

BAB 3

KFC HOLDINGS (Malaysia) BHD

3.1. LATAR BELAKANG

Selepas perang dunia kedua, perubahan yang berlaku secara demografi dan gaya hidup telah menyebabkan perkembangan yang pesat di dalam bidang teknologi makanan dan seterusnya membawa kepada pertumbuhan industri makanan segera di Amerika Syarikat. Kejayaan industri makanan segera dan peningkatan saingan dalam pasaran tempatan telah merangsang pengusaha-pengusaha mencari pasaran baru yang terletak di dalam negara sedang membangun dan negara maju.¹ Cawangan atau *outlet* makanan segera adalah merupakan contoh-contoh spesifik mengenai apa yang dikenali dalam industri perkhidmatan makanan sebagai “rantai restoran atau *restaurant chain*”.

Rantai ini adalah merujuk kepada teori yang mengatakan:

“Sekiranya terdapat dua orang atau lebih yang mengamalkan pengambilan makanan di tempat yang berbeza di bawah pemilik yang sama atau mana-mana pemilik yang sah di sudut undang-undang, seperti *français* di mana aktiviti utamanya adalah menyediakan makanan yang sedia terproses dan dapat dinikmati sama ada di restoran atau di luar premis.”²

¹Kunasundry Muthu (2003/2004), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Kes Di Universiti Malaya” (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi Dan Sosiologi, Fakulti Sastera Dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 27-28. Lihat juga Yong, Wan Chee (1999/2000), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Di Kalangan Remaja Di Bandaraya Kuala Lumpur” (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 1. Umamaheswari Rajagovaloo (2001/2002), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Ke Atas Mahasiswa Dan Mahasiswi Melayu Di Universiti Malaya” (Latihan Ilmiah, Jabatan Kesusasteraan Melayu, Akademi Pengajian Melayu, Universiti Malaya), h. 2-4.

²*Ibid.* Yong, Wan Chee (1999/2000), h. 5.

3.2. SEJARAH KEMASUKAN RESTORAN MAKANAN SEGERA DI MALAYSIA

Kawasan Asia telah menjadi tumpuan syarikat makanan segera dalam beberapa tahun kebelakangan ini. Pertumbuhan ekonomi yang pesat telah meningkatkan pendapatan dan mengubah gaya hidup serta cita rasa pengguna, ini adalah di antara faktor-faktor yang menyebabkan syarikat makanan segera menumpukan perhatiannya untuk membuka rantaian restoran makanan segera. Di samping itu, pertambahan bilangan suri rumah tangga dan kaum ibu yang bekerja telah menambah permintaan terhadap makanan dan seterusnya meningkatkan pertumbuhan industri makanan segera, akibat daripada fenomena bahawa *“orang ramai kurang mempunyai masa untuk menyediakan dan menikmati makanan yang dimasak secara formal”*³

Di Malaysia, kebanyakan restoran makanan segera telah memulakan operasinya pada penghujung tahun 1970an dan pada awal tahun 1980an.⁴ A&W adalah merupakan rantaian makanan segera yang pertama diperkenalkan di Malaysia iaitu pada tahun

³*Ibid.*

⁴Tan, Mei Mei (2001/2002), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Kes Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Fakulti Sastera Dan Sains Sosial, Universiti Malaya, Kuala Lumpur.” (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 34-35. Lihat juga Tee E. Siong, Fast Foods Under Scrutiny, Diet & Nutrition, Thestar.com.my/health. Ahad 25. 02. 2007. Umamaheswari Rajagovaloo (2001/2002), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Ke Atas Mahasiswa Dan Mahasiswi Melayu Di Universiti Malaya” (Latihan Ilmiah, Jabatan Kesusasteraan Melayu, Akademi Pengajian Melayu, Universiti Malaya), h. 4-5, Yong, Wan Chee (1999/2000), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Di Kalangan Remaja Di Bandaraya Kuala Lumpur” (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 3. Kunasunday Muthu (2003/2004), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Kes Di Universiti Malaya” (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi Dan Sosiologi, Fakulti Sastera Dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 29-31. Wong, Yoke Fah (1996/1997), “Persepsi Dan Penilaian Pengguna Ke Atas Kualiti Servis Restoran Makanan Segera” (Latihan Ilmiah, Bahagian Pentadbiran Perniagaan, Fakulti Ekonomi Dan Pentadbiran, Universiti Malaya),h.3.

1963, dengan modal sebanyak RM24300.00. Pada tahun 1972 pula, KFC telah membuka cawangannya dengan bermodalkan sebanyak RM60,000.00. dan terus berkembang dengan pesatnya sehingga pada tahun 1977 ia mempunyai 11 cawangan berbanding dengan A&W yang mempunyai 6 cawangan.⁵ KFC hingga kini terdapat lebih kurang 500 rangkaian diseluruh Malaysia, Singapura dan Brunei serta terdapat 14,200 rangkaian KFC di seluruh dunia.⁶ Malaysia seolah-olah menjadi antara beberapa buah negara sasaran bagi rangkaian makanan segera di Asia. Ini dapat dibuktikan dengan penubuhan restoran Popeye yang pertama di Malaysia dan Wendy's di Sungai Wang Plaza di Kuala Lumpur adalah merupakan yang pertama sekali ditubuhkan di Asia Tenggara.⁷

Jadual di bawah ini menunjukkan tahun kemasukan sebilangan rangkaian makanan segera di Malaysia.

RANGKAIAN MAKANAN SEGERA	TAHUN KEMASUKAN
• A&W	1963
• KFC	1972
** Sate Aneka	1981
** Sate Ria	1981
** Shakey's Pizza	1981

⁵Yong Wan Chee (1999/2000) "Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Di kalangan Remaja di Bandaraya Kuala Lumpur". (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi Fakulity Sastera dan Sains Sosial Universiti Malaya), h. 3-4.

⁶Milenia Muslim (2007), *Resipi Asli Kolonel*, Kuala Lumpur: Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia (YADIM), h. 5.

⁷Persatuan Pengguna Pulau Pinang (1986), *Bahaya Dalam Makanan, Penerbitan CAP* (koleksi Melayu), h. 140.

RANGKAIAN MAKANAN SEGERA	TAHUN KEMASUKAN
** Wendy's	1981
** Mc Donald's	1982
** Pizza Hut	1982
• Dunkin' Donut's	1982
** Long John Silver's	1983
• Pizza Attack	1987
• Grandy's	1988
• Whitle Castle	1989

• Tan Hooi Kang 1983 - Consumers' Perception of Fast Food Restaurants In Malaysia, Unpublished MBA Dissertation:U.M.

** The Social Economic Impact of Transnational Corporations In The Food Industry. Bangkok: ESCAP/UNCTC Publication, 1989, Series B-No.14.

3.3. SEJARAH KFC

Kentucky Fried Chicken (KFC) yang mempunyai pusat operasi di Louisville, Kentucky, Amerika Syarikat merupakan bahagian Yum! Brands, Inc. Diasaskan oleh Kolonel Harland Sanders,⁸ KFC terkenal kerana ayam gorengnya yang merupakan ketul ayam dalam campuran tepung gandum, garam, lada hitam, dan monosodium glutamat

⁸http://ms.wikipedia.org/wiki/Kuntucky_Fried_Chicken, Kentucky Fried Chicken-Wikipedia Bahasa Melayu, ensiklopedia, 05 Jun 2009

yang dimasak dengan minyak panas di dalam periuk tekanan (*pressure cook*). KFC mula diperkenalkan pada tahun 1939 di Corbin, Kentucky.⁹Seterusnya pada tahun 1952, francais KFC yang pertama diasaskan disebuah tempat yang dikenali sebagai South Salt Lake, Utah oleh Harland Sanders dan Pete Harman.¹⁰ Kemudian, Sanders telah menjual keseluruhan francais KFC dengan nilai AS\$2 juta pada tahun 1964. Sejak waktu itu, francais ini telah dijual sebanyak tiga kali lagi. Kini KFC dimiliki oleh Pepsico yang menjadikannya sebagai sebahagian daripada Tricon Global Restaurants, yang kini digelar Yum! Brands, Inc.¹¹

Manakala di Malaysia, restoran KFC yang pertama dibuka pada Januari 1973 di Jalan Tunku Abdul Rahman, Kuala Lumpur.¹² Akibat daripada permintaan yang tinggi daripada masyarakat, kini KFC mempunyai lebih 457 rangkaian restoran di seluruh Malaysia di samping 26,000 pekerja.¹³ Sehingga kini, KFC Malaysia terus menyajikan hidangan ayam goreng yang lazat, enak dan berkualiti. Adunan penuh perisa herba dan rempah ini memberikan ayam KFC aroma yang lazat dan menyelerakan dengan mengekalkan rasa ayam yang asli, meninggalkan rasa yang tiada tandingan. KFC mampu berbangga sebagai sebuah restoran makanan segera yang mampu memberikan pelanggan rasa ayam yang hebat dengan pelbagai pilihan sajian ala masakan di rumah.

⁹*Ibid.*

¹⁰*Ibid.*

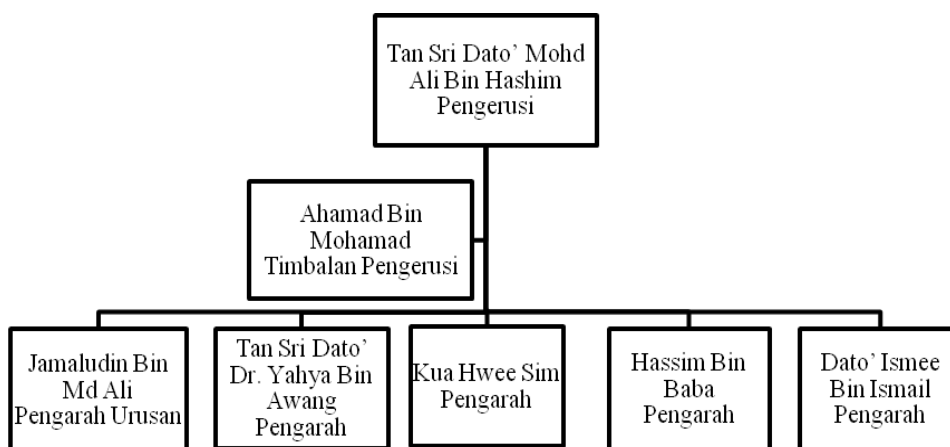
¹¹Yum! Brands, Inc. adalah merupakan gabungan restoran yang terbesar di dunia. Jumlah gabungan restoran yang di bawah Yum! Brands, Inc. adalah melebihi 36,000 buah yang terdapat di 110 buah negara serta memiliki sebanyak 1 milion buah syarikat bersekutu. Lihat Yum! Brands-The world's largest restaurant company:KFC,Pizza...<http://www.yum.com/company/default.asp>., 11 Oktober 2009.

¹²<http://www.kfc.com.my/about-milestone.thml>. 23 Julai 2008.

¹³[http://www.qsrbrands.com/English/Flashsite/About company](http://www.qsrbrands.com/English/Flashsite/About%20company). 20 Jun 2010.

3.4. AHLI LEMBAGA PENGARAH KFC HOLDINGS (KFCH)

KFC Malaysia dimiliki oleh KFC Holdings (Malaysia) Bhd., sebuah syarikat kepunyaan Kulim Berhad. Manakala ahli Lembaga Pengarah KFC Holdings (KFCH) adalah seperti berikut:¹⁴



3.5. OPERASI KFC HOLDINGS

KFCH kini mempunyai lebih kurang 500 rantaian restoran KFC di Malaysia, Singapura dan Brunei, manakala terdapat lebih kurang 37 rangkaian restoran Rasamas di Malaysia. Kumpulan KFC juga mempunyai 27 Kedai Ayam dan 4 Gedung Ayam, menjadikan ia penjual ayam berjenama dan rantaian runcit berasaskan ayam terunggul di negara. Untuk menampung aktiviti utamanya, KFCH telah melibatkan diri secara meluas dalam bidang penternakan dan juga menjadi hos kepada bisnes kecil-kecilan

¹⁴http://www.kfcholdings.com.my/English/FlashSite/AboutCompany/BoardDirector_exe.asp. 07 Julai 2010.

seperti penanaman sayur-sayuran, bakeri dan penghasilan sos. Setelah menjalani penstrukturan semula dengan jayanya, dengan reputasi yang tinggi dan cemerlang dalam menghasilkan produknya, melalui layanan yang mesra kepada pelanggan dan kekuatan kewangan mereka, KFCH telah menjadi sebuah syarikat yang kukuh dalam dunia korporat di Malaysia.

KFCH juga, adalah merupakan sebahagian daripada Quick Service Restaurants Brands Berhad (QSR Berhad), sebuah syarikat utama yang berintegrasi sepenuhnya sebagai restoran perkhidmatan segera dan francais tempatan yang juga merupakan pengendali restoran KFC dan Pizza Hut. Sementara QSR Brands pula adalah anak syarikat kepada Kulim (Malaysia) Berhad, sebuah syarikat konglomerat yang menumpukan fokus utamanya kepada pengendalian minyak kelapa sawit, kimia-oleo penghasilan bio-disel dan restoran perkhidmatan segera. Dengan bilangan staf yang melebihi 26,000 orang di Malaysia, Singapura dan Brunei, KFCH adalah salah satu syarikat yang mempunyai kuantiti staf yang paling ramai dalam sektornya.¹⁵

3.6. RESTORAN KFC

Restoran KFC adalah di antara jenama yang terbaik pernah ditubuhkan dalam pasaran restoran layanan segera barat. Ia adalah jenama yang paling popular dalam rangkaian restoran di Malaysia, menguasai bahagian pasaran yang dianggarkan sebanyak 35%. Dengan memiliki rangkaian sebanyak lebih kurang 500 restoran di Malaysia, Brunei dan

¹⁵[http://www.kfcholdings.com.my/English/Flashsite/About Company/A](http://www.kfcholdings.com.my/English/Flashsite/About%20Company/A). 7 Januari 2009. KFCH juga telah memperkenalkan sistem sms, bagi tujuan memudahkan pelanggannya untuk mengetahui setiap restoran KFC dengan hanya menghantar SMS ke 39993, *Kosmo*, h. 7. Sabtu 18 April 2009.

Singapura, KFC mendapati bahawa berjuta orang memasuki rangkaian mereka setiap tahun.

Seterusnya, dengan inovasi produk yang terbaru seperti O.R. Chicken Chop, Cheezy BBQ Meltz, Chick N Fingers, H&S X-tra, Zinger Maxx dan juga Fish Sandwich, KFC telah menawarkan pelanggan mereka dengan pelbagai alternatif makanan yang berkonsepkan ayam. Pada masa yang sama, mereka terus memperluaskan lingkungan tradisi ayam dengan memperkenalkan kepelbagaian seperti Colonel Burger dan X-meal untuk remaja dan turut menyediakan pelbagai promosi dan kombinasi baru.¹⁶

3.7. JAMINAN KUALITI

Produk KFC adalah merupakan rangkaian restoran makanan segera yang terbesar di Malaysia dan Brunei, menghidangkan resepi asli ayam goreng yang terkenal di dunia yang mengandungi 11 ramuan rahsia. Selain menghidangkan sajian makanan yang lazat, KFC terus mensasarkan kualiti makanan yang bermutu tinggi dengan memasak produk pada suhu minimum yang dicadangkan oleh Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO). Untuk menggoreng semua produk, KFC telah menggunakan minyak sawit tanpa penghidrogenan yang mengandungi lemak yang tidak signifikan dan 100% tanpa kolesterol. Dengan ini, KFCH telah membangunkan prosedur piawaian yang dapat

¹⁶<http://www.kfcholdings.com.my/English/Flashsite/BusinessUnits?Restaurants> 12 November 2008.

meminimumkan risiko pencemaran siling di antara bahan mentah dan bahan yang sedia dimakan. Bagi memudahkan pelanggan merancang hidangan yang lengkap dan seimbang, KFC telah menyediakan maklumat nutrisi makanan bagi setiap produk mereka.

Selanjutnya, KFCH mempunyai kumpulan pakar teknologi makanan yang sentiasa bereksperimen tentang rasa baru dan konsep-konsep yang kreatif untuk memberi lebih nilai dan pilihan yang sihat untuk pelanggan. Selain memperkenalkan produk antarabangsa ke dalam pasaran tempatan, KFC juga turut membangunkan beberapa perasa tempatan yang direka untuk membolehkan pelanggannya menikmati kenikmatan makanan tempatan.¹⁷

3.7.1. Kualiti Restoran KFC

Nilai utama untuk kecemerlangan restoran KFC dinamakan sebagai CHAMPS¹⁸ iaitu:

C – *Cleanliness* (Kebersihan)

H – *Hospitality* (Layanan)

¹⁷Sumber:http://www.kfc.com.my/about_quality.html, 12 November 2008.

¹⁸Sumber:http://www.kfcholdings.com.my/English/pdf/05_corporate_statment_pdf, 12 November 2008, Lihat juga Tan, Mei Mei (2001/2002), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Kes Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Fakulti Sastera Dan Sains Sosial, Universiti Malaya, Kuala Lumpur”. (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 22-27, Lim, May Ki (1999/2000), “Perubahan Amalan Pemakanan Belia: Satu Kajian Kes Tentang Amalan Makanan Segera Di Ipoh, Perak”(Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 63-65. Umamaheswari Rajagovaloo (2001/2002), “Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Ke Atas Mahasiswa Dan Mahasiswi Melayu Di Universiti Malaya” (Latihan Ilmiah, Jabatan Kesusasteraan Melayu, Akademi Pengajian Melayu, Universiti Malaya), h. 85-86.

A - *Accuracy* (Ketepatan)

M – *Maintenance* (Penyelenggaraan)

P – *Product Quality* (Mutu produk)

S – *Speed of Service* (Perkhidmatan yang cekap)

KFCH mempunyai sepasukan kakitangan yang bertanggung jawab dalam penilaian kualiti (*quality assurance*) yang berkhidmat dalam kerja-kerja luar (*field service*) yang juga dikenali sebagai pakar pengiktirafan Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP). Tugas mereka adalah untuk menjalankan penilaian secara tetap di setiap restoran KFC seluruh negara. Penilaian meliputi semua aspek CHAMPS, termasuk kebersihan dan sanitasi premis dan peralatan, kebersihan diri, layanan dan kemesraan dalam layanan, ketepatan dalam menyediakan pesanan, penyelenggaraan yang baik, mutu keluaran dan kelajuan perkhidmatan. Seterusnya KFC telah mengadakan satu sistem kawalan suhu dan tempoh masa penyimpanan bahan makanan yang ketat bagi memastikan setiap makanan yang disediakan kepada pelanggan bersih dan segar. Program pelanggan misteri yang dikenali sebagai “CHAMPSCHECK” yang bertujuan untuk menilai kepuasan pelanggan di restoran KFC juga turut diperkenalkan.

KFCH telah memilih syarikat pemantau yang mempunyai reputasi yang baik untuk menilai konsep CHAMPS ini. Setiap restoran akan dinilai dan diberi markah dengan menetapkan tahap minimum 90% sebagai markah lulus. Manakala maklum balas daripada penilaian ini akan dikaji dan digunakan bagi meningkatkan kualiti restoran.

3.7.2. Program HACCP

KFCH telah menubuhkan program Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) untuk restoran KFC. Program ini adalah suatu sistem pengurusan bagi menjamin keselamatan makanan. Proses atau tugas yang dipertanggungjawabkan kepada HACCP ialah mengenalpasti, menilai dan mengawal bahaya dari sudut fizikal, biologikal dan kimia untuk memastikan keselamatan makanan. Prosedur HACCP diaplikasikan bermula dari hidangan kepada pelanggan. KFC cawangan KLCC contohnya telah diaudit dan mendapat pengesahan oleh badan pensijilan bertauliah sejak tahun 2005. Kesemua Titik Kawalan Kritikal (*critical control points*) yang telah ditetapkan sekarang ini telah pun diserapkan dalam senarai semak operasi harian yang digunakan oleh seluruh restoran KFC di seluruh Negara.¹⁹

3.7.3. Sanitasi

Di dalam manual operasi harian KFC, telah diterangkan dengan jelas setiap langkah dan prosedur sanitasi yang mesti dipatuhi oleh setiap kakitangan bagi mencapai matlamat dan tujuan KFC hal-hal yang berkaitan dengan sanitasi. Justeru, setiap kakitangan perlu mengikuti kursus pengendalian makanan yang diiktiraf oleh Kementerian Kesihatan. Untuk itu, KFC telah mengamalkan prosedur pencucian tangan yang mesti dilakukan setiap jam dan apabila perlu. Prosedur tersebut termasuklah melembap, menggosok jari dan tangan hingga ke siku menggunakan sabun antibakteria selama 30 saat, kemudian dibilas serta dikeringkan dengan menggunakan tisu pakai

¹⁹Sumber:http://www.kfc.com.my/about_quality.html, 12 November 2008.

buang. Sementara setiap produk yang telah siap tidak dibenarkan untuk disentuh dengan tangan. Bahkan KFC sentiasa menekankan kepentingan penggunaan sarung tangan pakai buang, penceduk makan yang bersih dan tong. Manakala semua pekerja restoran KFC termasuk pengurus telah menerima suntikan imunisasi typhoid sebelum bertugas.²⁰

3.7.4. Kawalan Serangga Perosak

Berikutan keadaan iklim dan cuaca di Malaysia yang panas dan lembap, maka prosedur kawalan serangga perosak sememangnya mencabar. Bagi menangani masalah ini, KFC tetap melantik syarikat yang bertauliah untuk melaksanakan tugas berkenaan. Kesemuanya ini adalah untuk memastikan agar piawaian kawalan serangga dapat dipatuhi dengan sepenuhnya.²¹

3.7.5. Kualiti Pembekal

Kawalan kualiti bermula daripada pembekal bahan-bahan mentah. Dengan melakukan pengendalian audit pembekal tahunan yang dinamakan Star Audit yang merupakan program penting Yum Brands Incorporation, yang mempunyai banyak kesamaan dengan standart ISO. Pengendalian audit tahunan Star Audit merangkumi dua versi iaitu keselamatan makanan dan Audit Sistem Kualiti. Dari sudut pengurusan, Star Audit boleh diuruskan samada oleh syarikat pengauditan antarabangsa yang dilantik oleh Yum, atau kumpulan professional teknologi makanan dari jabatan jaminan kualiti

²⁰*Ibid.*

²¹*Ibid.*

KFCH. Hasil audit akan dilaporkan dan dilihat oleh francais negeri untuk pembaikan berterusan. Prestasi pembekal akan dipantau secara berterusan melalui penghantaran laporan yang dilakukan secara berterusan. Di samping pakar pemakanan KFCH turut mengadakan penilaian kualiti (*quality assurance*) pada setiap 3 bulan ke atas pembekal dalam negeri.²²

Dalam pengurusannya, KFCH menggunakan bahan mentah berkualiti tinggi dari pembekal yang berprestasi seperti Nestle, UBF²³, Kerry ingredients Lambweston, Simplot, MoCain dan Jomalina, juga dari pembekal dalam negeri seperti Ayamas, Region Food, KFC Bakery dan KFC Commissary. Pembekal ayam KFCH (Ayamas) dipantau rapi oleh Jabatan Perkhidmatan Veterinar dan telah memperolehi logo *Veterinary Health Mark* (VHM) disamping itu, Ayamas juga merupakan syarikat yang memperoleh sijil ISO9001. Manakala semua ayam yang disembelih adalah dari individu yang disahkan oleh Jabatan agama untuk memastikan prosedur halal dipenuhi.

3.7.6. Polisi Halal

Menurut KFC, makanan halal adalah bermaksud makanan yang dibenarkan oleh undang-undang Islam atau syarak. Justeru, makanan yang halal mestilah:

- a) Bersih
- b) Tidak menjejaskan kesihatan

²²*Ibid.*

²³Unilever Best Food, lihat <http://www.abbreviations.com/UBF>, h. 1-2, 20 Oktober 2009.

- c) Bebas dari sebarang punca yang boleh mengharamkan.
- d) Bebas dari najis.
- e) Produk daging mestilah daripada haiwan yang disembelih menurut hukum syarak.²⁴

3.7.7. Panel Penasihat Syariah

Bagi memastikan kehalalan setiap produk yang dipasarkan, pihak syarikat telah mewujudkan ahli-ahli panel syariah yang terdiri daripada golongan professional dan para sarjana Islam yang terkemuka. Ahli-ahli yang dimaksudkan adalah seperti berikut:

- a) Tan Sri Dato' Muhammad Ali bin Hashim
- b) Ahamad bin Mohamad
- c) Tan Sri Dato' Abdul Kader bin Talip
- d) Dato' Haji Nooh bin Gadot
- e) Jamaludin bin Md. Ali
- f) Prof. Dato' Haji Md Hashim bin Yahaya
- g) Mohd Roslan bin Mohd Saludin
- h) Tan Sri Dato' Abdul Kader bin Talip
- i) Prof. Dr Sidek bin Baba

²⁴http://www.kfcholdings.com.my/English/FlashSite/Syariah/syariah_guarantee.asp, 12 November 2008, lihat juga <http://www.zabihah.com/cd.php?id+34>, 20 Oktober 2009.

Antara tugas utama yang dipertanggungjawabkan kepada Panel Penasihat Syariah ialah:²⁵

- a) Menasihatkan serta memastikan setiap produk yang dipasarkan oleh kumpulan KFCH (Malaysia) Bhd. adalah halal sama ada dari sudut pemprosesan, pemasaran dan setiap aktiviti-aktiviti yang berkaitan.
- b) Mengawal selia secara berterusan terhadap kilang pemprosesan, pusat-pusat penyembelihan, penghantaran, sanitasi, restoran-restoran dan cawangan-cawangan KFC, kemudahan-kemudahan dan aktiviti-aktiviti yang berkaitan agar memenuhi kehendak syarak.
- c) Berperanan sebagai agen KFC dalam negeri untuk menasihatkan serta memberikan garis panduan kepada perbadanan halal haram luar negara, supaya mematuhi piawaian yang telah ditetapkan di negara ini dalam menentukan kehalalan bahan atau produk yang dibawa masuk ke Malaysia.
- d) Mengadakan lawatan dan pemeriksaan terhadap kilang-kilang milik pembekal.

²⁵<http://www.kfcholdings.com.my/English/FlashSite/Syariah/Syariah.asp>, 12 November 2008.

- e) Meneliti dan mengesahkan sijil halal yang diperolehi oleh pembekal daripada mana-mana badan produk makanan dan pemakanan Islam dalam negeri sebelum mengeluarkan sijil halal kepada pembekal.

Berdasarkan kepada fakta-fakta diatas, maka KFCH telah memberikan jaminan kepada pengguna, bahawa semua produk yang dijual di Malaysia sama ada di semua restoran atau cawangan kecil (*outlet*) yang dikendalikan oleh KFCH iaitu KFC dan Rasamas adalah dijamin kehalalannya. Perkara ini telah disahkan oleh pihak Perbadanan Pembangunan Industri Halal (HDC) dengan mengeluarkan sijil halal beserta dengan logo halal.

3.7.8. Sistem Kawalan Dalaman

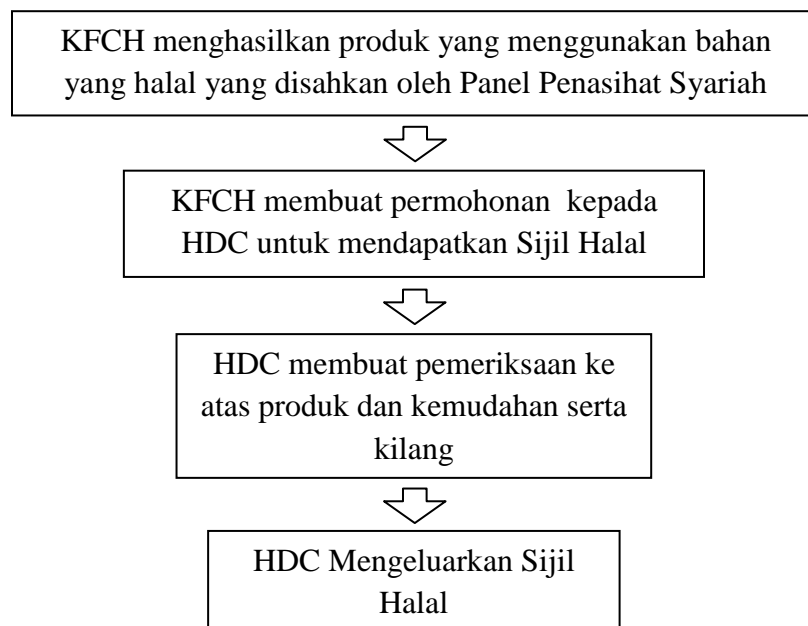
Sistem kawalan dalaman diwujudkan adalah bertujuan untuk memastikan setiap produk yang dikeluarkan adalah halal. Selain daripada itu, sistem ini juga dipertanggungjawabkan untuk mengawal selia kualiti bahan mentah, proses pengilangan, pembungkusan dan penghantaran agar bebas dari sebarang kotoran atau pencemaran yang boleh membahayakan kesihatan. Dengan ini, hasrat untuk mengeluarkan produk yang bersih dan berkualiti tinggi dapat dicapai dan dikekalkan.²⁶

²⁶*Ibid.*

3.7.9. Proses Mendapatkan Sijil Halal - Produk Dalam Negeri

Sebelum kelulusan untuk mendapatkan sijil halal terhadap produk dalam negeri diberikan, HDC akan membuat lawatan dan pemeriksaan terhadap kilang, kaedah pemprosesan dan bahan (ramuan) yang digunakan.

Jadual di bawah ini menunjukkan proses untuk mendapatkan sijil halal bagi produk keluaran dalam negeri.²⁷



3.8. PRODUK IMPORT

Kesemua produk import KCFH telah disahkan halal badan-badan Islam tempatan dan badan-badan nitrusi yang diiktiraf oleh HDC. Bagi mengesahkan status halal produk-

²⁷*Ibid.*

produk import, Panel Penasihat Syariah KFCH, akan meneliti fasiliti kesemua pengeluar atau pembekal di luar negara.²⁸

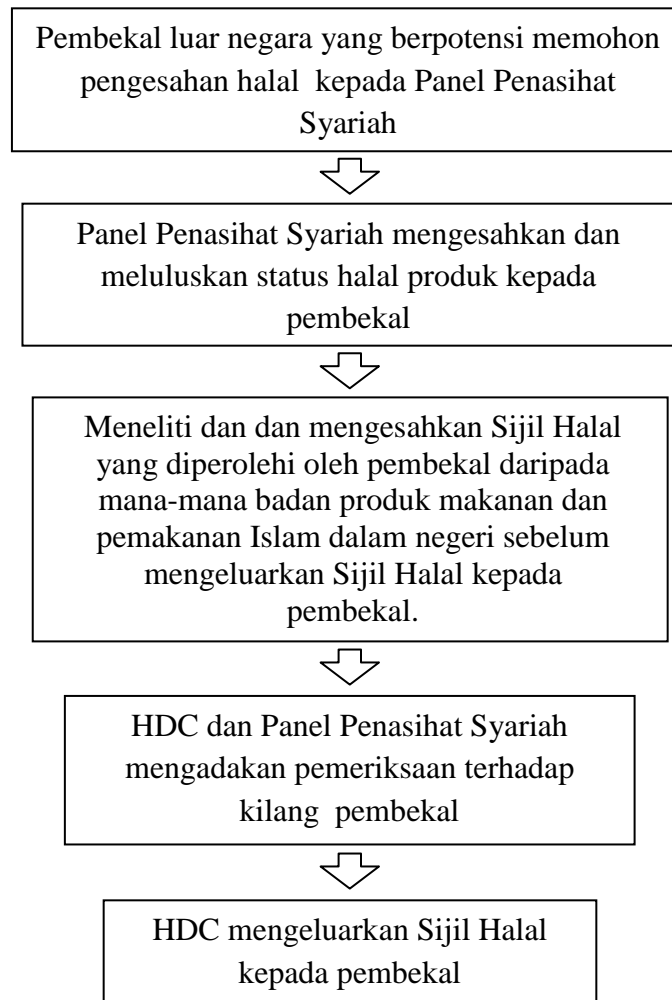
3.8.1. Proses Mendapatkan Sijil Halal - Produk Import

Sebelum kelulusan untuk mendapatkan sijil halal terhadap produk import diberikan, Badan-badan yang mengeluarkan sijil halal dan Panel Penasihat Syariah KFCH, akan mengadakan kawal selia terhadap kilang dan pembekal luar negara.²⁹

²⁸Sumber:http://www.kfc.com.my/about_quality.html, 12 November 2008.

²⁹*Ibid.*

Seterusnya jadual di bawah ini menunjukkan proses untuk mendapatkan sijil halal bagi produk import.



3.8.2. Bahan Mentah

Semua bahan mentah yang dibekalkan hendaklah mendapat sijil halal yang diiktiraf oleh badan-badan yang berautoriti. Pembekal dikehendaki supaya mengemukakan surat

pengesahan daripada lembaga persijilan halal, bahawa sijil halal yang mereka perolehi itu menepati piawan halal tempatan.³⁰

3.8.3. Produk

Sebagai sebuah restoran makanan segera yang terkenal di Malaysia, KFC telah menyediakan pelbagai jenis hidangan untuk membolehkan para pelanggan membuat pilihan. Untuk tujuan kajian, penulis akan menyenaraikan jenis-jenis hidangan yang berkaitan dengan tajuk kajian iaitu ayam goreng, burger dan kentang goreng.

3.8.4. Maklumat Pemakanan

Setiap hidangan yang disediakan oleh KFC mengandungi maklumat nutrisi yang bertujuan untuk memudahkan para pelanggan memahami nilai dan mutu makanan segera yang mereka ambil. Maklumat berkenaan turut membantu pelanggan untuk membuat pilihan makanan mengikut keperluan diet masing-masing.³¹

³⁰*Ibid.*

³¹http://www.myhealth.gov.my/myhealth/bm/remaja_content.jsp?lang=remaja&sub=O&bhs=may. h. 2-3, 31 Disember 2008. Sila rujuk maklumat pemakanan bagi setiap produk di bahagian lampiran h. 280, lihat juga, http://www.kfc.com.my/menu_nutritional.html, 30 November 2008,

3.8.5. Intergrasi Penternakan

KFCH telah melabur dalam berbagai aktiviti yang berkaitan industri makanan segera. Ini adalah merupakan perkhidmatan sokongan terhadap perniagaan utamanya. Struktur integrasi ini adalah sangat penting kepada operasinya dalam menyediakan perkhidmatan sokongan yang berpanjangan, sumber ayam berkualiti pada harga yang berpatutan, pengawalan kos yang baik dan keupayaan untuk menyediakan bekalan kepada pasaran penternakan yang pesat berkembang di pasaran tempatan dan luar Negara.³²

Kilang memproses ternakan untuk seluruh restoran KFCH dan memfokuskan untuk mencapai kos yang lebih berkesan disamping mengekalkan status halal dan tahap kualiti yang ditentukan. Syarikat Makanan Ayam Bhd (Ayamas Food Corporation Bhd) merupakan syarikat pembiakan, pemprosesan dan peruncitan yang utama di Malaysia dan merupakan salah satu syarikat memproses penternakan paling moden di rantau Asia Pasifik. Operasi utama Ayamas ialah sebagai pembekal ayam (*whole chicken*) manakala bahagian-bahagian tertentu yang dipotong dan juga yang diproses, dipasarkan kepada pasaran tempatan dan juga pasaran eksport seperti Singapura, Bangladesh, Brunei, Hong Kong dan Timur Tengah.

³²Sumber:http://www.kfcholdings.com.my/English/flashsite/bussinesssuits/biz_u_Poultry_integration_asp, 12 November 2008.

3.8.6. Kilang Pemakanan

Kilang pembiakan moden dan kawalan komputer memulakan operasi pada tahun 1990 dengan kapasiti 120,000 tan metrik setahun. Berikutan permintaan yang tinggi, KFCH telah menambah kapasiti pengeluaran kepada 160,000 tan metrik setahun. Sebagai salah satu daripada kilang sumber pemakanan ternakan yang terbesar di Malaysia, ia membekalkan 10% kepada pasaran tempatan. Kilang pembiakannya sendiri dan ladang ternakan kontraknya menggunakan 90% daripada produksi dan selebihnya dijual dipasaran terbuka. Dengan berlokasi di Pelabuhan Klang, iaitu pelabuhan utama Malaysia, kilang pemakanan ternakan mengimport bijirin dan bahan mentah yang berkualiti tinggi daripada Asia, Australia, Eropah, Amerika Syarikat dan Amerika Selatan. KFCH melakukan ujian makmal kawalan kualiti pada setiap tahap produksi di samping mengamalkan kawalan kualiti yang ketat untuk memastikan ketetapan nutrisi tertentu dicapai untuk pembesaran dan jangka hayat ayam yang optima.³³

3.8.7. Kilang Pembiakan

KFCH memulakan kilang pembiakan dalam tahun 1988 dengan hak eksklusif daripada Ross Breeders of Scotland. Setiap tahun sebanyak 320,000 stok baka diimport dan ditempatkan di lima buah pusat pembiakan mereka. Ladang ini menghasilkan 34 juta anak ayam setahun bagi memenuhi keperluan KFCH disamping membekalkannya kepada pasaran terbuka. KFCH sentiasa mengikuti perkembangan terkini teknologi

³³*Ibid.*

pembiakan untuk memastikan kualiti anak ayam yang tinggi. Baka ayam dibela di dalam rumah kawalan suhu dan diberi makanan yang mengikut formula nutrisi untuk menghasilkan pengeluaran yang optima. Kawalan kebersihan dan bio-keselamatan yang ketat sentiasa diamalkan di dalam ladang pembiakan ayam. Setiap rumah pembiakan ayam diasingkan dalam jarak yang selamat untuk mengurangkan risiko penyakit berjangkit daripada merebak, seterusnya sebuah makmal *diagnostic* digunakan untuk memantau keadaan kesihatan baka dan kualiti anak ayam yang dihasilkan.³⁴

3.8.8. Penetasan

Dalam memastikan anak ayam yang berkualiti dan sejajar dengan visi dan misi syarikat yang mengutamakan kualiti bagi setiap produk yang dikeluarkan, maka KFCH telah menggunakan tempat penetasan yang berinkubator dan peralatan menetas yang diimport dari Chickmaster, USA. Di mana melalui teknologi ini, sistem penghawa dingin dialirkan bagi menghasilkan keadaan yang sesuai untuk proses penetasan. Sementara prosedur kebersihan yang ketat diamalkan untuk memastikan anak ayam yang berkualiti sahaja di hasilkan. Seterusnya anak-anak ayam yang dihasilkan dihantar keladang ternakan dengan menggunakan trak pengangkutan KFCH bagi memastikan anak-anak ayam itu sampai di ladang-ladang ternakan dalam keadaan yang baik.³⁵

³⁴*Ibid.*

³⁵*Ibid.*

3.8.9. Ladang Penternakan Kontrak

KFCH telah menubuhkan Ayamas Food Corporation Bhd., bagi melaksanakan sistem ladang penternakan secara kontrak. Tugas dan tanggung jawab ini telah dapat dilaksanakan oleh Ayamas dengan efisien. Melalui Ayamas Food Corporation Bhd., anak-anak ayam dibekalkan kepada 68 buah ladang-ladang kontrak diseluruh Malaysia. Pakar penternakannya yang bertauliah akan mengadakan lawatan yang kerap ke ladang-ladang untuk memastikan mereka mematuhi program penternakan yang ditetapkan. Apabila ayam-ayam yang ditenak telah mencapai tahap berat yang ditetapkan, ayam-ayam tersebut akan dihantar ke kilang pemprosesan Ayamas di Pelabuhan Klang dan Pulau Pinang.

Sebagai motivasi kepada penternak-penternak mereka, anugerah tahunan akan diberikan kepada mereka yang cemerlang disamping menganjurkan seminar-seminar yang berkaitan dengan penternakan ayam. Dengan ini, sasaran pertambahan produksi daripada 3 juta kepada 4 juta ekor ayam segar sebulan akan dapat dicapai. Pada tahun 2003, Ayamas dengan kerjasama Jabatan Perkhidmatan Veterinar dan Bank Pertanian Malaysia telah melancarkan program bersepadu untuk mengembangkan lagi operasi penternakan kontrak serta melahirkan lebih ramai penternak.³⁶

³⁶*Ibid.*

3.9. MEMPROSES TERNAKAN

KFCH telah diberi kepercayaan untuk mengendalikan pemrosesan ternakan dan proses pembuatan makanan berasaskan ayam. Proses utama melibatkan penyembelihan secara halal dan penghasilan ayam dan ayam yang dipotong mengikut spesifikasi yang ditetapkan. Proses kedua pula melibatkan pemrosesan hasil ternakan kepada bahan makanan serba guna seperti burger, nugget, ayam panggang, sate, sosej, bebola ayam dan sebagainya untuk dipasarkan di bawah jenama Ayamas. Setiap hari, dua buah kilang pemrosesannya memproses 110,000 ekor ayam. Kilang Ayamas di Pelabuhan Kelang merupakan kilang pemrosesan ternakan yang terbesar di Malaysia dan juga salah sebuah kilang pemrosesan yang terbesar di rantau Asia Pasifik. Ia dilengkapi dengan peralatan moden yang berupaya memproses lebih daripada 80,000 ekor ayam sehari dan 1,500 tan metrik produk berasaskan ternakan dalam sebulan.

Sementara penghantaran diselenggarakan oleh KFCH dengan menggunakan trak-trak dingin beku. Manakala penghantaran terus daripada kilang kepada pelanggan-pelanggannya dilakukan bagi memastikan kesegaran produk dan bekalan yang konsisten. Kini, produk yang diproses dieksport ke Singapura dan Brunei di samping meninjau peluang untuk meluaskan eksport ke Indonesia, Timur Tengah dan lain-lain tempat. Untuk melengkapkan perniagaan utamanya, KFCH mendapat faedah daripada sistem sokongan tambahan yang memfokuskan kepada pembuatan sos, roti dan operasi lain yang berkaitan.³⁷

³⁷*Ibid.*

3.10. ANUGERAH DAN PENCAPAIAN

Sepanjang pembabitan KFCH dalam industri makanan segera, ia telah diiktiraf sebagai salah sebuah syarikat yang mengutamakan kualiti ke atas setiap produk mereka.³⁸ Maka atas dasar itu, KFCH telah menerima beberapa anugerah di peringkat antarabangsa, termasuk anugerah daripada Jenama Yum! Antarabangsa.³⁹

Jadual di bawah ini menunjukkan senarai anugerah-anugerah yang telah di terima seperti berikut:

Anugerah	Tahun	Pertubuhan
Imej Jenama Terbaik	2006	Yum! Brands
Pemasaran Keseluruhan Terbaik	2006	Yum! Brands
Produk Baru Terbaik	2006	Yum! Brands
Produk Cemerlang 2006	2006	Yum! Brands
Pasaran Cemerlang 2006	2006	Yum! Brands
Produk Cemerlang	2007	Yum! Asia
Pemasaran Cemerlang	2007	Yum! Asia
Pengiklanan Cemerlang	2007	Yum! Brands International
Peningkatan terbaik	2007	Yum! Asia
Pemasaran Keseluruhan Terbaik	2007	Yum! Asia
Anugerah Tiger	2007	Yum! Asia

³⁸Sumber:[http://www.kfcholdings.com.my/about company/award Achievement.asp](http://www.kfcholdings.com.my/about_company/award_Achievement.asp), 12 November 2008.

³⁹Jenama Yum! Antarabangsa merupakan sistem restoran terbesar dunia merangkumi lebih 34,000 buah KFC, Pizza Hut, Taco Bell, Long John Silver dan A&W restoran yang terdapat di lebih 100 buah negara.

Anugerah	Tahun	Pertubuhan
Anugerah Industri Cemerlang bagi Sektor Perkhidmatan	2008	Malaysia 1000
Anugerah Restoran Cemerlang	2008	Yum! Brands
Jenama Cemerlang dalam Penjenamaan Kategori Produk Ayam Segera	2008	Brand Leurate
Anugerah Pemasaran Terbaik	2008	Yum! Brands
Francais Tahunan	2008	Yum! Brands
Anugerah Perkhidmatan Cemerlang	2009	Yum! Brands
Anugerah Effe	2009	Effie
Jenama Paling Dipercayai Reader's Digest	2009	Reader's Digest
Francais Tahunan	2009	Yum! Brands

3.11. AYAMAS 2004-2009

Selaku pembekal utama ayam kepada KFCH, Ayamas Food Corporation Bhd., telah berjaya melaksanakan sistem ladang penternakan secara kontrak dengan efisien. Sebagai tanda penghargaan daripada pihak yang berportoriti, mereka telah menerima beberapa anugerah di peringkat kebangsaan.

Jadual di bawah ini menunjukkan senarai anugerah-anugerah yang telah di terima seperti berikut:⁴⁰

Anugerah	Tahun	Pertubuhan
Reativiti dan Inovasi Negara	2004	Pusat Teknologi Cipta Malaysia
Pemprosesan Daging Ternakan Terbaik Di Malaysia	2007	Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia
Perkhidmatan Ruang Niaga Terbaik	2007	Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia
Kategori Jenama Terkemuka	2008	Brand Laureate
Anugerah Inovasi Produk Terkini	2009	Anugerah Industri Ternak Malaysia
Anugerah Best@Show	2009	Ekspo & Forum Ternak Asia

3.12. KFC DAN KESAN TERHADAP BUDAYA

Seiring dengan perkembangan teknologi moden dan kepesatan perkembangan ekonomi, masyarakat Malaysia telah didedahkan dengan gaya hidup moden. Hasil pertumbuhan pesat negara telah banyak menukar gaya hidup masyarakat dalam sosio budaya terutamanya dalam amalan pemakanan. Konsep langit terbuka telah mempercepatkan pertumbuhan restoran-restoran makanan segera sehingga amalan mengunjungi restoran makanan segera dalam kehidupan masyarakat kini telah menjadi suatu kebiasaan.

⁴⁰http://www.kfcholdings.com.my/English/flash_Site/About_company/award_Achievement.asp, 12 November 2008.

Secara tidak langsung telah mengubah budaya pemakanan masyarakat tempatan yang membawa bersamanya pelbagai kesan positif dan negatif. Antaranya ialah mewujudkan budaya integrasi antara kaum, penerapan budaya barat dan merubah budaya hidup kekeluargaan.

a) Mewujudkan Budaya Integrasi Antara Kaum

Kewujudan restoran makanan segera telah berperanan sebagai satu mekanisma yang secara tidak langsung dapat memupuk integrasi antara kaum. Ini dapat dilihat dalam situasi harian dimana pengunjung restoran makanan segera adalah terdiri daripada berbagai lapisan masyarakat yang berlainan agama, status dan budaya. Melalui integrasi ini, hubungan yang lebih mesra dapat dijalinkan dan seterusnya masyarakat yang bersatu padu dapat dilahirkan dan cita-cita untuk merealisasikan interaksi dan integrasi sosial tercapai.

b) Penerapan Budaya Barat

Kewujudan rantaian restoran makanan segera yang berfalsafahkan kualiti dalam perkhidmatan dari sudut pengeluaran, kebersihan dan layanan yang mesra⁴¹ dalam operasinya, turut berorientasikan budaya barat, dengan memperkenalkan makanan, persekitaran dan pengenalan sistem pengurusan yang berdasarkan nilai-nilai barat telah berjaya mengubah budaya pengambilan makanan dalam

⁴¹LeeYeng Foong (2003/2004), "Amalan Mengunjungi Restoran Makanan Segera Di kalangan Remaja: Satu Kajian Kes Di Negeri Sembilan", Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, h. 37.

kalangan masyarakat tempatan, sehingga terdapat sebahagian daripada masyarakat yang menjadikan makanan segera sebagai hidangan utama. Akibat daripada perubahan budaya pengambilan makanan tersebut, pengaruh budaya dan nilai-nilai barat telah dengan mudah meresap ke dalam jiwa masyarakat terutamanya golongan penggemar makanan segera, remaja dan kanak-kanak. Kesannya, golongan remaja dan kanak-kanak lebih mengenali dan meminati makanan segera berbanding makanan tradisional. Akhirnya, makanan tempatan semakin terpinggir dan tidak diminati oleh masyarakat, terutamanya golongan generasi muda dan dalam jangka panjang, perubahan budaya pengambilan makanan ini boleh menyebabkan pupusnya makanan tradisional yang menjadi kebanggaan rakyat tempatan dan negara.

c) Merubah Budaya Hidup Kekeluargaan

Kesan budaya pengambilan makanan segera juga turut merubah budaya hidup kekeluargaan, budaya makan bersama keluarga semakin hilang, perasaan hormat kepada ibu bapa, guru dan orang-orang yang lebih tua dari mereka turut berkurangan, seterusnya golongan remaja dan kanak-kanak semakin bebas dan terlepas dari pengawasan ibu bapa atau penjaga. Mereka lebih banyak menghabiskan masa dengan rakan sebaya dari ibu bapa mereka sendiri. Rakan sebaya semakin penting dalam menentukan sikap, nilai-nilai (*value driven*) bagi mencapai tujuan dan matlamat kehidupan. Natiujahnya, kesan daripada perubahan budaya pengambilan makanan turut mendorong golongan remaja untuk mengamalkan budaya lepak. Fenomena ini dapat kita lihat di serata

tempat terutamanya di bandar-bandar besar, di pusat-pusat bandar dan di pusat-pusat membeli belah di mana segolongan remaja lebih gemar menghabiskan masa mereka tanpa membuat sebarang kerja atau perkara yang berfaedah dalam restoran makanan segera. Fenomena ini jika dibiarkan berterusan tanpa sebarang kawalan daripada pihak yang berautoriti akan menyebabkan berlakunya keruntuhan moral dan akhlak dalam kalangan generasi muda yang bakal memimpin negara pada masa hadapan.

Kesimpulannya, restoran makanan segera telah dikenali umum sebagai tempat yang menyenangkan, dengan persekitarannya yang bersih dan nyaman, di samping harga yang berpatutan telah menjadikannya sebagai tempat yang popular di kalangan remaja, kanak-kanak dan keluarga. Namun dalam menikmati makanan tersebut, para pengamal makanan segera perlulah mempunyai sikap yang sensitif terhadap kandungan nutrisi makanan yang diambil agar makan yang diambil tidak mendatangkan kesan buruk terhadap sosio budaya serta kesihatan rohani dan jasmani. Justeru, setiap lapisan masyarakat perlu mengambil berat terhadap kesan yang akan mereka tanggung akibat daripada amalan dan budaya mengambil makanan segera.⁴²

⁴²Sumber: <http://abuyya.terapad.com>, 27 April 2007.

3.13. SUMBANGAN TERHADAP EKONOMI

Perkembangan industri makanan segera telah menjadi salah satu fenomena yang ketara semenjak dua dekad yang lalu. Rangkaian makanan segera khususnya yang menjurus ke arah Amerika Syarikat telah berjaya bersaing dengan firma-firma tempatan yang terlibat di dalam industri ini secara unik, bercirikan barat di samping membekalkan perkhidmatan yang cepat dan mesra. Kemasukan rangkaian restoran makanan segera telah memberi kesan yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan sosio-ekonomi Negara.⁴³ Di Malaysia jenama-jenama seperti A&W, Mc Donald's, KFC, Pizza Hut, Shakey's dan White Castle adalah merupakan jenama-jenama yang mempelopori industri makanan segera.⁴⁴

Seterusnya, pada masa kini, syarikat pengeluaran makanan segera telah membelanjakan kira-kira RM 1 bilion setahun untuk mempromosikan keluarannya melalui iklan televisyen yang disiarkan pada waktu utama dan fokus utama mereka adalah golongan kanak-kanak.⁴⁵ Manakala perniagaan makanan segera tempatan dianggarkan mencapai antara RM100 juta hingga RM150 juta setahun dengan kadar pertumbuhan pada 15-30% setahun.⁴⁶ Quick Service Restaurants (QSR) melalui KFCH

⁴³Yong Wan Chee (1999/2000), *op.cit.*, h. 3-4, lihat juga Tan, Mei Mei (2001/2002), "Amalan Makanan Segera: Satu Kajian Kes Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Fakulti Sastera Dan Sains Sosial, Universiti Malaya, Kuala Lumpur." (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya), h. 36-37, Poh, Joo Pei (1999/2000), "Perusahaan Makanan Segera: Satu Kajian Kes Ke Atas Mcdonald's Dan Kentucky Fried Chicken (KFC) Di Bandar Maharani, Muar, Johor." (Latihan Ilmiah, Jabatan Antropologi Dan Sosiologi, Fakulti Sastera Dan Sains Sosial, UniversitiMalaya), h. 10.

⁴⁴*Ibid.*

⁴⁵*The risk to the American food industry of obesity litigation*, downloaded from <http://cqx.sagepub.com>

⁴⁶Persatuan Pengguna Islam Pulau Pinang, *op.cit.*, h. 140.

memiliki 420 restoran KFC dan Pizza Hut di Malaysia, Singapura dan Brunei mempunyai sebanyak RM148.14 juta dalam akaun sehingga Jun 2006.

Pendapatan tahunan KFCH meningkat kepada RM 723.75 juta pada tahun lepas berbanding RM723.18 juta pada tahun sebelumnya.⁴⁷ Malaysia pada ketika ini mempunyai dua rantaian makanan segera yang terbesar iaitu KFC dan Mc Donald's, nilai pasaran restoran makanan segera tersebut berjumlah sebanyak RM1.6 billion dan pasaran di jangka akan berkembang sekitar 5% setahun.⁴⁸ Selain itu, satu kajian telah dijalankan di Amerika Utara berhubung dengan sumbangan restoran makanan segera terhadap sektor ekonomi. Hasil kajian mendapati bahawa restoran makanan segera telah menyumbang lebih daripada 60 juta sumber ekonomi Amerika Utara melalui industri makanan segera.

Pertumbuhan restoran makanan segera seiring dengan keperluan diet rakyat, jika dibandingkan dengan diet rakyat Amerika Syarikat didapati bahawa kekerapan pengambilan makanan segera dikalangan penduduk Amerika Syarikat meningkat dengan begitu mendadak sejak awal tahun 1970an. Bilangan restoran makanan segera telah meningkat dari 30,000 kepada 140,000 pada tahun 1980an. Manakala jumlah hasil jualan makanan segera telah meningkat sehingga 300%. Menurut kajian terkini pada tahun 2001 sahaja terdapat 222,000 restoran makanan segera di Amerika dan telah menyumbang sebanyak \$125 bilion.

⁴⁷Petikan daripada Tan Sri Muhammad Ali Hashim pengerusi KFCH yang juga merupakan ketua eksekutif Kumpulan Johor Corporation.(JCorp.), Utusan Malaysia 20 Oktober 2007.

⁴⁸Utusan Malaysia, Mei 2003. Lee Yeng Foon, *op.cit.*, h. 35.

Tambahan pula, perkembangan yang pesat dalam industri makanan segera turut menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi negara. Berbilion-bilion ringgit telah dapat dihasilkan, ramai rakyat mendapat pekerjaan dan setiap sektor yang berkaitan turut sama mendapat faedah daripada perkembangan industri makanan segera. Kepakaran dan teknologi terkini dapat membantu pertumbuhan ekonomi dan menaikkan taraf hidup rakyat. Walaupun industri makanan segera menyumbang jumlah yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara, namun jika dilihat dari sudut kesihatan didapati ianya turut menyumbang kepada peningkatan terhadap masalah kesihatan dan memerlukan kos yang tinggi. Umpamanya, terdapat kebimbangan dalam kalangan penduduk tempatan terhadap pertumbuhan yang pesat terhadap restoran makanan segera dan tabiat pengambilan makanan segera yang mengandungi lemak dan kalori yang tinggi yang mengakibatkan lebih daripada 50% penduduk di Amerika Utara telah mengalami masalah kegemukan.⁴⁹

Manakala di Malaysia, Kementerian Kesihatan Malaysia telah membelanjakan antara RM150 juta hingga RM200 juta setahun untuk tiga jenis ubat bagi tiga penyakit berangkai iaitu tekanan darah tinggi, kencing manis dan sakit jantung. Kesihatan amat berkait rapat dengan produktiviti sesebuah negara, maka jika kesihatan rakyat tidak dititikberatkan, dan amalan pengambilan makanan yang sihat tidak diamalkan, dalam jangka masa panjang ia akan menyebabkan ekonomi sesebuah negara akan mengalami kemerosotan.

⁴⁹Joe Schwarcz and Fran Berkoff, (2004), *Foods That Harm, Foods That Heal*. The Reader's Digest Association, Inc. Pleasantville, New York. Montreal, h. 151.

3.14. SUMBANGAN KFC TERHADAP SOSIAL

Di Malaysia KFCH, melalui restoran KFCnya telah melaksanakan program tanggung jawab sosial korporat dengan melibatkan diri secara langsung dalam pelbagai kegiatan pembangunan dan kebajikan masyarakat melalui projek-projek kebajikan komoditi. Ini dilihat sebagai suatu bentuk penghargaan terhadap sokongan yang diberikan oleh masyarakat Malaysia sehingga menjadikan restoran makanan segera KFC sebagai peneraju industri makanan segera di Malaysia.

Sehubungan itu, Pada tahun 1995, KFC telah menubuhkan Projek Penyayang dalam usaha meraikan ribuan anak-anak yatim dan tidak upaya merasai hidangan KFC. Lebih 6,500 kanak-kanak dijamu dengan hidangan lazat KFC setiap tahun. Dalam masa yang sama, melalui projek ini, pada setiap suku tahun, 80 rumah kebajikan akan menerima sumbangan makanan dan tahun ini adalah merupakan merupakan ulangtahun yang ke-10 Projek Penyayang. Pada tahun 1997 Tabung Penyayang KFC telah ditubuhkan, tabung ini adalah merupakan sebuah dana yang diwujudkan dengan tujuan untuk membantu kanak-kanak, anak-anak yatim dan mereka yang memerlukan menerusi pelbagai program. Tabung Penyayang ini sangat unik kerana ia mewakili peratusan pendapatan yang diperolehi daripada hasil jualan “Kids’ Fun Meal” KFC. Dua tahun kemudian, iaitu pada bulan Ogos 1999, KFC telah memperkenalkan Kotak Derma Tabung Penyayang sebagai lanjutan kepada program Tabung Penyayang KFC. Kotak derma ini diedarkan di seluruh restoran KFC, bagi membolehkan pelanggan menderma sebanyak 10 sen menerusi hasil jualan Chicky Meal.

KFC juga turut menyumbang dalam pembinaan sekolah dan rumah-rumah kebajikan.⁵⁰ Manakala dalam usaha untuk turut meringankan beban keluarga yang kurang bernasib baik, menerusi program televisyen yang berjudul “Tijarah Ramadhan” penerbitan bersama Johor Corporation dan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) yang memberi sumbangan yang berbentuk barangan dan kewangan.⁵¹ Bagi membantu golongan kurang pendengaran dan bisu serta meningkatkan keyakinan diri, khusus untuk mereka yang mahu menyahut cabaran bagi menolak tanggapan yang mengatakan bahawa kekurangan diri menjadi penghalang dalam kejayaan. Tiga buah restoran KFC yang terletak di Sentul Raya di Kuala Lumpur, Saujana di Sarawak dan Tanjung Aru di Sabah, telah dikendalikan oleh golongan kurang pendengaran dan bisu.⁵² Manakala KFC adalah merupakan Restoran Layanan Segera Barat yang pertama di dunia membina restoran yang dikendalikan oleh kakitangan cacat pendengaran dan percakapan dan yang pertama menubuhkan sebuah kelab untuk kanak-kanak (KFC Chicky Club) dengan bilangan ahlinya telah mencecah seramai 250,000 orang. Di samping itu, KFC adalah merupakan sebahagian daripada Yum! Brands, Inc., iaitu sistem restoran terbesar di dunia dengan jumlah 34,000 buah restoran yang terdiri daripada KFC, Pizza Hut, Taco Bell, Long John Silver dan A&W di lebih 100 negara.

⁵⁰Poh Joo Pei (1999/2000), “Perusahaan makanan segera: Satu Kajian Kes Ke Atas Mc Donald’s Dan Kentucky Fried Chicken (KFC), di Bandar Maharani, Muar Johor.” Universiti Malaya, Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, h. 71. Lihat juga Yong Wan Chee, (1999/2000), *op.cit.*, h. 129.

⁵¹Milenia muslim(2007), *op.cit.*, h. 64.

⁵²Sumber:http://www.kfc.com.my/about_kfc_msia_html, 12 November 2008.