

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan keadaan ekonomi yang semakin membaik dapat menyebabkan perubahan pada pola konsumsi (jumlah pengeluaran yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup). Menurut John Maynard Keynes peningkatan pada penghasilan/pendapatan menyebabkan perubahan pola konsumsi seseorang. Selain itu, perubahan gaya hidup, kesibukan masyarakat di kota besar dengan pekerjaan sehari-hari yang banyak menyita waktu dan jam kantor yang semakin meningkat berimbas terhadap tidak mempunyai waktu cukup untuk menyiapkan makanan. Hal tersebut menyebabkan seseorang makan di rumah makan atau di luar rumah.

Perubahan pola konsumsi dari sebagian masyarakat dapat mempengaruhi timbulnya tuntutan akan pemenuhan kebutuhan makan yang berkualitas, harga terjangkau dan penyajian yang cepat. Hal tersebut akan menjadi daya tarik bagi pemilik modal untuk membuka usaha pelayanan makanan, yaitu restoran/kafe. Keadaan yang demikian juga terjadi pada masyarakat di Daerah Bogor, sehingga menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap usaha yang menyediakan makanan siap saji, terutama untuk restoran *steak*.

Waroeng *Steak and Shake* merupakan sebuah rumah makan dengan hidangan utama daging yang bertujuan untuk memberikan kepuasan tersendiri bagi masyarakat dalam hal makanan khas Eropa. Di Indonesia rumah makan ini memiliki 60 outlet yang tersebar diberbagai kota, salah satunya Waroeng *Steak and Shake* cabang Bogor yang akan diteliti ini berdiri sejak 25 Mei 2007 beralamat di Jl. Ahmad Yani No. 112, Bogor.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan di perusahaan tersebut, terdapat masalah penjualan yang dihadapi oleh Waroeng *Steak and Shake* Bogor. Dari tahun ke tahun penjualan perusahaan tersebut cenderung tidak terjadi perubahan peningkatan penjualan secara signifikan,

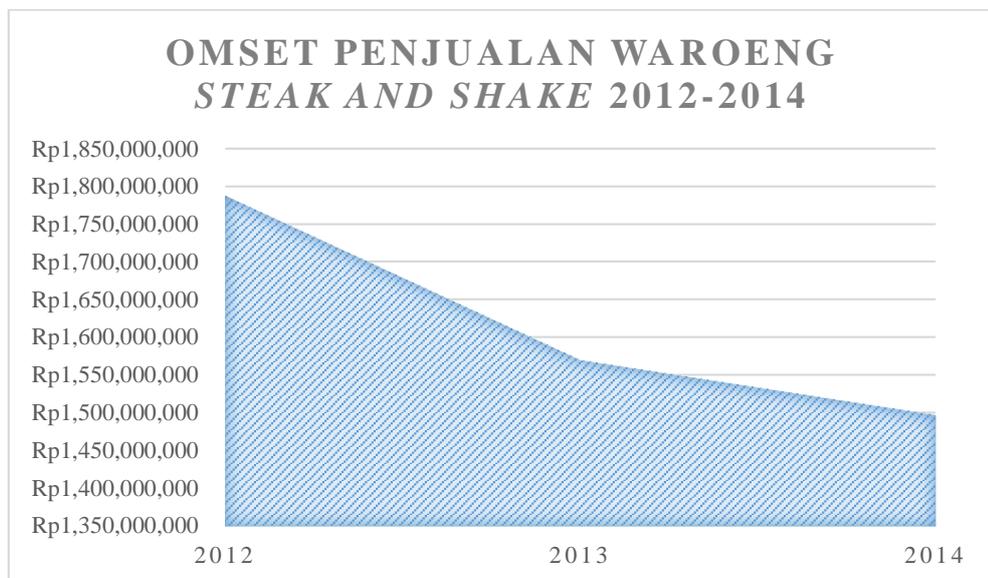
melainkan dalam 2 tahun terakhir ini terjadi penurunan penjualan makanan Waroeng *Steak and Shake* Bogor. Menurut hasil wawancara dengan pihak manajemen salah satu faktor yang mengakibatkan hal tersebut karena ketidakpuasan konsumen, walaupun harga yang ditawarkan Waroeng *Steak and Shake* bisa terhitung lebih murah dibandingkan pesaing yang ada disekitar. Berikut adalah data yang menunjukkan penurunan penjualan makanan Waroeng *Steak and Shake* pada tahun 2012 sampai tahun 2014:

Tabel 1.1
Omset Penjualan Waroeng *Steak and Shake*

No.	Tahun	Omset Penjualan Per Tahun	Total Penurunan Penjualan 2012 s/d 2014
1	2012	Rp 1,788,112,800	16.30%
2	2013	Rp 1,569,612,600	
3	2014	Rp 1,496,641,200	

Contoh perhitungan untuk persentase total penurunan penjualan dari tahun 2012 sampai tahun 2014:

$$\Rightarrow \frac{(Rp\ 1.788.112.800 - Rp\ 1.496.641.200)}{Rp\ 1.788.112.800} \times 100\% = 16,30\%$$



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Waroeng *Steak and Shake*

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa faktor kemungkinan yang menjadi penyebab masalah penurunan penjualan yang terjadi pada Waroeng *Steak and Shake*:

1. Pihak manajemen Waroeng *Steak and Shake* belum tepat dalam menentukan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang ada.
2. Ketidakmampuan bersaing dengan rumah makan/kafe sejenis lainnya yang berdiri disekitar perusahaan tersebut.
3. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk maupun jasa dari Waroeng *Steak and Shake*.
4. *Brand Equity* yang belum baik dan belum mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan *Brand Equity* pada Waroeng *Steak and Shake*.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari proses penelitian yang dilakukan, atas keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar peneliti dapat lebih terarah sesuai dengan tujuan penelitian, maka dari itu peneliti membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan hanya di Waroeng *Steak and Shake* cabang Bogor saja.
2. Penelitian ini tidak membahas mengenai persaingan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Waroeng *Steak and Shake*?
2. Bagaimana *Brand Equity* Waroeng *Steak and Shake* sekarang?
3. Bagaimana cara meningkatkan komponen-komponen *Brand Equity* yang ada?

1.5 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Waroeng *Steak and Shake*.
2. Untuk mengetahui *Brand Equity* Waroeng *Steak and Shake* sekarang ini.
3. Untuk mengetahui cara meningkatkan komponen-komponen *Brand Equity* yang ada

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 STUDI PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar penelitian, agar dapat menjawab permasalahan yang akan dibahas.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai *Flowchart* (proses penelitian dan penulisan tugas akhir dari awal sampai akhir) dimulai dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan keterangan dari *Flowchart*.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Dalam bab ini berisi tentang data umum perusahaan berupa sejarah perusahaan, profil perusahaan, dan struktur organisasi serta pengumpulan data hasil kuesioner pendahuluan dan penelitian yang telah disebarkan.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Dalam bab ini berisi mengenai pengolahan data dan analisis, mulai dari melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data yang ingin diolah, kemudian diolah berdasarkan teori *Brand Equity* dengan menggunakan statistika deskriptif, uji *Cochran Q Test, Important Performance Analysis*, dan uji hipotesis. Kemudian diperoleh penyelesaian terhadap masalah yang sedang

dihadapi serta memberikan usulan guna memberikan strategi yang tepat untuk meningkatkan *Brand Equity* dan membantu mencapai target penjualan yang diharapkan pada Waroeng *Steak and Shake*.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran yang berguna untuk memenangkan persaingan.