan kualitas dan keselamatan produknya.

KESIMPULAN

Yang dapat disimpulkan adalah terkait Kebijakan Standardisasi Produk Internasional Kentucky Fried Chicken (KFC) serta mutu dan keamanan produknya. Ujung-ujungnya dapat ditarik:

1. Kebijakan Produk Standarisasi Internasional: Meskipun data eksplisit mengenai strategi produk normalisasi global KFC tidak ditemukan, data tersebut mungkin akan ditutup dari daftar indeks bahwa KFC terus berupaya untuk menjamin kualitas dan keamanan produknya. Organisasi ini berfokus pada sifat produknya melalui berbagai sudut, misalnya sertifikat halal, kemajuan dalam pembuatan menu baru, kontrol kualitas yang ketat, dan pelaksanaan administrasi kunci. KFC juga berfokus pada jaringan ont dan pengendalian kualitas di ontrol makanan murah.
2. Kualitas Barang KFC: Kualitas barang KFC mencakup berbagai item ayam bakar dan pilihan menu lainnya, konfirmasi halal, rasa yang memuaskan, pengembangan dalam pembuatan menu baru, dan ontrol kualitas yang ketat.
3. Keselamatan Barang KFC: Sertifikasi halal, analisis tingkat keamanan produk, dan pengendalian kualitas adalah semua aspek keamanan produk KFC yang dapat dipelajari.

Dapat disimpulkan bahwa KFC tetap berupaya menjamin keamanan dan kualitas produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Ardiansyah, S. S., Salsabilla, D., & Arini, V. Q. (2021). Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada KFC). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2965–2972.
- Badriyah, S. M. (2019). Aspek Hukum Perjanjian franchise. In *Penerbit Media Pustaka*. Cv. TIGAMEDIA PRATAMA.

-
- Michel, B., & Pasaribu, Y. (2023). Perlindungan Konsumen atas Jaminan Keamanan Pangan dan Mutu Pangan atas Produk Makanan & Minuman oleh Pelaku Usaha Waralaba. *Unes Law Review*, 6(1), 795–802.
- Nurlaela, Pettenreng, H. A. M. A., & Hamid, A. H. (2021). *Produk Halal Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Pusaka Almailda.
- Presley, C. S., & Budiono. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN CEPAT SAJI (Studi Kasus pada Burger King Artha Gading Mall). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Resnia, R., Wicaksana, B., & Salim, Z. (2015). KESESUAIAN SNI DENGANN STANDAR INTERNASIONAL DAN STANDAR MITRA DAGANG PADA PRODUK EKSPOR PERIKANAN TUNA DAN CAKALANG. *Standa*, 87–98.
- Syam, A. W. U. A. (2020). Dampak Kebijakan Proteksi Indonesia Pada Bidang Waralaba Asing (Studi Kasus : Kentucky Fried Chicken). *Jurnal Hubungan Internasional Universitas Hasanuddin*, 5(1), 23–37.