

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap perusahaan yang didirikan selalu diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu untuk mencapai tingkat keuntungan semaksimal mungkin dan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuannya harus didukung oleh kemampuan manajer dalam mengelola perusahaan yang meliputi kegiatan proses produksi, pemasaran, pembelanjaan, personalia, administrasi, dan keuangan. Namun demikian, Dengan makin ketatnya persaingan dunia usaha dewasa ini, maka pemasaran merupakan salah satu faktor terpenting yang harus dipertimbangkan dalam menentukan perencanaan dan pengambilan keputusan perusahaan. Sehingga diharapkan perusahaan tersebut dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkannya.

Ketatnya persaingan dunia usaha ini juga mewarnai bisnis restoran, seiring dengan makin pesatnya laju pertumbuhan restoran beberapa tahun terakhir. Prosentase sector Perdagangan, Hotel dan Restoran dalam Produk Domestik Bruto meningkat dari 14,7% di tahun 1983 menjadi 16,8% pada tahun 1993 (Tjiptono 1996,p5). Biro Pusat Statistik Jakarta telah mencatat perkembangan jumlah restoran di Jakarta tahun 1995-1999 sebagai berikut: Pada tahun 1995 jumlah restoran di DKI Jakarta sebesar 1816, kemudian meningkat lebih dari dua kali lipat yaitu sebesar 2963 pada tahun 1999.

Pesatnya laju pertumbuhan restoran beberapa tahun terakhir ini, salah satunya disebabkan oleh perubahan prilaku dan pola kebiasaan makan konsumen. Konsumen tidak lagi beranggapan bahwa pergi ke restoran bukan hanya untuk menghilangkan rasa lapar, tetapi juga sebagai alat komunikasi dan hiburan. Artinya restoran bukan lagi sekedar tempat yang menyediakan bermacam-macam makanan untuk dijual tetapi juga sebagai tempat pertemuan, baik dengan rekan kerja maupun dengan keluarga. Bahkan, kecenderungan

makan di restoran bukan hanya dimonopoli oleh masyarakat menengah ke atas tetapi masyarakat menengah ke bawah.

Tabel 1.1  
Jumlah Restoran di DKI Jakarta  
Tahun 1995-1999

Tahun	Jumlah
1995	1816
1996	2027
1997	2308
1998	2618
1999	2963

Sumber: Biro Pusat Statistik

Bagi konsumen di kota besar seperti Jakarta, dengan kesibukan dan aktifitas yang tinggi, kecenderungan untuk makan di restoran adalah karena keterbatasan waktu. Dengan alasan tersebut, maka mereka membutuhkan restoran yang dapat menyajikan makanan dengan cepat. Mengacu pada kebutuhan tersebut, banyak pengusaha melihat peluang bisnis yang prospektif pada restoran cepat saji (*fast food*) ini. Berbagai restoran *Fast Food* pun banyak yang bermunculan mulai dari yang berorak tradisional seperti restoran Padang sampai dengan yang bertaraf Internasional seperti Hoka-Hoka Bento, Arby's, Popeye's, Kentucky Fried Chicken dan lain sebagainya.

Dengan melihat kenyataan tersebut di atas, konsumen dihadapkan pada pilihan yang semakin banyak, sementara pihak pengusaha restoran ditantang untuk berkompetisi atau bersaing secara lebih profesional dalam memuaskan konsumennya.

Menghadapi persaingan yang demikian ketat, PT Raja Baksomas Mandiri Sebagai perusahaan yang mengelola restoran baso, dimana penelitian dilakukan, menyadari betapa pentingnya mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih

restoran, agar ia dapat menyediakan pelayanan yang memuaskan konsumen. Selain itu tanggapan konsumen juga diperlukan untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran telah dicapai oleh restoran tersebut.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dengan adanya perkembangan teknologi dan semakin luasnya pemikiran manusia maka semakin banyak pula masalah-masalah yang dapat dijabarkan, oleh karena itu dalam skripsi ini penulis memberikan batasan-batasan masalah dengan tujuan agar dapat dimengerti oleh pembaca. Dengan adanya batasan masalah ini akan semakin memperjelas masalah yang secara khusus dibahas disini, sehingga pembaca tidak dibingungkan oleh masalah-masalah lainnya. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

— Apa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran?

Faktor Non-Personal:

1. Harga makanan
2. Kemudahan lokasi
3. Iklan yang mudah diingat konsumen
4. Kenyamanan suasana
5. Makanan dan minuman
6. Fisik gedung

Faktor Personal:

1. Penampilan karyawan
2. Sikap karyawan
3. Reputasi restoran dimata konsumen

— Sejauh mana kesesuaian antara harapan konsumen dengan prestasi restoran dalam melaksanakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu restoran?.

### 1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang mempengaruhi mereka dalam memilih restoran-restoran yang tersedia.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang dianggap paling penting oleh konsumen dalam memilih restoran.
3. Untuk mengetahui sejauh mana kesesuaian antara harapan konsumen dengan prestasi restoran Super Baso RB dalam melaksanakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran.

Sedangkan kegunaan atau manfaat dari penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. Agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak pengusaha restoran Super Baso dalam mengelola faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan restoran agar sesuai dengan harapan konsumen.
2. Agar dapat dibandingkan antara teori yang telah dipelajari dengan penerapannya dalam praktek yang sesungguhnya.

### 1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab dengan urutan sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan.

#### BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dijelaskan mengenai tinjauan pustaka yang mendukung dalam penelitian ini serta kerangka pemikirannya.

**BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai Perusahaan dimana tempat penelitian ini dilaksanakan, yang mencakup mengenai struktur dari perusahaan itu sendiri dan juga mengenai perkembangan dari perusahaan itu tersebut.

**BAB IV : ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN**

Uraian yang terdapat dalam bab ini adalah deskripsi objek penelitian yang berisikan hasil penelitian yang mencakup gambaran umum tentang objek penelitian serta hasil analisis dan pembahasan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan-kesimpulan dari temuan-temuan yang telah diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan juga dikemukakan saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan dimana penelitian terhadap topik ini dilakukan.