

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pengambilan objek studi pada penelitian ini adalah restoran cepat saji yang menjual menu *breakfast*. Berdasarkan data yang didapat dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung, lima restoran dengan jumlah gerai terbanyak didominasi restoran cepat saji. Dimana restoran cepat saji tersebut merupakan restoran cepat saji yang menjual menu makanan khas barat. Diantara restoran cepat saji khas barat yang ada di Kota Bandung, empat diantaranya menjual menu *breakfast* yaitu PIZZA HUT, MC DONALD'S, KFC, DUNKIN DONUT. www.tribunnews.com menuliskan terjadi perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan terkait dengan sarapan, masyarakat perkotaan kini mulai memerhatikan pentingnya sarapan pagi sebelum beraktivitas. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan kebutuhan sarapan masyarakat perkotaan. Restoran cepat saji yang menjual menu *breakfast* inilah yang menjadi objek penelitian ini.

1.1.1 Restoran Cepat Saji PIZZA HUT

Dari sebuah kedai pizza kecil sederhana, Pizza Hut tumbuh menjadi jaringan restoran *pizza* terbesar di dunia



GAMBAR 1.1

LOGO RESTORAN CEPAT SAJI PIZZA HUT

Sumber: www.pizzahut.co.id (diakses 12 Februari 2014)

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat logo dari restoran cepat saji Pizza Hut. Di Indonesia, Pizza Hut membuka restoran pertamanya tahun 1984 di gedung Djakarta Theatre, daerah Thamrin, Jakarta. Tahun 2000, restoran Pizza Hut pertama ini di pindahkan ke gedung Cakrawala di area yang sama, hingga sekarang. Kini, Pizza Hut mempunyai 216 restoran yang tersebar di 24 provinsi di Indonesia, dari Aceh hingga Abepura. (*Sumber:* www.pizzahut.co.id 12 Februari 2014)

1.1.2 Restoran Cepat Saji MC DONALD'S

Pendiri Mc Donald's adalah seorang peria bernama Ray Kroc, sang pendiri Mc Donald's mengawali karirnya sebagai pengemudi ambulans Palang Merah di tahun 1917 pada saat usianya 15 tahun. Pada tahun 1954 Ray Kroc melihat potensi pada sebuah restoran di San Bernardino, California. Di sana ia menemukan sebuah restoran yang berskala tidak terlalu besar namun terbilang sukses yang dikelola oleh Dick dan Mac McDonald. Kepada Dick dan Mac McDonald, Ray mengungkapkan visinya untuk

membuka cabang restoran McDonald's di seluruh penjuru Amerika di tahun 1955 Ray mendirikan McDonald's Corporation.



GAMBAR 1.2

LOGO RESTORAN CEPAT SAJI MC DONALD'S

Sumber: www.mcdonalds.co.id (diakses 12 Februari 2014)

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat logo dari restoran cepat saji McDonald's. Tahun 1960 Ray Kroc memiliki hak eksklusif atas merek McDonald's, dan pada tahun 1963 Mc Donald's berhasil menjual 100 juta *hamburger*, kesuksesan McDonald's terus berlanjut hingga sekarang. (*Sumber:* www.mcdonalds.co.id, diakses pada 12 Februari 2014)

1.1.3 Restoran Cepat Saji KFC

Gerai pertama KFC di Indonesia berada di Jalan Melawai, Jakarta yang dibuka pada bulan Oktober. Pembukaan gerai pertama terbukti sukses dan diikuti dengan pembukaan gerai-gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado.



GAMBAR 1.3

LOGO RESTORAN CEPAT SAJI KFC

Sumber: www.kfcindonesia.com (diakses 12 Februari 2014)

Pada Gambar 1.3 dapat dilihat logo dari restoran cepat saji KFC. KFC sukses menanamkan KFC dalam benak konsumennya sebagai merek waralaba cepat saji yang terkenal dan dominan di Indonesia. (*Sumber:* www.kfcindonesia.com, diakses pada 12 Februari 2014)

1.1.4 Restoran Cepat Saji Dunkin' Donuts

Tahun 1940, seorang pengusaha bernama Bill Rosenberg mendirikan dan membuka sebuah gerai donut dengan nama Open Kettle di Kota Boston, Quincy Massachusetts, Amerika Serikat. Tanpa disangka gerai donut miliknya tumbuh dengan pesat. Hal ini terbukti dari makin bertambah banyaknya jumlah pelanggan yang berkunjung.



GAMBAR 1.4

LOGO RESTORAN CEPAT SAJI DUNKIN' DONUTS

Sumber: www.dunkindonuts.co.id (diakses 12 Februari 2014)

Pada Gambar 1.4 dapat dilihat logo dari restoran cepat saji Dunkin' Donuts. Melihat perkembangan usaha gerai donutnya yang positif, tahun 1950 Rosenberg pun memutuskan mengubah nama Open Kettle menjadi nama lain yang lebih menjual yaitu Dunkin' Donuts. Selaras dengan perubahan nama tersebut, dirintislah sistem waralaba. Dunkin' Donuts membuka gerai pertamanya di Indonesia pada tahun 1985 di Jalan Hayam Wuruk, Jakarta. Hingga kini Dunkin' Donuts Indonesia telah berhasil membuka lebih dari 200 gerai yang terbesar di berbagai kota besar Indonesia. (Sumber: www.dunkindonuts.co.id diakses pada 12 Februari 2014).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Terjadi peningkatan kebutuhan akan sarapan di masyarakat perkotaan, dan mobilitas masyarakat yang tinggi, membuat masyarakat tidak memiliki waktu untuk melakukan sarapan. Restoran cepat saji KFC, McDonald's, Pizza Hut, dan Dunkin' Donuts menghadirkan menu khusus yaitu menu *breakfast* yang dapat menjawab keinginan pelanggan akan kebutuhan atas sarapan. (Ngantung, 2013; Juhadi, 2014)

Dengan menyantap menu-menu sarapan sehat di restoran cepat saji KFC, McDonald's, Pizza Hut, dan Dunkin' Donuts pelanggan mendapatkan produk-produk yang cepat, higienis, bernutrisi, dengan menu yang bervariasi, dan menggugah selera serta nikmat dengan harga terjangkau. Hal tersebut dapat terjadi karena restoran cepat saji sudah memiliki standart operasional perusahaan dan *Quality control* yang menjamin produk-produk yang disajikan higienis, bernutrisi, dengan menu yang bervariasi, menggugah selera serta nikmat, harga terjangkau dan penyajian yang cepat. Hal ini pula menjadi kelebihan dari menyantap menu *breakfast* restoran cepat saji dibandingkan dengan menyantap sarapan di restoran tradisional yang higienitas makanannya belum terjamin, dengan menu yang kurang bervariasi seperti hanya menjajakan bubur saja, serta kecepatan pelayanan yang tidak pasti. (KFCKU, 2014; McDonald's Indonesia, 2014).

Ketersediaan makanan cepat saji semakin dibutuhkan sejalan dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, terutama dikawasan perkotaan yang dinamis. Hal ini terbukti pada hasil penjualan menu *breakfast* pada restoran cepat saji menunjukkan hasil yang sangat positif yaitu adanya peningkatan jumlah penjualan setiap tahun (Ngantung, 2013; Juhadi, 2014; Rizky, 2014).

Berdasarkan hal tersebut maka dipilihlah restoran cepat saji yang menjual menu *breakfast* yaitu restoran cepat saji KFC, McDonald's, Pizza Hut, dan Dunkin' Donuts sebagai object pada penelitian ini.

Tabel 1.1 Proporsi Restoran Cepat Saji yang Menyediakan Menu *Breakfast*

Kota				Total Gerai
	Gerai	Gerai	Gerai	
Jakarta Pusat	5	4	4	13
Surabaya	6	6	5	17
Medan	4	5	9	18
Bandung	6	6	8	20
Makasar	3	3	3	9

Sumber: Diolah dari website resmi restoran cepat saji (diakses 11 Juli 2014)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat proporsi restoran cepat saji yang menyediakan menu *breakfast* di kota-kota besar di Indonesia, terlihat pada Tabel 1.1 jumlah gerai terbanyak ada di Kota Bandung, melampaui kota-kota besar lainnya seperti Jakarta, Surabaya, Medan, dan Makasar (KFC, 2014; McDonald's Indonesia, 2014; Pizza Hut Indonesia, 2014). Atas dasar itu peneliti memilih Kota Bandung sebagai lokasi penelitian.

Adanya berbagai perbedaan variasi menu, harga, lokasi, dan suasana pada restoran-restoran cepat saji yang menyediakan menu *breakfast* membuat konsumen memiliki banyak pilihan, maka aspek preferensi dan profil konsumen merupakan suatu hal yang mendapat perhatian lebih. Dengan mengetahui preferensi konsumen maka dapat diketahui hal apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih restoran cepat saji yang menjual menu *breakfast*, dan dengan mengetahui profil konsumen dapat diketahui karakteristik konsumen. Menurut Kotler & Armstrong (2008:160), Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dipilihlah penelitian dengan judul, “**Analisis Profil Konsumen Menu *Breakfast* Berdasarkan Preferensi Terhadap Restoran Cepat Saji Di Kota Bandung Pada Tahun 2014 (studi pada: PIZZA HUT, MC DONALD’S, KFC, DUNKIN’ DONUTS)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah penelitian ini dirumuskan ke dalam pertanyaan berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen menu *breakfast* restoran cepat saji di Kota Bandung?
2. Bagaimana profil konsumen menu *breakfast* berdasarkan preferensi dalam memilih restoran cepat saji di Kota Bandung?
3. Bagaimana preferensi tiap profil konsumen menu *breakfast* restoran cepat saji di Kota Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui preferensi konsumen menu *breakfast* restoran cepat saji di Kota Bandung
2. Mengetahui profil konsumen menu *breakfast* berdasarkan preferensi dalam memilih restoran cepat saji di Kota Bandung.
3. Mengetahui preferensi tiap profil konsumen menu *breakfast* restoran cepat saji di Kota Bandung

1.5. Kegunaan Penelitian

Hasil yang di peroleh dari penelitian ini dapat berguna dari berbagai segi, seperti dari segi akademis dan praktis:

1. Kegunaan Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan penulis dapat mengaplikasikan wawasan dan pengetahuan penulis dalam keadaan sebenarnya serta penulis dapat melatih diri dalam menganalisis masalah secara sistematis dan konseptual.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan untuk strategi pemasaran restoran, baik restoran yang menyediakan menu *breakfast* ataupun yang tidak menyediakan menu *breakfast*. Dengan melihat segmentasi konsumen menu *breakfast* restoran cepat saji di Kota Bandung ini, strategi pemasaran yang disusun dapat lebih terarah.

1.6 Sistematika Penulisan

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian, adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai obyek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran maupun rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.