

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis *franchise* (waralaba) di Indonesia meningkat secara spektakuler sebagai contoh di bidang makanan, tahun 1990 di Jakarta yang menerapkan sistem waralaba hanya ada enam restoran. Tetapi, ketika didata lagi pada 1996 meroket menjadi 216 restoran dan tersebar di banyak kota besar. Tetapi, segera sesudah itu, ekonomi Indonesia mengalami masalah pada tahun 1997 prospek industri waralaba, khususnya yang berbau asing (*foreign franchises*) secara umum pun bisnis waralaba ini terjengkang. Padahal, sebelum krisis, Indonesia betul-betul menjadi "surga" bagi pewaralaba asing. Kini nama-nama restoran hasil waralaba seperti *McDonald*, *KFC*, *Texas Fried Chicken* dan beberapa restoran siap saji yang lain mulai menutup beberapa outlet mereka.

Pertumbuhan pewaralaba asing (*franchisor/master franchise*) dalam berbagai bidang sejak pertengahan tahun 1997 lalu mengalami penurunan drastis. Penjualan merosot tajam, sehingga banyak outlet dan *retails stores* yang harus ditutup, apalagi usaha yang produknya didominasi oleh komponen impor. Rupiah yang semakin melemah, menjadi penyebab utama. Padahal mereka harus mengimpor seluruhnya atau sebagian besar

dari bahan produksi yang digunakan. Terutama sekali pembayaran *royalti fee* yang biasanya dalam Dolar. Dikatakan, kondisi ini selain merugikan pengusaha-pengusaha lokal, juga meresahkan perusahaan induk (*franchisor*) yang berada di luar negeri. Merosotnya penjualan di dalam negeri, menyebabkan *royalti fee* yang mereka nikmati, menurun drastis. ✓

Karena omzetnya turun drastis, para pengusaha melakukan berbagai upaya agar bisnis mereka dapat bertahan. Selain menutup 14 cabangnya, *McDonald's* menyajikan Paket Hemat (Pahe) dan Paket Nasi (Panas) untuk menjangkau pembeli selain dengan melakukan iklan yang gencar. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) dalam waktu dekat akan menawarkan Kombo Hemat Komplit (Komat Komit), sementara *Wendy's* menambah tawaran paket makanannya (ada delapan paket).

Bagaimana pula dengan *Texas Fried Chicken* yang juga mengalami masalah pada saat krisis meskipun tidak sampai menutup restoran *Texas* di Surabaya. Seperti yang disebutkan Bapak Suwadi Manajer Operasional *Texas Chicken* Plasa Surabaya dan Bapak Oyo Sunaryo Asisten Manajer Operasional Plasa Tunjungan I, akibat masalah ekonomi semenjak tahun 1997 ini, *Texas* telah mengalami penurunan penjualan rata-rata 20% - 30% per tahun. Selain masalah penjualan, *Texas Fried Chicken* mengalami masalah yang pelik yaitu pergantian kepemilikan. Hal ini disebabkan krisis yang dialami pemilik pertama membuat perusahaan tersebut berjalan dengan kondisi yang sulit. Setelah pergantian tersebut *Texas Chicken*

menambah jenis produknya dengan membuat paket hemat yang diberi nama PakEko atau Paket Ekonomis. Paket Ekonomis ini diharapkan *Texas Chicken* mampu membuat produknya menjadi terjangkau sekaligus memperbaiki tingkat penjualan mereka.

1.2. Perumusan Masalah

Penggunaan paket hemat kian menjamur, hampir semua penjual makanan cepat saji terutama waralaba memiliki penawaran akan paket tersebut meskipun masih tetap menjual produk-produk non paket.

Karena keterbatasan waktu dan tenaga maka penulis membatasi lingkup penelitian dengan meneliti produk Paket Ekonomis (PakEko) yang dimiliki *Texas Chicken* pada lokasi penelitian di Surabaya.

Permasalahan yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah kualitas makanan, harga, hadiah, dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen paket Ekonomis *Texas Chicken* di Surabaya?
- b. Apakah harga merupakan variabel dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Paket Ekonomis *Texas Chicken* di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap pelanggan *Texas Chicken* untuk:

- a. Untuk mengetahui apakah keempat variabel yang diajukan pada permasalahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Paket Ekonomis *Texas Chicken* di Surabaya.
- b. Untuk mengetahui apakah harga yang dibayarkan merupakan variabel dominan terhadap keputusan pembelian konsumen Paket Ekonomis *Texas Chicken* di Surabaya.

Sehingga dengan mengetahui hal-hal diatas akan membantu *Texas Chicken* Surabaya mengenal konsumennya lebih baik.

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Dapat memberikan sumbangan kepada khasanah pendidikan terutama manajemen pemasaran yang berfokus kepada perilaku konsumen.
- b. Untuk memberikan informasi yang berarti kepada penjual dalam penelitian ini yaitu *Texas Chicken* Surabaya dalam mengenali perilaku konsumen mereka.
- c. Memberikan pandangan kepada peneliti lain yang akan atau sedang melakukan penelitian sejenis sekaligus menambah kemampuan penulis untuk melakukan penelitian.

- d. Memberikan gambaran mengenai kemampuan Paket Ekonomis dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- e. Memberikan wawasan baru kepada penulis dalam melakukan penelitian.

1.5. Sistematika Skripsi

Bab 1 Pendahuluan

Merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang mengapa penelitian dilakukan, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian baik dari segi keilmuan dan kelembagaan, serta manfaat penelitian.

Bab 2 Tinjauan Kepustakaan

Mengemukakan tentang kerangka teori dari dasar pemikiran sebagai dasar pembahasan meliputi pengertian produk, pengertian pemasaran barang dan jasa, pengertian paket hemat, hipotesis kerja, dan teori-teori yang relevan untuk dipergunakan sebagai perhitungan.

Bab 3 Metode Penelitian

Berisikan prosedur pengumpulan data, pengambilan sampel, alat-alat yang akan digunakan dalam penelitian beserta sistem penelitian yang akan dipergunakan untuk menganalisis data dari penelitian.

Bab 4 Analisis Data dan Interpretasi Penemuan

Merupakan bab telaah atas penyusunan analisis yang didasarkan atas data-data yang telah dikumpulkan dengan teori-teori yang digunakan sebagai dasar pengujian.

Bab 5 Simpulan dan Saran

Merupakan penutup hasil penelitian meliputi Simpulan umum dan khusus serta saran.

