

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan manusia. Manusia saling bersaing untuk menciptakan hidup yang lebih baik, persaingan terjadi untuk menciptakan tempat yang lebih baik dan layak bagi kehidupan manusia. Begitu pula yang terjadi di dalam dunia bisnis, setiap pergerakan yang terjadi di dalam bisnis adalah sebuah persaingan. Saat ini persaingan bisnis sudah semakin ketat dan keras, begitu juga yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa di antaranya adalah target pencapaian, inovasi-inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah di setiap masanya.

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi tingkat persaingan bisnis adalah gaya hidup manusia, yang selalu berubah dari masa ke masa. Pada era modernisasi seperti saat ini, berkembang gaya hidup serba praktis dan instan yang

mempengaruhi hampir seluruh populasi manusia yang ada di dunia. Gaya hidup instan adalah gaya hidup yang mengutamakan nilai kepraktisan, kecepatan dan efisiensi waktu. Bagi beberapa orang, cepat, praktis dan efisien sudah menjadi sebuah kebutuhan utama di dalam kegiatannya sehari-hari. Hal ini tentu berpengaruh terhadap persaingan bisnis, yang kemudian di respon oleh kebanyakan produsen dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan gaya hidup instan masyarakat.

Bisnis yang terpengaruh oleh gaya hidup masyarakat adalah bisnis restoran, pada umumnya restoran adalah sebuah tempat yang menyajikan berbagai kebutuhan konsumen dalam hal pangan yang siap konsumsi. Menurut Marsum (2005 : 7) restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang dikelola secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman. Namun karena terjadi perubahan gaya hidup masyarakat, perubahan konsep restoran dirasa perlu dilakukan. Salah satu konsep yang saat ini diterapkan adalah konsep restoran siap saji.

Restoran siap saji adalah restoran yang menghadirkan makanan dan minuman dengan cepat, biasanya berupa kentang goreng, hamburger, atau ayam goreng. Kebanyakan restoran siap saji yang beroperasi di Indonesia adalah berupa waralaba atau cabang dari perusahaan asing. Konsep restoran cepat saji adalah memberikan pelayanan berkualitas dalam waktu yang sesingkat mungkin, konsep ini diterapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan berkualitas dan juga efisiensi waktu. Berikut adalah beberapa nama restoran siap saji terpopuler di dunia seperti, Subway's, McDonald's, Starbucks, KFC, Dunkin

Donuts, Pizza Hut, Burger King, Wendy's (www.id.wikipedia.org/wiki/rumah_makan_).

KFC adalah salah satu restoran cepat saji di Indonesia, KFC merupakan singkatan dari Kentucky Fried Chicken. KFC adalah suatu merek dagang waralaba dari Yum! Brands, Inc. , yang berpusat di Louisville, Kentucky, Amerika Serikat. Didirikan pada tahun 1939 oleh Col. Harlan Sanders, KFC dikenal terutama karena ayam gorengnya yang biasa disajikan dalam *bucket* atau wadah berbentuk ember. Di Indonesia, pemegang hak waralaba tunggal KFC adalah PT Fastfood Indonesia, Tbk yang didirikan oleh Kelompok Usaha Gelael pada tahun 1978, dan terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1994. Restoran KFC pertama di Indonesia dibuat pada bulan Oktober 1979 di Jalan Melawai, Jakarta (www.id.wikipedia.org/wiki/KFC).

Cabang KFC yang ada di Bandar Lampung adalah KFC Kedaton, dengan nama cabang Kedaton Lampung. KFC Kedaton Bandar Lampung beralamat di Jalan Zainal Abidin, Kelurahan Labuan Ratu, Kecamatan Kedaton, Bandar Lampung. Berikut adalah beberapa produk yang disajikan oleh KFC Kedaton Bandar Lampung beserta harganya.

Tabel 1.1 Daftar Harga dan Produk KFC Kedaton Bandar Lampung Tahun 2011-2013

Daftar Menu	Keterangan	Harga		
		2011	2012	2013
Menu Paket				
KFC Chaki Kids Meals	Crispy	Rp 31.354,-	Rp 34.545,-	Rp 36.754,-
	Original	Rp 31.354,-	Rp 34.545,-	Rp 36.754,-
KFC Combo Super Family	Crispy	Rp 87.325,-	Rp 98.182,-	Rp 102.323,-

Tabel 1.1 Daftar Harga dan Produk KFC Kedaton Bandar Lampung Tahun 2011-2013 (Lanjutan)

Daftar Menu	Keterangan	Harga		
		2011	2012	2013
	Original	Rp 93.325,-	Rp 100.909,-	Rp 105.345,-
KFC Combo Super Star + 2 Puding	Crispy	Rp 54.424,-	Rp 65.425,-	Rp 71.818,-
	Original	Rp 57.343,-	Rp 68.428,-	Rp 76.636,-
KFC Super Besar 1	Crispy	Rp 18.325,-	Rp 24.019,-	Rp 26.565,-
	Original	Rp 19.899,-	Rp 25.000,-	Rp 27.455,-
KFC Super Besar 2	Crispy	Rp 28.889,-	Rp 35.000,-	Rp 34.889,-
	Original	Rp 31.989,-	Rp 36.818,-	Rp 35.998,-
Menu Praktis				
Chick'N Fillet		Rp 9.091,-	Rp 9.491,-	Rp 9.999,-
Fish Fillet		Rp 9.091,-	Rp 9.491,-	Rp 9.999,-
O.R. Burger		Rp 9.091,-	Rp 9.491,-	Rp 9.999,-
Oriental Bento		Rp 9.091,-	Rp 9.491,-	Rp 9.999,-
Twisty		Rp 9.091,-	Rp 9.491,-	Rp 9.999,-
Menu Goceng				
Bubble Float		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Mocha Float		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Shooter		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Strawberry Kiss		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Sundae		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Burger Goceng		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Colonel's Spaghetti Al Dente		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Cream Soup		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Perkedel		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
KFC Pudding		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
KFC Waffle Sundae		Rp 5.000,-	Rp 5.000,-	Rp 5.000,-
Menu A La Carte				
1 pcs Chicken	Crispy	Rp 10.000,-	Rp 12.727,-	Rp 13.434,-
	Original	Rp 11.899,-	Rp 16.636,-	Rp 14.727,-
2 pcs Chicken	Crispy	Rp 18.989,-	Rp 24.545,-	Rp 25.455,-
	Original	Rp 19.999,-	Rp 25.455,-	Rp 26.455,-
Crispy Strip		Rp 12.727,-	Rp 12.727,-	Rp 12.727,-
French Fries Large		Rp 15.495,-	Rp 17.273,-	Rp 17.273,-
KFC Organic Rice		Rp 5.000,-	Rp 5.909,-	Rp 5.909,-
Whole Chicken Bucket (9pcs)	Crispy	Rp 85.455,-	Rp 103.636,-	Rp 108.898,-

Tabel 1.1 Daftar Harga dan Produk KFC Kedaton Bandar Lampung Tahun 2011-2013 (Lanjutan)

Daftar Menu	Keterangan	Harga		
		2011	2012	2013
	Original	Rp 92.745,-	Rp 110.909,-	Rp 115.685,-
Wing Bucket (7pcs)	Crispy	Rp 42.600,-	Rp 69.091	Rp 72.199,-
	Original	Rp 42.600,-	Rp 69.091	Rp 72.199,-
Yakiniku		Rp 17.273,-	Rp 21.818,-	Rp 24.324,-
Beverage				
Pepsi Can		Rp 7.727,-	Rp 9.099,-	Rp 9.099,-
Tropicana Twister		Rp 7.727,-	Rp 9.099,-	Rp 9.099,-
Aqua		Rp 4.999,-	Rp 5.909,-	Rp 5.909,-
Frestea		Rp 4.999,-	Rp 5.182,-	Rp 5.182,-

Sumber : <http://www.kfcku.com/foodmenu>

Dalam perkembangan usahanya, KFC Kedaton tentu saja mengalami persaingan yang ketat dari pihak-pihak pesaingnya. Bila melihat pangsa pasar yang cukup menguntungkan dan kondisi demografi yang sangat mendukung berkembangnya bisnis restoran, tidak heran telah terjadi peningkatan persaingan dalam bisnis restoran di wilayah Kedaton, Bandar Lampung.

Persaingan yang dialami oleh KFC Kedaton berasal dari sesama restoran cepat saji. Berkembangnya perekonomian di Bandar Lampung semakin memperluas bisnis kuliner, begitu juga pada bisnis restoran cepat saji. Selain itu penyebab berkembangnya bisnis restoran cepat saji di Bandar Lampung, karena gaya hidup masyarakatnya yang mulai menganut budaya serba instan, sehingga menyebabkan munculnya peluang bisnis restoran cepat saji di Bandar Lampung. Fenomena persaingan semacam ini terjadi karena adanya kesamaan target pasar yang ada di di Bandar Lampung, yang menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Bila dilihat dari segi demografi wilayah Bandar Lampung merupakan sebuah kawasan

perekonomian yang sedang berkembang, karena Bandar Lampung menjadi sebuah kota transit bagi masyarakat dari luar kota yang sedang bepergian. Hal ini kemudian dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk membuka restoran dan rumah makan di kawasan tersebut, dan menjadikan masyarakat target pasar utama, sehingga menyebabkan persaingan yang dialami KFC Kedaton menjadi semakin meluas. Berikut adalah daftar restoran pesaing KFC Kedaton berdasarkan jenis restoran cepat saji di wilayah Bandar Lampung.

Tabel 1.2 Daftar Pesaing Usaha KFC Kedaton Berdasarkan Wilayah Penjualan di Wilayah Kedaton Bandar Lampung

Nama Restoran	Alamat
McDonald's	Central Plaza Bandar Lampung
A&W Restaurant	Mall Boemi Kedaton, Bandar Lampung
California Fried Chicken	SPBU Wolter Monginsidi, Bandar Lampung
Texas Fried Chicken	Simpur Center Mall, Bandar Lampung
Giant Fried Chicken	Giant Supermarket Pagar Alam Jl. Zaenal Abidin Pagar Alam, Bandar Lampung, Lampung 35111, Indonesia
Master Fried Chicken	Tersebar di beberapa wilayah di Bandar Lampung (<i>Franchise</i>)

Sumber : <http://kulinerbandarlampung.blogspot.com/2012/02/alamat-dan-telepon-ragam-restoran-di.html>

Bila melihat Tabel 1.2, terlihat jelas bahwa tingkat persaingan bisnis restoran di wilayah Bandar Lampung cukup tinggi. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar KFC Kedaton tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola KFC Kedaton harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berpikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa

kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan melakukan keputusan pembelian produk.

Swastha dan Handoko (2008 : 110) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak.

Menurut Tjiptono (2008 : 21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarahkan kepada keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2007 : 227) proses dimana konsumen melewati 5 tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang cukup lama setelah itu. Pada fenomena keputusan pembelian, banyak sekali konsumen yang bersikap sensitif terhadap harga yang ditetapkan oleh produsen. Hal ini disebabkan karena banyak sekali produsen di bidang sejenis yang menawarkan berbagai macam produk dengan kualitas dan harga yang bersaing.

Salah satu hal yang sangat diperhatikan konsumen dalam membeli sebuah produk adalah harga produk itu sendiri, Xie dan Shugan (2000 : 230) mengungkapkan bahwa konsumen yang baru lebih sensitif dalam perbandingan harga daripada konsumen yang lama dalam waktu melakukan transaksi pembelian. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 345) adalah, sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu

produk atau jasa. Sedangkan harga menurut Assauri (2008 : 223) merupakan satu-satunya unsur-unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan bagi perusahaan. Dua definisi tersebut menjelaskan bahwa harga adalah unsur penting untuk mendapatkan pemasukan, bagi keberlangsungan sebuah perusahaan. Menurut Stanton (1998 : 308) ada empat indikator di dalam harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk. Pada umumnya konsumen akan lebih tertarik pada produk dengan harga yang lebih murah, apalagi kualitas produk tersebut dengan yang lain tidak jauh berbeda. Oleh karena itu penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian, dan memaksimalkan volume penjualan bagi perusahaan terkait.

Dalam proses usahanya, KFC Kedaton harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya penjualan di KFC Kedaton mengalami fluktuasi pada beberapa tahun terakhir.

Berikut adalah tabel data penjualan KFC Kedaton Bandar Lampung :

**Tabel 1.3 Data Penjualan KFC Kedaton Bandar Lampung
Tahun 2011 - 2013 (Dalam Rupiah)**

Bulan	Tahun 2011	Tahun 2012		Tahun 2013	
	Penjualan	Fluktuasi Penjualan	Penjualan	Fluktuasi Penjualan	Penjualan
Januari	1.286.232.941	↑ 64.298.248 (5%)	1.350.531.189	↓ 238.228.964 (18%)	1.112.302.225
Februari	1.157.903.298	↑ 31.713.266 (3%)	1.189.616.564	↓ 61.752.468 (5%)	1.127.864.096
Maret	1.134.562.918	↑ 142.584.646 (13%)	1.277.147.564	↓ 46.743.133 (4%)	1.230.404.431
April	1.185.684.342	↑ 78.254.038 (7%)	1.263.938.380	↓ 115.182.483 (9%)	1.148.755.897
Mei	1.203.654.167	↑ 56.740.715 (5%)	1.260.394.882	↓ 84.098.910 (7%)	1.176.295.972
Juni	1.242.898.685	↑ 47.266.579 (4%)	1.290.165.264	↓ 69.343.572 (5%)	1.220.821.692
Juli	1.234.892.156	↑ 41.710.003 (3%)	1.276.602.159	↓ 24.636.697 (2%)	1.251.965.462
Agustus	1.298.764.235	↓ 70.297.468 (5%)	1.228.466.767	↑ 110.783.488 (9%)	1.339.250.255
September	1.305.786.267	↑ 170.677.218 (13%)	1.476.463.485	↓ 177.838.141 (12%)	1.298.625.344
Oktober	1.268.542.950	↓ 86.255.361 (7%)	1.182.287.589	↑ 74.578.346 (6%)	1.256.865.935
November	1.203.408.968	↓ 40.866.875 (3%)	1.162.542.093	↑ 31.438.359 (3%)	1.193.980.452
Desember	1.225.342.278	↑ 99.704.647 (8%)	1.325.046.925	↑ 54.308.329 (4%)	1.379.355.254
Total	14.747.673.205	↑ 535.529.656 (4%)	15.283.202.861	↓ 546.715.846 (4%)	14.736.487.015

Sumber : KFC Kedaton Bandar Lampung, 2014

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi dari tahun 2011 sampai 2013 berfluktuasi. Penjualan KFC Kedaton mengalami kenaikan sebesar Rp 535.529.656,- pada tahun 2012, dengan total penjualan sebesar Rp 15.283.202.861,-. Sedangkan pada tahun 2013 penjualan KFC Kedaton mengalami penurunan yang cukup drastis sebesar Rp 546.715.846,-, dengan total penjualan sebesar Rp 14.736.487.015,-, bahkan lebih rendah dari total penjualan di tahun 2011. Penjualan KFC Kedaton yang fluktuatif selama 3 tahun terakhir

kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor pemasaran yang tidak berjalan sesuai dengan fungsinya, sehingga menyebabkan penjualan tidak maksimal.

Menurut Kotler & Keller (2009 : 58), konsep penjualan berorientasi pada tingkat penjualan, di mana pemasar beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi agar penjualan dapat meningkat. Konsep ini mengasumsikan bahwa konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya membeli. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi psikologi konsumen untuk melakukan pembelian adalah harga, banyak konsumen yang bersikap sangat sensitif terhadap harga. Terutama bila melihat kesetaraan antara harga dan manfaat produk yang diterima. Tjiptono (2008:151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu - satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Keengganan dan penolakan konsumen inilah yang akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga sulit memaksimalkan penjualan. Pada akhirnya berdampak pada berkurangnya perolehan laba, yang berpotensi membuat perusahaan merugi. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang ditetapkan oleh KFC Kedaton kurang diharapkan oleh konsumen, sehingga konsumen menjadi enggan untuk melakukan keputusan pembelian, seperti yang terlihat pada Tabel 1.3.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka judul penelitian ini adalah:

“Pengaruh Harga Makanan Dan Minuman Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Kedaton Bandar Lampung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi oleh KFC Kedaton, bila dilihat pada Tabel 1.1, Tabel 1.2 dan Tabel 1.3, antara lain adalah :

1. Tabel 1.1 menampilkan daftar harga dan produk KFC Kedaton dari tahun 2011 sampai 2013. Dalam daftar tersebut ditemukan adanya perubahan harga yang terjadi pada beberapa produk KFC Kedaton. Perubahan harga ini yang diyakini menyebabkan fluktuasi penjualan sejak tahun 2011 sampai 2013 di KFC Kedaton.
2. Tabel 1.2 menunjukkan bahwa persaingan bisnis kuliner dan restoran di Bandar Lampung sangat kompetitif. Khususnya persaingan antara sesama restoran cepat saji.
3. Tabel penjualan 1.3 menunjukkan penjualan KFC Kedaton berfluktuasi sejak tahun 2011 sampai 2013. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya total penjualan KFC Kedaton pada tahun 2012, dan mengalami penurunan di tahun 2013.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah strategi harga yang dilakukan KFC Kedaton dapat mempengaruhi dan memaksimalkan keputusan pembelian para konsumennya, untuk menghadapi persaingan yang ketat. Dari uraian di atas maka permasalahan pada penelitian ini adalah

- *Apakah harga makanan dan minuman cepat saji berpengaruh terhadap keputusan pembelian di KFC Kedaton Bandar Lampung?*

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga makanan dan minuman cepat saji terhadap keputusan pembelian di KFC Kedaton Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama pihak yang berkepentingan secara langsung dengan masalah penelitian yang serupa.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi literatur bagi peneliti lain yang melakukan penelitian ataupun pengembangan hipotesis yang serupa.

2. Kegunaan Praktis

- Bagi perusahaan

Sebagai acuan bagi pihak manajemen perusahaan dalam menetapkan harga produk sehingga dapat memaksimalkan keputusan pembelian konsumen.

- Bagi peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran, terutama pengetahuan mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen.