

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang sedang berlangsung saat ini, telah terjadi banyak perubahan terutama dalam kehidupan sosial, budaya dan terlebih ekonomi di dalam tatanan masyarakat. Kondisi ini diperlihatkan melalui suatu pola kehidupan masyarakat yang lebih dinamis dan kompetitif.

Dalam menghadapi era globalisasi tersebut diperlukan sumber daya manusia yang tangguh untuk memperbaiki keadaan ekonomi Indonesia yang akhir-akhir ini hamper jatuh dan sampai saat ini belum dapat berdiri dengan sempurna. Kondisi tersebut terjadi terutama terjadi pada pengusaha-pengusaha besar yang berada pada sektor perekonomian formal yang dahulu dibanggakan sebagai lokomotif pembangunan dan sumber utama perekonomian Indonesia. Oleh karena itulah Indonesia sekarang ini harus banyak membutuhkan wirausaha yang mampu berdiri dengan tangguh.

Untuk mendirikan dan mengembangkan sebuah usaha, seorang wirausaha harus mengetahui dan mengerti bidang usaha apa yang akan digeluti, hal ini guna menghindari singkatnya waktu berdirinya usaha agar tidak mengalami kegagalan dalam berusaha melainkan dapat mempertahankan usaha tersebut hingga jangka waktu yang panjang serta memberikan pendapatan yang tinggi sehingga nantinya memperoleh keuntungan yang besar.

Industri makanan merupakan dunia usaha yang sangat menjajikan bagi para pelaku bisnis, karena usaha makanan tidak akan pernah ada habisnya, selama manusia masih bernafas industri makanan akan selalu ada dan berkembang. Oleh karena hal itulah banyak para pelaku bisnis yang menggeluti dunia usaha makanan, akan tetapi tidak semua para pengusaha berhasil dalam industri makanan, hal ini dikarenakan para pengusaha kurang memperhatikan hal-hal yang terkait guna menjaga keberlangsungan usahanya. Seiring perkembangan zaman, para pengusaha dituntut agar selalu memberikan yang terbaik bagi para konsumen, baik itu dari produk yang dihasilkan maupun dari system managerial. Dewasa ini para pengusaha sudah mulai mengembangkan industrinya dengan membuat system manajemen baru yang memiliki system yang lebih baik, hal ini guna meningkatkan pendapatan perusahaan. Sistem manajemen ini dikenal dengan nama sistem manajemen franchise.

Franchising (pewaralabaan) pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Dengan demikian, franchising bukanlah sebuah alternative melainkan salah satu cara yang sama kuatnya, sama strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahknan system franchise dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, SDM dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan pihak lain.

Franchising juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan franchise. Dalam proses kerjanya, bisnis franchise dibedakan atas dua fungsionaris. Hal ini guna lebih memudahkan untuk membedakan bagian distribusi dan bagian pengguna. Franchisor atau pemberi waralaba, adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya.

Franchisee atau penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Majunya usaha franchise saat ini berarti semakin banyaknya pesaing. Hal ini membuat pengusaha harus lebih berhati-hati dalam menjaga keberlangsungan usahanya, Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan, memperluas jaringan industri, mengadakan beberapa inovasi produk, menentukan harga jual yang tepat, hingga menentukan lokasi yang strategis guna mendapatkan perhatian dari konsumen.

Dari sekian banyaknya perusahaan franchise di kota Bandung, perusahaan Cooca Artha Boga merupakan salah satu perusahaan franchise yang bergerak dalam bidang makanan. Perusahaan ini masih terbilang baru, akan tetapi cooca artha boga sudah berhasil menarik perhatian konsumen dengan produk yang dihasilkan. Perusahaan ini telah memiliki beberapa outlet franchisee.

Di bawah ini data mengenai pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga:

Tabel 1.1
Pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga. CV
Per bulan tahun 2008

No.	Pendapatan	Jumlah Outlet	Presentase (%)
1	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	6	33
2	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	4	22
3	Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000	3	17
4	Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000	2	11
5	Rp 7.000.000 – Rp 8.000.000	2	11
6	> Rp 8.000.000	1	6
	Jumlah	18	100

Dari table 1.1 diatas maka dapat ditunjukkan bahwa pendapatan rata-rata tiap bulan beberapa outlet selama tahun 2008 dapat dilihat pendapatan franchisee paling rendah berkisar antara Rp 3.000.000- Rp 4.000.000 sampai dengan yang paling tinggi mencapai lebih dari Rp 8.000.000. untuk pendapatan antara Rp 3.000.000-Rp 4.000.000 data menunjukkan ada sekitar 33% dari seluruh cabang yang diteliti, sedangkan pendapatan di atas Rp. 8.000.000 data menunjukkan hanya ada 6%. hal ini menunjukkan pada Franchisee Cooca Artha Boga memiliki pendapatan yang berbeda-beda pada setiap outletnya.

Tabel 1.2
Pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga. CV
Per bulan tahun 2009

No.	Pendapatan	Jumlah cabang	Presentase (%)
1	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	5	27
2	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	3	17
3	Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000	4	22
4	Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000	2	11
5	Rp 7.000.000 – Rp 8.000.000	3	17
6	> Rp 8.000.000	1	6
	Jumlah	18	100

Dari table 1.2 diatas maka dapat ditunjukkan bahwa pendapatan tiap bulan beberapa outlet selama tahun 2008 dapat dilihat pendapatan franchisee paling rendah berkisar antara Rp 3.000.000- Rp 4.000.000 sampai dengan yang paling tinggi mencapai lebih dari Rp 8.000.000. untuk pendapatan antara Rp 3.000.000-Rp 4.000.000 data menunjukkan ada sekitar 27% dari seluruh cabang yang diteliti, sedangkan pendapatan di atas Rp.8.000.000 data menunjukkan hanya ada 6%. hal ini menunjukkan pada Franchisee Cooca Artha Boga memiliki pendapatan yang berbeda-beda pada setiap outletnya.

Tabel 1.3
Pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga. CV
Per bulan tahun 2010

No.	Pendapatan	Jumlah cabang	Presentase (%)
1	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	4	22
2	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	2	11
3	Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000	4	22
4	Rp 6.000.000 – Rp 7.000.000	3	17
5	Rp 7.000.000 – Rp 8.000.000	3	17
6	> Rp 8.000.000	2	11
	Jumlah	18	100

Dari table 1.3 diatas maka dapat ditunjukkan bahwa pendapatan tiap bulan beberapa outlet selama tahun 2008 dapat dilihat pendapatan franchisee paling rendah berkisar antara Rp 3.000.000- Rp 4.000.000 sampai dengan yang paling tinggi mencapai lebih dari Rp 8.000.000. untuk pendapatan antara Rp 3.000.000-Rp 4.000.000 data menunjukkan ada sekitar 22% dari seluruh cabang yang diteliti, sedangkan pendapatan di atas Rp.8.000.000 data menunjukkan hanya ada 11%. hal ini menunjukkan pada Franchisee Cooca Artha Boga memiliki pendapatan yang berbeda-beda pada setiap outletnya.

Dilihat dari data table pendapatan 1.1, 1.2 dan 1.3 dapat dilihat bahwa setiap franchisee memiliki pendapatan yang berbeda-beda. Penyebab terjadinya pendapatan ini diduga karena perbedaan harga jual pada setiap outlet franchisee serta penempatan lokasi setiap outlet yang berbeda-beda. Oleh karena itu peneliti akan mengambil judul **“Pengaruh Harga Jual dan Lokasi Terhadap Pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga.”**

1.2 Perumusan Masalah

Seperti yang telah di jelaskan di latar belakang diatas yang mempengaruhi pendapatan terhadap Franchisee Cooca Artha Boga maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Pendapatan Franchisee?
2. Bagaimana pengaruh Harga Jual terhadap Pendapatan Franchisee?
3. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Pendapatan Franchisee?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan di lakukan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga jual dan lokasi terhadap pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga jual terhadap pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi terhadap pendapatan Franchisee Cooca Artha Boga.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian di bidang ilmu Manajemen kepariwisataan yang menghubungkan harga jual dan lokasi terhadap pendapatan franchisee.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Bagi pihak yang terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk bahan informasi sebagai berikut :

- a. Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai masalah pengaruh harga jual dan Lokasi terhadap pendapatan.
- b. Sebagai bahan masukan bagi para franchisee dalam meningkatkan pendapatannya secara praktis dimasa yang akan datang.
- c. Sebagai kajian lebih lanjut bagi siapa saja yang berminat terhadap masalah ini terutama hal-hal lainnya yang belum di ungkapkan dalam penelitian ini.