

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi yang tidak stabil di Amerika Serikat pada akhir tahun 2008 berdampak pada stabilitas ekonomi dan industri global pada awal tahun 2009. Tingginya nilai tukar Dollar Amerika terhadap mata uang asing berpengaruh besar dalam keberlangsungan berbagai industri dan pertumbuhan ekonomi di beberapa negara di dunia khususnya pada negara berkembang seperti halnya Indonesia. Namun demikian, krisis finansial global tidak terlalu berpengaruh besar pada industri restoran dan *fast food*. Hal ini terlihat dari pertumbuhan industri restoran dan meningkatnya kebutuhan manusia untuk 2008 untuk *market size* industri restoran dan *fast food* diperkirakan akan mengalami peningkatan dari 7,4% menjadi 19,4%, pertumbuhannya cukup signifikan dan hal itu menunjukkan bahwa dalam industri restoran *fast food* memiliki prospek yang cukup bagus untuk kedepannya. Pertumbuhan restoran *fast food* di Indonesia tidak terlepas dari perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia.

Restoran *fast food* merupakan pilihan yang tepat di tengah situasi perekonomian dan perkembangan jumlah penduduk Indonesia. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa restoran *fast food* memiliki potensi untuk terus dikembangkan khususnya di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan masuknya Indonesia ke dalam 10 besar *market global* untuk konsumsi *fast food* dalam satu minggu seperti yang disajikan dalam Tabel 1.1 di halaman berikut.

**Tabel 1.1**  
**Top 10 Market Global Untuk Konsumsi Fast Food**  
**Dalam Satu Minggu**

<b>Persentase Populasi Market yang Makan di Restoran <i>Fast Food</i> Minimal Seminggu Sekali</b>	
Hong Kong	61%
Malaysia	59%
Filipina	54%
Singapura	50%
Thailand	44%
Cina	41%
India	37%
A.S	35%
Australia	30%
<i>Indonesia</i>	28%

Sumber: AC Nielsen online consumer survey, Okt 2007

Menurut hasil riset di atas dapat diketahui bahwa 28% masyarakat Indonesia mengkonsumsi makan *fast food* di restoran minimal satu minggu sekali, 33% diantaranya mengkonsumsi pada saat makan siang, dan akan terus bertambah seiring dengan perkembangan perekonomian di dalam negeri

Peluang dan tantangan bisnis baru dalam berbagai sektor industri di Indonesia yang diperkirakan dapat menjadi peluang bisnis, salah satu industri yang berkembang adalah restoran *fast food* (*franchise*). Berdasarkan data *market size* di beberapa sektor industri di Indonesia (SWA 01/XXIII/ Februari 2008) diketahui bahwa restoran *fast food* mengalami pertumbuhan sebesar 7,4% pada tahun 2007 dan diperkirakan tahun 2008 perkembangan industri ini akan mencapai 19,4 %. Pertumbuhan restoran dan *fast food* ini dapat disebabkan oleh beberapa hal diantaranya *fast food* kini sudah menjadi gaya hidup di berbagai kota besar, eksistensinya meningkat karena berubahnya gaya hidup dengan segala

kemudahan yang ada, restoran dan *fast food* bisa mengisi kehidupan modern. Seperti disajikan dalam Tabel 1.2 berikut ini.

**Tabel 1.2**  
**Market Size Beberapa Sektor Industri**  
**Di Indonesia Tahun 2007-2008**

Sektor	Nominal		Pertumbuhan (%)	
	2007	2008	2007	2008
Penerbangan (Rp Miliar)	13744,8	21838,1	19,4	21,1
Biro Perjalanan (Rp Miliar)	20016,1	21190,2	15,4	16,2
Perhotelan (Rp Miliar)	13621,4	17865,2	7,3	8,3
Restoran & industri <i>Fastfood</i> (Rp Miliar)	44640,1	134444,8	7,4	19,4

Sumber: Danareksa Research Institute-SWA 02/XXIV/24 Januari – 5 Februari 2008

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa sektor restoran dan industri *fast food* di Indonesia dengan nominal pada tahun 2007 dan 2008 adalah 44640,1 dan 134.444,8. Sedangkan dalam pertumbuhan restoran dan industri *fast food* di Indonesia pada tahun 2007 dan 2008 dengan pertumbuhan adalah 7,4% dan 19,4%. Dapat diketahui bahwa sektor restoran dan industri *fast food* di Indonesia meningkat pesat maka persaingan dalam sektor restoran dan industri *fast food* sangat ketat.

Industri restoran *fast food* mempunyai suatu prospek yang cukup bagus maka akan semakin banyak perusahaan-perusahaan baru muncul dan bergerak dalam industri yang sama dikarenakan adanya permintaan pasar yang menjanjikan. Semakin banyak perusahaan muncul pada industri yang sama maka menimbulkan persaingan dalam industri tersebut dikarenakan semakin banyak pula perusahaan yang memperebutkan konsumen pada pasar yang sama.

Tabel 1.3 di bawah ini memperlihatkan bahwa banyak perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam industri *fast food* yang ada di Indonesia didirikan dengan sistem *franchise* yang berasal dari luar negeri dengan investasi yang tidak sedikit. Seiring perkembangan industri *fast food* maka terdapat beberapa perusahaan *fast food* di Indonesia, diantaranya sebagai berikut.

**Tabel 1.3**  
**Daftar Perusahaan Restoran *Fast Food***  
**Di Indonesia Tahun 2008**

No	Nama Restoran	Nama Perusahaan
1	California fried chicken	PT Pioneerindo Gourment Sejati
2	A&W	PT Biru <i>Fast food</i> Nusantara
3	Kentucky Fried Chicken	PT <i>Fast food</i> Indonesia
4	Mc. Donald's	PT Ramaka Gerbang Mas
5	Wendy's	PT Wendy Cita Rasa

Sumber: Majalah *Appetite Journey*, 1/V/Okt 2008:22, [www.afi.co.id](http://www.afi.co.id)

Perkembangan zaman yang semakin modern, muncul banyak restoran *fast food franchise*. Dengan ini maka terjadi persaingan yang tinggi dalam industri waralaba makanan siap saji *fast food*. Pola konsumsi masyarakat yang berubah serta prospek industri restoran *fast food* yang bagus membuat banyak perusahaan-perusahaan yang muncul dalam industri *fast food* yang ada di Indonesia.

Perkembangan perusahaan yang bermain dalam industri restoran *fast food* menunjukkan bahwa dalam industri tersebut mempunyai tingkat persaingan yang sangat ketat. Mengingat tingginya persaingan mendorong perusahaan-perusahaan tersebut untuk melakukan berbagai strategi untuk memenangkan persaingan. Strategi pemasaran yang jitu dan tepat sasaran dapat membuat suatu restoran tetap menjadi pilihan konsumennya. Berikut merupakan data yang menunjukkan

intensitas kunjungan konsumen ke Mc. Donald's dibandingkan dengan pesaingnya.

**Tabel 1.4**  
**Intensitas Kunjungan Konsumen Beberapa Restoran *Fast food* Daerah Operasional Bandung**

<i>Intention</i>	KFC		Mc. Donald's		Diff. To Mc. Donald's
	Sep '07	May '08	Sep '07	May '08	May '08
	%	%	%	%	%
Top Box ( <i>Definitely Will</i> )	22	21	12	13	8
Top 2 Box ( <i>Definitely Probably will</i> )	87	88	79	78	10
Bottom 3 Box	13	12	21	22	-10
Bottom 2 Box ( <i>Definitely Probably will</i> )	1	1	1	1	0
Bottom Box ( <i>Definitely not</i> )	-	-	-	-	-

Sumber: TNS *Research* Indonesia (Agustus 2008)

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas dapat kita lihat dari riset yang dilakukan oleh TNS *Research* dapat dilihat bahwa 21% masyarakat Indonesia pada tahun 2008 lebih memilih KFC sebagai restoran *fast food* yang sering mereka kunjungi. Salah satunya disebabkan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) merupakan restoran *fast food* yang sudah cukup lama berdiri di Indonesia yaitu sejak tahun 1979, di mana pada saat ini KFC merupakan *marketleader* dalam industri *fast food* di Indonesia. Sedangkan *Mc. Donald's* berada satu posisi di bawah KFC dengan 13,0% masyarakat Indonesia memilih untuk mengunjungi *Mc. Donald's* sebagai salah satu restoran favorit mereka. *Mc. Donald's* merupakan restoran yang belum lama masuk ke Indonesia yaitu pada tahun 1990, namun *Mc. Donald's* sudah mampu bersaing dengan restoran *fast food* lain yang sudah cukup lama berdiri di

Indonesia. Kemudian 8% masyarakat Indonesia lebih memilih restoran *fast food* lainnya diantaranya Wendy's dan A&W.

Mc. Donald's secara umum mengalami kenaikan dalam hal intensitas kunjungan konsumen ke restoran, terlihat pada tahun 2007 sebesar 12% menjadi 13% pada tahun 2008. Namun demikian, jika kita bandingkan dengan KFC sebagai pesaing utamanya, Mc. Donald's mengalami kemunduran dan penurunan intensitas kunjungan konsumen. KFC lebih unggul 8% pada tahun 2008 dibandingkan dengan Mc. Donald's, hal ini menunjukkan adanya penurunan minat konsumen untuk mengunjungi restoran Mc. Donald's dan melakukan pembelian. Melihat situasi ini, terdapat keengganan konsumen untuk melakukan pembelian langsung di *store* Mc. Donald's Bandung.

Menghadapi kemungkinan kemunduran yang terjadi, Mc. Donald's memiliki fasilitas yang bisa memungkinkan masyarakat Indonesia bisa menikmati *menu* yang Mc. Donald's miliki, karena Mc. Donald's telah mensurvei kondisi lalu lintas di kota-kota besar yang seringkali terjadi kemacetan, dan kesibukan manusia yang semakin padat, membuat kebutuhan akan *Delivery Service* semakin meningkat begitupula untuk *Food Delivery Service* di *Mc. Donald's*. Sehingga konsumen membutuhkan kepraktisan untuk memilih tempat makan tidak perlu antri, menghindari macet, karena konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda. *Store* Mc. Donald's tersebar di beberapa pusat keramaian Kota Bandung dengan pertumbuhan *market share* yang berbeda-beda, seperti terlihat pada Tabel 1.5 berikut ini.

**Tabel 1.5**  
**Daftar Store Dan Market Share**  
**Mc. Donald's Delivery Service bandung**

<b>STORE</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
<b>Gatot Subroto</b>	550,325,600	998,218,100	963,248,000
<b>Dago</b>	2,439,822,000	2,596,106,900	2,285,619,000
<b>Kings</b>	852,000,000	975,500,600	947,852,000
<b>Cihampelas</b>	687,500,100	876,850,200	810,000,500
<b>Buah Batu</b>	1,760,300,900	1,600,782,300	1,900,230,600
<b>Pasir Kaliki</b>	932,562,300	1,345,689,000	1,256,321,000
<b>Kopo</b>	880,013,900	960,752,000	912,875,000

Sumber: Manajemen Mc. Donald's Bandung, Maret 2009

Mc. Donald's *Delivery Service*, yaitu pemesanan melalui telepon Mc. Donald's *delivery 14045* dengan jam operasional selama 24 jam dapat digunakan untuk berbagai situasi dan kondisi, mengantarkan kemanapun selama ada Mc. Donald's di kota yang dituju, tidak ada minimum *order*, kecepatan waktu pelaksanaan antaranya maksimal 20 menit. *Mc. Delivery Service* (MDS) yang memiliki profit paling tinggi adalah di Simpang Dago dibanding dengan MDS yang lain sepanjang 2006 sampai 2007 sebesar 2,439,822,000, 2,596,106,900 dan 2,285,619,000. Dikarenakan berada di tempat yang strategis dekat dengan perumahan elite yang penghuninya jarang mempersiapkan makanan berat atau ringan dan juga rumah kontrakan serta kost-kostan, dimana banyak para pengusaha bekerja dan banyak mahasiswa yang sibuk. Dengan adanya *Mc. Delivery Service* (MDS) ketika tempat bukan menjadi masalah lagi, konsumen yang memiliki kebiasaan makan di rumah dan malas untuk pergi keluar mencari makan akan tetap mendapatkan pelaksanaan yang baik dan kepuasan kebutuhannya akan makanan dan minuman yang tersedia di restoran Mc. Donald's. Diduga penurunan jumlah konsumen Mc. Donald's *Delivery Service* (MDS) pada periode 2006-2008, disebabkan oleh pelaksanaan yang diberikan

oleh Mc. Donald's *Delivery Service* (MDS) kurang memuaskan konsumen dengan memilih restoran berdasarkan kebutuhan pribadi dan pengalaman masa lalu setelah menerima jasa, lalu membandingkan harapan akan jasa tersebut dengan jasa yang dirasakan sehingga apa yang diharapkan dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Berikut rincian data volume penjualan *Mc. Delivery Service* Mc. Donald's Dago Square tahun 2006-2008.

**Tabel 1.6**  
**Volume Penjualan *Mc. Delivery Service***  
**Periode Tahun 2006-2008 Mc. Donald's Dago Square**

Bulan	Tahun	Volume Penjualan		
		2006	2007	2008
Januari		110,954,400	158,201,315	171,012,300
Februari		132,118,600	136,611,850	134,027,000
Maret		164,451,900	143,481,500	172,681,600
April		115,909,700	158,907,975	176,006,900
Mei		104,385,400	149,498,200	179,548,800
Juni		209,916,200	160,293,850	198,489,400
Juli		279,350,600	100,954,000	165,975,500
Agustus		260,261,800	137,836,725	180,176,500
September		260,350,000	215,308,875	181,580,900
Oktober		291,525,600	217,766,575	245,762,800
November		259,814,000	230,084,900	229,907,000
Desember		250,900,000	238,288,200	250,450,400
<b>Jumlah</b>		<b>2,439,822,000</b>	<b>2,596,106,900</b>	<b>2,285,619,000</b>

Sumber: Mc. Donald's Dago Square Bandung, Maret 2009

Data volume penjualan *Mc. Donald's Delivery Service* (MDS) pada periode 2006-2008 terus mengalami penurunan. Dapat kita lihat bahwa pada tahun 2006 volume penjualannya mencapai Rp. 2,439,822,000 pada tahun 2007 mengalami kenaikan menjadi Rp. 2,596,106,900 dan pada tahun 2008 mengalami penurunan menjadi Rp. 2,285,619,000.

Dilihat dari data di atas dalam keputusan pemesanan menggunakan jasa *Mc. Donald's Delivery Service* (MDS) Dago Square Bandung mengalami penurunan. *Mc. Donald's Delivery Service* (MDS) merupakan pelaksanaan



antar yang disediakan oleh restoran Mc. Donald's. Tujuannya untuk memberikan pelaksanaan kepada konsumen jasa pelaksanaan antar dengan cepat, ramah dan sopan dengan standar mutu Mc. Donald's. Dengan pepelaksanaan seperti ini konsumen bisa membeli makanan tanpa harus datang ke *store* restoran *fast food*. Konsumen cukup menelpon *store* kemudian makanan yang dipesan akan diantar ke tempat konsumen menunggu. Jumlah pesanan dan lokasi tertentu biasanya menjadi persyaratan untuk memperoleh pepelaksanaan seperti ini.

Mengingat suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh restoran *fast food* merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh dalam pertimbangan pembelian suatu produk. Selain lokasi yang strategis, daya tarik lainnya dari restoran *fast food* adalah fasilitas yang menarik sehingga memberikan pilihan bagi konsumen.

Fandy Tjiptono (2006:133) mengemukakan bahwa "Pelanggan jasa lebih menyukai dan mempertahankan proses penyampaian jasa yang sederhana sehingga mereka bisa menerima pelaksanaan atau jasa tanpa kesulitan. Karakteristik intangibilitas jasa berimplikasi pada sulitnya pelanggan potensial mengevaluasi sebuah jasa sebelum jasa tersebut dikonsumsi dan pada gilirannya akan menyebabkan persepsi terhadap resiko pembelian meningkat secara signifikan".

Mc. Donald's *Delivery Service* (MDS) yang dilakukan oleh Mc. Donald's bertujuan untuk memberikan alternatif pada konsumen dalam hal kemudahan pepelaksanaan pembelian-produk Mc. Donald's sehingga menjadi semacam impuls/rangsangan bagi konsumen guna meningkatkan minat dan frekuensi

pembelian produk restoran Mc. Donald's sehingga menimbulkan keputusan akhir untuk melakukan pembelian produk restoran Mc. Donald's pada akhirnya.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka penulis menganggap perlu untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH PELAKSANAAN MC. DONALD'S DELIVERY SERVICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada konsumen Mc. Donald's Delivery Service (MDS) Dago Square Bandung)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Industri restoran *fast food* terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap makanan. Salah satu jenis restoran *fast food* yang berkembang saat ini adalah restoran *fast food* Mc. Donald's. Munculnya berbagai macam restoran *fast food* membuat persaingan semakin berat. Mc. Donald's sebagai salah satu restoran *fast food* dituntut untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen agar mampu bersaing.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka yang menjadi tema sentral masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Mc. Donald's Dago Square Bandung ingin meningkatkan kembali pelaksanaan dalam mendorong konsumen agar mau memesan produknya, hal tersebut dapat dilihat dari menurunnya volume penjualan *Mc. Delivery Service* (MDS) Dago Square Bandung. Pada tahun 2006 volume penjualannya mencapai

Rp. 2,439,822,000 pada tahun 2007 mengalami kenaikan menjadi Rp. 2,596,106,900 dan pada tahun 2008 mengalami penurunan menjadi Rp. 2,285,619,000.

Terdapatnya ketidakstabilan Keputusan pembelian yang menggambarkan ketidakstabilan penjualan *Mc. Delivery Service* (MDS) Dago Square Bandung, sehingga perlu mengamati perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pemesanan pada restoran Mc. Donald's cabang Dago Square Bandung melalui pelaksanaan *Delivery Service*.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pelaksanaan *Delivery Service* pada Mc. Donald's Dago Square Bandung.
2. Bagaimana pelaksanaan keputusan pembelian pada konsumen Mc. Donald's *Delivery Service* (MDS) Dago Square Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh pelaksanaan *Delivery Service* terhadap keputusan pembelian pada Mc. Donald's Dago Square Bandung.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran hasil penelitian, mengenai :

1. Pelaksanaan *Delivery Service* pada restoran Mc. Donald's Dago Square Bandung.

2. Keputusan pembelian pada konsumen restoran Mc. Donald's Dago Square Bandung.
3. Pengaruh Pelaksanaan *Delivery Service* terhadap Keputusan pembelian pada Mc. Donald's Dago Square Bandung.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dan masukan pada pengembangan ilmu Manajemen khususnya pemasaran manajemen pemasaran mengenai pengaruh Pelaksanaan *Delivery Service* dalam upaya meningkatkan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Secara Praktis

Sebagai salah satu acuan dalam meningkatkan volume penjualan yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen pada Mc. Donald's *Delivery Service* (MDS) Mc. Donald's Dago Square Bandung.