

BAB I

PENDAHULUAN



Hak cipta dimiliki IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada saat ini kebutuhan manusia tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan akan barang saja, tetapi kebutuhan akan jasa. Sebab itu telah banyak perusahaan yang berkembang dalam bidang jasa. Salah satu perusahaan jasa yang berkembang pesat adalah perusahaan jasa yang menyediakan restoran cepat saji di Indonesia, khususnya Jakarta, industri rumah makan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan yang sangat maju tersebut didukung dengan adanya berbagai fenomena yang terjadi. Salah satu faktor utama yaitu terjadinya pergeseran budaya makan masyarakat Indonesia, terlebih di kota besar seperti Jakarta. Meningkatnya kesibukan dan aktivitas masyarakat mengakibatkan meningkatnya frekuensi makan di luar rumah. Selain itu di zaman sekarang ini, waktu merupakan hal yang sangat berharga sekali, kegiatan apapun harus dilakukan seefektif mungkin dan seefisien mungkin. Hal ini termasuk juga dalam kegiatan mengkonsumsi makanan dan minuman. Hal ini yang mendorong masyarakat untuk makan di restoran cepat saji. Kebutuhan masyarakat akan makanan tersebut ditangkap oleh perusahaan jasa restoran untuk mengembangkan kinerja bisnisnya dengan melakukan pengamatan pada perilaku konsumen, yang pada dasarnya pengusaha mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan.



Gambar 1.1 mendeskripsikan data Perkembangan Usaha Restoran / Rumah

Makan Berskala Menengah dan Besar di Jakarta dari tahun 2007-2011. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah restoran di Jakarta dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan yang menyebabkan tingkat persaingan semakin kompetitif.

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar, 2007-2011

Tahun	Usaha / Perusahaan		Rata-Rata Tenaga Kerja / Perusahaan
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	
2007	1615	-	27
2008	2235	38.39	27
2009	2704	20.98	27
2010	2916	7.84	27
2011	2977	2.09	28

Sumber : Statistik Restoran / Rumah Makan (BPS)

<http://www.budpar.go.id/>

Salah satu makanan cepat saji yang digemari masyarakat Indonesia, khususnya di kota besar, seperti di Jakarta adalah Pizza. Restoran Pizza di Jakarta sendiri banyak macamnya. Hal ini terlihat dari banyaknya restoran-restoran yang menyediakan pizza saat ini. Sebagai contoh : Pizza Hut, Izzi Pizza, Pizza Marzano, Paparons Pizza, Domino's Pizza dan lain sebagainya. Dengan semakin banyaknya restoran yang menyediakan pizza membuat persaingan diantara usaha restoran pizza lainnya. Dengan semakin banyaknya restoran yang menyediakan pizza, membuat persaingan diantara usaha restoran pizza lainnya meningkat. Mereka saling bersaing untuk mendapatkan



pelanggan sebanyak mungkin, oleh karena itu perusahaan restoran pizza melakukan segala cara agar para pelanggan mempunyai minat untuk membeli di restoran pizza.

Pizza Hut merupakan salah satu restoran cepat saji yang menyediakan pizza sebagai hidangan utamanya dan sebagai restoran cepat saji yang menjadi pilihan konsumen. Pada Tabel 1.2 terlihat bahwa dari tahun 2011 hingga 2013 Pizza Hut selalu menduduki peringkat teratas dalam kategori Restoran Pizza.

Tabel 1.2
Top Brand Index Restoran Pizza 2011-2013

Merek	TBI		
	2011	2012	2013
Pizza Hut	91,6%	90,3%	89,2%
Papa Ron's	3,8%	2,9%	3,8%
Izzi Pizza	1,3%	2,1%	1,4%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Dalam mencapai tujuan pemasaran, para pebisnis dituntut untuk mengembangkan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dengan adanya persaingan ketat di antara pesaing, perusahaan dituntut untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan menerapkan bauran promosi. Bauran promosi yang sering digunakan yaitu beriklan di media televisi dan melakukan promosi penjualan.

Periklanan di media televisi memiliki peran penting sebagai salah satu unsur persuasi untuk menstimulasi minat beli konsumen dan menjaga keunggulan produk perusahaan. Di lain sisi, menurut Kotler & Armstrong (2012 : 408) promosi penjualan dirancang untuk mendorong pembelian insentif jangka pendek dari suatu produk / jasa tertentu secara lebih cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.



Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai

pengaruh iklan melalui media televisi dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen khususnya di Jakarta sebagai objek penelitian dan karyawan sebagai subjek penelitian.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap iklan Pizza Hut di media televisi?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap program *sales promotion* restoran Pizza Hut?
3. Bagaimana minat beli konsumen terhadap produk di restoran Pizza Hut?
4. Apakah iklan di media televisi mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut?
5. Apakah *sales promotion* mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut?
6. Apakah ada pengaruh iklan di media televisi dan *sales promotion* terhadap minat beli konsumen pada produk di Pizza Hut?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah dapat dibatasi sebagai berikut :

1. Apakah iklan di media televisi mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut?
2. Apakah *sales promotion* mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut?
3. Bagaimana minat beli konsumen terhadap produk di restoran Pizza Hut?



D. Batasan Penelitian

Agar penelitian lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. *Advertising*, yaitu iklan Pizza Hut di media televisi yaitu iklan Sarapan Pagi.
2. Promosi penjualan yang dipilih yaitu promo gratis/diskon untuk Sarapan Pagi.
3. Subjek penelitian (responden) adalah karyawan yang pernah melihat iklan dan mengetahui promosi penjualan Pizza Hut (terkait Sarapan Pagi) yang berada di Jakarta.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah analisis pengaruh iklan melalui media televisi dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh iklan melalui media televisi terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut.
2. Untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* terhadap minat beli konsumen pada produk di restoran Pizza Hut.
3. Untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap produk di restoran Pizza Hut.



G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi PT Sarimelati Kencana sebagai pemegang hak waralaba tunggal Pizza Hut di Indonesia, dapat digunakan sebagai masukan atas apa yang ditemukan dari hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan untuk melakukan strategi perusahaan selanjutnya.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis akan teori-teori manajemen pemasaran dan bagaimana penerapannya dalam perusahaan-perusahaan tersebut.
3. Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan secara umum, dan sebagai bahan rujukkan untuk penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.