

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Di perekonomian Indonesia saat ini memungkinkan sekali untuk sebuah usaha makro maupun mikro yang baru tumbuh dengan pesat. Dalam bidang barang ataupun jasa bisa bersaing secara bebas dalam negara kita pada saat ini. Semakin ketatnya persaingan di dalam sebuah usaha, perusahaan semakin selektif untuk memilih karyawannya agar target yang mereka inginkan tercapai. Persaingan yang ketat ini memungkinkan para pengusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk calon pelanggannya. Setiap perusahaan harus bisa mengambil celah dalam menentukan produk yang akan dijual, ketepatan harga, promosi dan tempat dimana dia akan mendirikan usahanya.

Ada beberapa hal yang harus dipikirkan sebuah perusahaan apabila mengalami perubahan. Seperti faktor kebudayaan, sosial, ekonomi, teknologi, politik, peraturan pemerintah. Untuk dapat terus bersaing setiap perusahaan harus dapat menyelaraskan faktor-faktor internal perusahaan dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi, baik kekuatannya maupun kelemahannya

Salah satu contoh usaha yang berkembang pesat saat ini adalah usaha restoran cepat saji. Perkembangan yang pesat dalam usaha restoran cepat saji paling banyak ditemukan di Surabaya dan Jakarta. Hal ini terjadi karena banyaknya masyarakat yang meminati makanan cepat saji di banding dengan masakan rumahan / restoran lokal. Restoran – restoran tersebut banyak di jumpai di tengah kota sampai di pinggiran kota Surabaya dan Jakarta. Untuk segi pelayanan, restoran cepat saji tidak kalah saing dengan restoran lokal. Pelayanan yang cepat dan ramah sering di gemari oleh masyarakat setempat.

Tanpa menunggu waktu yang lama, mereka sudah bisa mendapatkan makanan yang mereka inginkan. Terkadang harga tidak menjadi masalah bagi masyarakat walaupun cenderung lebih mahal di banding *restoran* lokal.

Bagi masyarakat sekitar, restoran cepat saji lebih lebih memudahkan mereka untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Apalagi bila restoran tersebut bekerja sama dengan pihak bank. Promo-promo lebih menggiurkan terkadang diberikan kepada masyarakat (pelanggan) yang menggunakan kartu kredit. Disamping lebih banyak promo yang di tawarkan dengan menggunakan kartu kredit, pembayaran menggunakan kartu kredit lebih mudah dan efisien di banding harus menggunakan pembayaran tunai.

Kecenderungan penduduk Surabaya misalnya, bahwa makan di restoran ceat saji ada nilai sosial dan gengsi tersendiri yang mampu mengangkat kesan akan status dirinya. Menurut Pride dan ferrel (2011:185), proses keputusan pembelian konsumen meliputi tahap : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan evaluasi proses pembelian. Namun tidak semua tahap dilalui / dilaksanakan oleh konsumen.

Keseluruhan proses tersebut biasanya dilakukan pada situasi tertentu, misalnya pada pembelian pertama dan pembelian barang-barang yang harga / nilainya relatif tinggi. *Restoran* cepat saji umumnya merupakan *restoran* asing yang masuk ke Indonesia dalam bentuk kemitraan bisnis dengan pola *franchise*. Maksudnya adalah pihak yang mempunyai produk / jasa yang ingin dijual / ingin memperluas usahanya sendiri, tetapi menjual haknya (paten) untuk menggunakan nama produk / jasanya kepada yang membeli usaha tersebut. Bagi tamu asing, tempat makan seperti ini biasanya merupakan pilihan terakhir di negaranya, terkait dengan isu kesehatan. Lebih dari 200 juta orang dari semenjak pertama kali *restoran Pizza Hut* dibuka pada tanggal 31 May 1958, di Wichita, Kansas, Amerika Serikat. Sukses dengan merek *Pizza Hut* yang telah

ada di Indonesia sejak tahun 1984 serta dilatar belakangi *lifestyle* masyarakat sekarang yang pada umumnya dengan kondisi kota yang macet, kesibukan di kantor dan juga sekedar kebersamaan keluarga yang terjaga di dalam rumah. Sejarah Perusahaan *Pizza Hut* adalah *restoran* berantai dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan dalam *pizza*.

Pizza Hut merupakan *restoran pizza* pertama di Indonesia dibawah naungan PT. Sarimelati Kencana. Sebagai salah satu produsen makanan siap saji terbesar, *Pizza Hut* memiliki kewajiban untuk meningkatkan pelayanannya. Pelayanan untuk mengantarkan *pizza* langsung kepada pembeli pun menjadi agendanya. *Pizza Hut Delivery* kemudian didirikan oleh PT Sarimelati Kencana untuk memberikan pelayanan berupa pengantaran pesanan kepada pelanggannya (*delivery service*). Jadi *Pizza Hut Delivery* (dirungkut) merupakan anak perusahaan PT Sarimelati Kencana yang memfokuskan usahanya pada *take away* (pengambilan langsung) dan *delivery* (pengantaran) produk. Sebagai rantai *restoran pizza* terbesar di dunia dengan lebih dari 13.000 *outlet* tersebar di 97 negara, *Pizza Hut* yang berada dibawah naungan *YUM Restaurant International* telah dinikmati diseluruh dunia.

Pizza Hut Delivery pertama berdiri pada Oktober 2007 dengan pelayanan pada pesan antar (*delivery*) dan pesan bawa (*take away*). Dua jenis pelayanan yang diberikan oleh PHD ini, membuat gerai PHD hanya memerlukan tempat untuk membuat produk (*kitchen*) dan *counter* hanya untuk melayani pesan bawa. PHD adalah salah satu anak perusahaan dari PT Sari Melati Kencana. *PIZZA HUT* dan Marugame udhon juga termasuk anak perusahaan dari PT Sari Melati Kencana. Dalam perkembangannya 4 tahun ini di Surabaya, PHD sudah bisa membuka 7 outlet di Surabaya di daerah Jemur Sari, Dharmahusada, Darmo Indah, Wiyung, Rungkut, Ketintang dan Kedungdoro. Untuk di daerah Jawa Timur PHD sudah membuka 4 outlet di antaranya di daerah Sidoarjo, Gresik dan

dua outlet di Malang. Lokasi yang di ambil dari PHD biasanya di tengah kota dan pinggiran kota yang strategis dan mudah di jangkau masyarakat luas. Oleh sebab itu, penelitian ini dibatasi untuk konsumen *restoran* cepat saji *PIZZA HUT DELIVERY* (PHD) di Surabaya.

Adapula *restoran* cepat saji seperti *MC Donald*, *A&W*, *KFC*, dan masih banyak yang lainnya yg menjadi pesaing PHD. Untuk harga mereka sedikit lebih murah dibanding harga yang ada di PHD. Tetapi keberadaan *restoran* tersebut tidak terlalu mengancam, karena produk yang mereka jual tidak sama dengan PHD. *Restoran* pesaing yang paling kuat saat ini hanyalah *Domino's Pizza*. *Domino's Pizza* adalah perusahaan waralaba internasional yang menjual *pizza* dengan sistem pesan antar yang hampir sama dengan PHD. Hampir semua produk yang ada di PHD juga ada di *Domino's Pizza*. Keuntungan mereka adalah dari segi harga. Harga yang ditawarkan *Domino's Pizza* memang lebih murah dibanding harga yang ada di PHD. Untuk sekarang cabang *Domino's Pizza* berada di Jakarta, tetapi tidak dipungkiri bisa saja mereka membuka cabang di Surabaya. Jadi saat ini pesaing yang ada di Surabaya juga cukup kuat walaupun produk yang dijual agak berbeda. Tetapi terkadang pelanggan tidak hanya melihat dari segi produk, harga atau promosi yang diberikaan. Bisa saja dari pelayanan, kenyamanan, dan tempat .

Kondisi persaingan tersebut menuntut kombinasi strategi pemasaran yang tepat, untuk mencapai pasara sasaran. Pasar sasaran cepat saji meliputi pasar pelanggan sekarang dan pasar pelanggan baru. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:75), Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya dipasar sasaran. Konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Menurut Kotler & Keller (2015:5), pemasaran

adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan. Kebutuhan yang dimaksudkan disini adalah kepuasan pelanggan terhadap produk, harga, tempat, dan promosi. Yang terjadi sekarang adalah harapan dan persepsi pelanggan terhadap barang atau jasa yang diberikan restoran tersebut cenderung lebih besar daripada nilai yang diterima pelanggan. Jika terjadi terus menerus, dikhawatirkan pelanggan akan lari ke produk pesaing. Sehingga perusahaan harus benar-benar bekerja keras agar pelanggan tidak lari ke produk pesaing.

Langkah – langkah apa saja yang dapat dilakukan oleh pihak PHD untuk meningkatkan jumlah pelanggan ? hal – hal apa yang perlu dikurangi atau ditambahkan dalam meningkatkan jumlah pelanggan ? kajian tersebut berguna agar PHD bisa bersaing dengan pihak kompetitor lainnya yang ada sekarang. Maka dari itu perlu diadakan penelitian “Pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap kepuasan pelanggan di PHD Rungkut Yakaya Surabaya.

Menurut Basu Swastha faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga oleh perusahaan (dalam Muslichan Erma Widiana dan Bonar Sinaga, 2010:65) adalah sebagai berikut :

- 1) Kondisi perekonomian
- 2) Penawaran dan permintaan
- 3) Elastisitas permintaan
- 4) Persaingan
- 5) Biaya
- 6) Tujuan manager
- 7) Pengawasan pemerintah

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang ditambahkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan produk dan

pelayanannya (Dra. Muslichan Erma Widiana, MM dan Prof. Bonar Sinaga, 2010:59)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah dia atas, maka yang dijadikan pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Produk, Harga, Promosi dan Tempat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PHD Rungkut Yakaya Surabaya ?
2. Apakah Produk, Harga, Promosi dan Tempat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PHD Rungkut Yakaya Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Produk, Harga, Promosi dan Tempat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PHD Rungkut Yakaya Surabaya.
2. Untuk mengetahui Produk, Harga, Promosi dan Tempat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PHD Rungkut Yakaya Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek akademis

Menambah referensi untuk peneliti lain yang meneliti tentang produk, harga, promosi dan tempat terhadap kepuasan pelanggan.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Diharapkan dari penelitian ini bisa memberikan kontribusi berharga terhadap perkembangan ilmu pendidikan, khususnya dalam penerapan model pembelajaran guna meningkatkan hasil dari proses pembelajaran serta hasil dari belajar dikelas.

3. Aspek praktis

Agar pihak dari PHD Rungkut Yakaya Surabaya bisa mengkaji ulang kembali faktor – faktor yang saya teliti untuk bisa menjadi lebih baik dan berkembang.