

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Tinjauan Terhadap Objek Studi

Pengambilan objek studi pada penelitian ini adalah restoran siap saji yang menjual menu *breakfast* seperti: Kentucky Fried Chicken (KFC), McDonald's (McD), Pizza Hut dan Dunkin'Donuts. Ada beberapa faktor yang membuat sebagian masyarakat di Bandung lebih memilih menyantap menu *breakfast* pada restoran siap saji dikarenakan produk yang ditawarkan higienis, menggugah selera, bernutrisi, memiliki banyak varian, penyajian yang cepat dan praktis.

#### 1.2 Profil Perusahaan

##### 1.2.1 KFC (Kentucky Fried Chicken)

KFC dikenal dengan nama Kentucky Fried Chicken adalah suatu merek dagang waralaba dari Yum! Brands, Inc., yang bermarkas di Louisville, Kentucky, Amerika Serikat. Didirikan oleh kolonel Harland Sanders, KFC dikenal terutama karena ayam gorengnya, yang biasa disajikan dalam *bucket*. Di Indonesia, pemegang hak waralaba tunggal KFC adalah PT. Fastfood Indonesia, Tbk yang didirikan oleh kelompok usaha Gelael pada tahun 1978, dan terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1994. Restoran KFC pertama di Indonesia dibuka pada bulan Oktober 1979 di Jalan Melawai, Jakarta. Waralaba restoran cepat saji asal Amerika Serikat ini lebih menjamur di Indonesia. Hingga kuartal ketiga tahun lalu, KFC berhasil membukukan laba Rp. 139 miliar dengan total penjualan Rp. 2,6 triliun. Hingga saat ini, KFC mempunyai 426 gerai di seluruh Indonesia. (*sumber: [www.kfc.com](http://www.kfc.com), 2014*)



**Gambar 1.1 Logo KFC**

*Sumber: [www.kfc.com](http://www.kfc.com) (diakses 20 januari 2014)*

Pada awal November 2011 KFC meluncurkan menu sarapan dengan nama KFC a.m *Star Up Your Day!* Hal ini dilakukan KFC untuk menambah variasi pilihan produk sarapan pagi yang higienis, nikmat dan terjangkau. Rasakan semua manfaat sarapan sehat untuk menunjang kelancaran aktifitasmu selama seharian penuh. Menu sarapan pagi KFC a.m mulai pukul 05:00 pagi hingga pukul 10:00 pagi. Varian menu yang ditawarkan KFC a.m diantaranya: *original porridge, pom-pom, scrambled egg, pancake, riser, chicken porridge, waffle, striker, riser combo, riser combo, pancake combo, waffle combo, super breakfast, porridge combo, ultra milk, Tropicana twister, hazelnut coffe, hot tea, hot coffee.*

### 1.2.2 McDonald's

Restoran McDonald's pertama kali di Indonesia pada 23 Februari 1991 di Sarinah, Jakarta. McDonald's Corporation di Indonesia terkenal dengan sebutan McD, dibaca *Mek-di* merupakan rumah makan siap saji terbesar di dunia. Hidangan utama di restoran-restoran McDonald's adalah hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng, filet ayam dan hidangan-hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada. Lambang McDonald's adalah dua busur berwarna kuning yang biasanya dipajang di luar rumah-rumah makan mereka dan dapat segera dikenali oleh masyarakat luas.

(sumber: [www.mcdonalds.co.id](http://www.mcdonalds.co.id), 2014)



**Gambar 1.2 Logo McDonald's**

Sumber: [www.mcdonalds.co.id](http://www.mcdonalds.co.id), (diakses 20 januari 2014)

Padatnya aktivitas di pagi hari seringkali menyebabkan hal ini terlewatkan. Padahal sarapan penting bagi ketahanan tubuh selama beraktivitas dan sangat direkomendasikan demi kesehatan. Sarapan yang baik adalah sarapan yang memenuhi kebutuhan gizi untuk memulai hari. McDonald's memiliki pilihan menu sarapan yang tidak hanya menggugah selera, tapi juga bernutrisi. Awali harimu dengan yang baik di McDonald's. Menu *breakfast* ini mulai dari pukul 05:00 hingga pukul 11:00 pagi. Menu *breakfast* McDonald's diantaranya: *Chicken Mulfin*, *Egg McMuffin*, *Sausage McMuffin*, *Sausage McMuffin with egg*, *Big breakfast*, *Hotcakes*, *Hash brown*. *Big breakfast* adalah perpaduan English muffin panggang yang disajikan dengan *sausage* daging ayam gurih, renyahnya *hash brown* serta lembutnya *scrambled egg*. Sedangkan *Hotcakes* adalah tiga potong *pancakes* dengan mentega dan *maple*.

### 1.2.3 Pizza Hut

Pizza Hut adalah restoran berantai dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan dalam pizza. Perusahaan ini didirikan pada 1958 oleh dua mahasiswa, Dan dan Frank Carney di Wichita, Kansas. Dia dibeli oleh PepsiCo, Inc. pada 1977. Pizza Hut sekarang ini merupakan restoran pizza berantai terbesar di dunia, dengan hampir 12.000 restoran, kios pengantaran-ambil ke luar di lebih dari 86 negara. Dari sebuah kedai pizza kecil dan sederhana, Pizza Hut tumbuh menjadi jaringan restoran pizza terbesar di dunia dengan lebih dari 5.600 restoran di 97 negara. Di Indonesia, Pizza Hut membuka restoran pertamanya

tahun 1984 di Gedung Djakarta Theatre, daerah Thamrin, Jakarta. Tahun 2000, restoran Pizza Hut pertama ini dipindahkan ke Gedung Cakrawala di area yang sama, hingga sekarang. Kini, Pizza Hut mempunyai lebih dari 200 restoran yang tersebar di 22 propinsi di Indonesia, dari Aceh hingga Abepura. (Sumber: [www.pizzahut.co.id](http://www.pizzahut.co.id) 21 Januari 2014)



**Gambar 1.3 Logo Pizza Hut**

Sumber: [www.pizzahut.co.id](http://www.pizzahut.co.id) (diakses 20 januari 2014)

Pizza Hut adalah *innovator* menu *breakfast* restoran siap saji di Indonesia. Pizza Hut menawarkan menu sarapan pagi yang beragam dan sehat. Menu *breakfast* ini berlaku pada pukul 07:00 pagi hingga pukul 10: 00 pagi. Menu *breakfast* Pizza Hut dikategorikan dalam lima pilihan macam makanan dan dua pilihan macam minuman, diantaranya:

- a) *Breakfast bar* atau *creals* : *salad, coco kress, honey star*, dan susu segar dingin
- b) *Egg selection platters*: *beetato omelette platter, rice omelette platter, egg platter, beef mashroom omelette platter*
- c) *Hot bread pudding*: *hot bread pudding cokolate*, dan *hot bread pudding strawberry*
- d) Bubur atau *pancake* atau *sup* : *bubur ayam, oreo jack*, dan *puff pastry mashroom cream soup*
- e) *Calizza* atau *bread*s atau *pasta* : *chees egg calizza, chicken mushroom calizza, French toast, garlicheese bread, garlic bread*, dan *creamy beef/ chicken fettuccine*.
- f) *Hot drink* : *dilmah tea, milo original, coffee latte, cappuccino, Vietnam coffee, santino coffee*, dan *hot honey lime tea*.
- g) *Cold drink* : *freshly squeezed fruit juices, sparkling tea, mix berry*

#### **1.2.4 Dunkin' Donuts**

Dunkin' Donuts adalah restoran dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan pada donat. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1950 oleh William Rosenberg di Quincy, Massachusetts. Dunkin Donuts sekarang ini merupakan restoran donat terbesar di dunia, dengan hampir 7.000 restoran, kios pengantaran-ambil ke luar di lebih dari 35 negara.

Dunkin' Donuts hadir di Indonesia untuk pertama kalinya pada awal tahun 1990-an. Saat ini, Dunkin' Donuts sudah dapat ditemui mudah di kota-kota besar di seluruh Indonesia.

(Sumber: [www.dunkindonuts.co.id](http://www.dunkindonuts.co.id) 21 Januari 2014)



**Gambar 1.4 Logo Dunkin' Donuts**

Sumber: [www.dunkindonuts.co.id](http://www.dunkindonuts.co.id) (diakses 20 januari 2014)

Dunkin' Donuts menawarkan menu sarapan ala Eropa yaitu *sandwich* dengan roti Prancis yang biasa disebut *croissant toast* yang berlaku pada pukul 06:00 pagi hingga pukul 10:00 pagi. Menu sarapan pagi Dunkin' Donuts menawarkan menu *sandwich* dan *croissant toast* dengan isian *scrambled egg*, daun selada, potongan tomat, potongan bawang Bombay, keju *cheddar* lembaran, dan diberi *toping* saus mayonnaise yang disajikan bersama *coffee* atau *tea*.

### 1.3 Latar Belakang

Menurut Mertayasa (2012: 2) restoran adalah suatu ruangan atau tempat di mana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makanan dan minuman bagi tamu yang memerlukan. Perkembangan restoran dan rumah makan di Kota Bandung selama empat tahun berturut-turut mulai tahun 2010, 2011, 2012 dan tahun 2013 mengalami peningkatan. Restoran dan rumah makan di kota Bandung terdiri dari delapan kategori yang diurutkan berdasarkan fasilitas restoran dan rumah makan tersebut. Maka setiap tahunnya jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung memiliki perkembangan. Pada tahun 2010 total jumlah restoran dan rumah makan sebanyak 451, sedangkan pada tahun 2011 sejumlah 521, sedangkan pada tahun 2012 sejumlah 625 dan pada tahun 2013 sejumlah 645 restoran dan rumah makan di kota Bandung. Hal inipun dialami restoran waralaba di kota Bandung yang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah restoran. Usaha waralaba di Indonesia diklaim sebagai pasar yang menjanjikan dan menjadi perhatian para pemilik waralaba Internasional untuk mengembangkan usaha waralabanya di Indonesia karna setiap tahun jumlah kemitraan tumbuh pesat bahkan tak terpengaruh dengan masalah ekonomi dan nilai tukar yang sedang dialami.

**Tabel 1.1****Daftar Restoran dan Rumah Makan di Kota Bandung**

No	Nama	Tahun			
		2010	2011	2012	2013
1.	Restoran Talam Kencana	-	-	1	1
2.	Restoran Talam Salaka	13	26	64	67
3.	Restoran Talam Gangsa	121	141	165	165
4.	Restoran Waralaba	40	42	46	55
5.	Bar	12	12	12	12
6.	Rumah Makan A	20	30	35	36
7.	Rumah Makan B	101	123	145	151
8.	Rumah Makan C	144	150	157	158
<b>Jumlah</b>		<b>451</b>	<b>524</b>	<b>625</b>	<b>645</b>

*Sumber:* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (21 Januari 2014)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa khususnya restoran waralaba setiap tahunnya mengalami peningkatan hingga pada tahun 2013 sejumlah 46 restoran waralaba. Restoran waralaba di kota Bandung terdiri dari PT. Bina Nusa Rama (Mc Donald), PT. Cipta Global Slera (Texas), PT. *Fast Food* Indonesia (KFC) dan PT. Sari Melati Kencana (Pizza Hut). Pada umumnya restoran waralaba yang terdaftar pada dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung yaitu restoran siap saji dimana persaingan antara bisnis restoran cepat saji di Kota Bandung pada saat ini sangatlah ketat, hampir di setiap daerah maupun mall di Kota Bandung terdapat restoran-restoran cepat saji tersebut. Menurut Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan memprediksi pada tahun 2013 waralaba lokal akan tumbuh 8 persen, sementara waralaba asing akan tumbuh 14 persen. Waralaba asing sangat menguasai restoran siap saji dikarenakan konsumsi masyarakat Indonesia yang tinggi dengan penduduk sebanyak 240 juta jiwa menjadi pasar yang menjanjikan untuk restoran cepat saji. (*Sumber:* [www.tempo.co](http://www.tempo.co) 10 Maret 2014)

**Tabel 1.2****Daftar Restoran Waralaba Berijin di Kota Bandung Tahun 2013**

NO.	NAMA PERUSAHAAN	JUMLAH
1.	PT. Bina Nusa Rama (Mc Donald)	9
2.	PT. Cipta Global Slera (Texas)	7
3.	PT. <i>Fast Food</i> Indonesia (KFC)	18
4.	PT. Sari Melati Kencana (Pizza Hut).	14

*Sumber:* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (21 Januari 2014)

Dapat dilihat pada tabel 1.2 PT. *Fast Food* Indonesia (KFC) terdaftar sebanyak 18 restoran diikuti oleh PT. Sari Melati Kencana (Pizza Hut) sebesar 14 restoran yang telah terdaftar di kota Bandung pada tahun 2013. Dari ke empat restoran siap saji pada tabel 1.2, beberapa diantaranya telah melakukan produk inovasi dengan menjual produk baru yaitu menu *breakfast* yang telah di sediakan oleh Mc Donald, KFC, Pizza Hut dan Dunkin' Donut. Ke empat restoran siap saji tersebut melakukan inovasi dengan menjual produk menu *breakfast* dikarena kan padatnya aktivitas di pagi hari seringkali menyebabkan sarapan pagi terlewatkan. Padahal sarapan penting bagi ketahanan tubuh selama beraktivitas dan sangat direkomendasikan demi kesehatan.

Menurut Mertayasa (2010: 116) hidangan makan pagi atau *breakfast* biasanya disajikan antara jam 06:00 sampai 10:00 pagi dengan suasana makanan yang beraneka ragam, dari paling sederhana sampai lengkap. Hal ini dilakukan untuk memenuhi 15%-30% kebutuhan gizi harian makanan. Hal yang paling penting adalah menanam pola pikir bahwa sarapan itu sangat penting. Pagi hari kadar gula dalam tubuh menurun, tubuh perlu segera mendapatkan asupan kalori untuk dapat memompa darah ke otak dan melakukan berbagai fungsi metabolisme tubuh. Kalori diperoleh dari sarapan. (Sumber: [female.kompas.com](http://female.kompas.com) 10 Maret 2014). Guru besar departemen gizi masyarakat fakultas ekologi manusia Institut Pertanian Bogor (IPB) sekaligus Ketua umum pergizian pangan Indonesia Prof Hardinsyah mengatakan sarapan sangatlah penting untuk membantu konsentrasi belajar, stamina, dan status gizi. Masyarakat yang gizinya terpenuhi saat sarapan jarang mengeluh pusing dan sakit, lebih disiplin, lebih cerdas dan tercegah dari resiko obesitas. Sebaliknya, jika tidak sarapan akan melahirkan generasi lemah, sakit, miskin dan beresiko kehilangan masa depan yang cemerlang. Melewatkan sarapan adalah masalah serius bagi Indonesia, karena dapat menghambat pertumbuhan fisik dan mental, sehingga melahirkan generasi yang memiliki masa depan kerdil. Masa depan kerdil secara fisik karena pertumbuhan yang terhambat, namun kerdil secara prestasi karena kecerdasan yang tidak optimal. Kesalahan yang sering terjadi adalah tidak menyempatkan diri untuk sarapan. Sesibuk apapun seharusnya tetap sarapan. (Sumber: [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com) 10 Maret 2014). Jika padatnya aktifitas membuat sarapan pagi terlewatkan, ada beberapa cara agar sarapan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat yang telah disiapkan oleh keempat restoran siap yaitu: KFC, McDonald, Pizza Hut dan Dunkin' Donuts. Untuk mendukung hal ini ke empat restoran siap saji buka lebih awal dibandingkan dengan restoran siap saji lainnya.

**Tabel 1.3**

**Ketersediaan Menu *Breakfast* Restoran Siap Saji**

Store	Menu <i>BreakFast</i>
<b>KFC</b>	
Dago	Tersedia menu <i>breakfast</i> 
Riau	Tersedia menu <i>breakfast</i> 

Metro Margahayu	Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Buah Batu	Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Bandung Trade Canter	Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Ujung Berung	Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Merdeka	Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Setiabudi Sukawangi	Tersedia menu <i>breakfast</i>	
<b>Mc' Donald</b>		
Bandung Indah Plaza	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Gatot Subroto	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Pasir Koja	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Dago	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Setiabudi	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Kings Plaza	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
Kopo Mas	 Tersedia menu <i>breakfast</i>	
<b>Pizza Hut</b>		
Stiabudi	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
Buah Batu	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
Dago	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
Bandung Indah Plaza	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
Kopo	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
Riau	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
Cimahi	Tersedia menu <i>breakfast</i> Pizza Hut	
<b>Dunkin' Donuts</b>		
Dago	Tersedia menu <i>breakfast</i> Dunkin' Donuts	
Buah Batu	Tersedia menu <i>breakfast</i> Dunkin' Donuts	
Lewi Panjang	Tersedia menu <i>breakfast</i> Dunkin' Donuts	
Naripan	Tersedia menu <i>breakfast</i> Dunkin' Donuts	
Pasir Kaliki	Tersedia menu <i>breakfast</i> Dunkin' Donuts	
Setiabudi	Tersedia menu <i>breakfast</i> Dunkin' Donuts	

*Sumber:* hasil data pengolahan dari webside resmi restoran siap saji, 2014

Pada tabel 1.3 terdapat empat restoran siap saji yang memiliki menu *breakfast* di masing-masing store. KFC (*Kentucky Fried Chicken*) memiliki 8 restoran yang telah menyediakan menu *breakfast*, McDonald memiliki 7 restoran yang telah menyediakan menu *breakfast*, Pizza Hut

memiliki 7 restoran yang telah menyediakan menu *breakfast* dan Dunkin' Donuts memiliki 6 restoran yang telah menyediakan menu *breakfast*. Masing-masing restoran pun memiliki penyediaan menu *breakfast* yang berbeda-beda seperti McDonald yang menyediakan menu *breakfast* dari jam 5 pagi sampai jam 11, KFC menyediakan menu *breakfast* dari jam 5 pagi sampai jam 10 pagi, Pizza Hut dari jam 7 pagi sampai jam 10 pagi dan Dunkin' Donuts dari jam 6 pagi sampai jam 10 pagi.

Tidak menutupi kemungkinan restoran siap saji yang lainnya akan mengikuti inovasi pembuatan menu *breakfast* ini. Menurut Kotler dan Keller (2009: 14), sebuah perusahaan akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepala pembeli pasaran atau konsumen. Menu *breakfast* yang disajikan oleh ke empat restoran memiliki keragaman menu yang sama, suasana restoran yang sama, lokasi strategis yang sama, periode menu *breakfast* yang sama. Maka dari itu untuk menanggapi persaingan yang semakin ketat, maka aspek *positioning* merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian yang lebih serius. Dengan adanya perbedaan persepsi konsumen maka strategi perusahaan yang harus diterapkan dapat terserap baik oleh konsumen. Karena keberhasilan tergantung dari bagaimana menu *breakfast* pada restoran siap saji diposisikan pada pasar sasaran yang dituju dan bagaimana konsumen mempersepsikan menu *breakfast* pada restoran siap saji yang ditawarkan.

Dari fenomena yang telah disampaikan diatas mendasari penulis untuk melakukan penelitian berjudul “**Analisis Positioning Menu Breakfast Restoran Waralaba Siap Saji Berdasarkan Persepsi Konsumen di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi: Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut dan Dunkin' Donuts)**” Dari analisis tersebut bisa diketahui *positioning* menu breakfast pada restoran siap saji berdasarkan persepsi konsumen. Salah satu metode untuk menganalisa masalah *positioning* adalah *multidimensional scalling*. Analisis ini memberikan gambaran *positioning* menu breakfast pada restoran siap saji yang ditampilkan dalam sebuah *perceptual map* yang ditentukan dimensinya sesuai dengan atribut.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan paparan yang telah diungkapkan dalam latar belakang maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana *positioning* menu *breakfast* pada empat restoran waralaba siap saji (Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut dan Dunkin' Donuts) berdasarkan persepsi konsumen di kota Bandung pada tahun 2014?
2. Bagaimana rekomendasi dari hasil *positioning* pada empat restoran waralaba siap saji (Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut dan Dunkin' Donuts)?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui *positioning* menu *breakfast* pada empat restoran waralaba siap saji (*Kentucky Fried Chicken*, McDonald's, Pizza Hut dan Dunkin' Donuts) berdasarkan persepsi konsumen di kota Bandung pada tahun 2014.
2. Mengetahui rekomendasi yang dihasilkan *positioning* pada empat restoran waralaba siap saji (*Kentucky Fried Chicken*, McDonald's, Pizza Hut dan Dunkin' Donuts)

## 1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Aspek Akademis
  - a) Sebagai sarana untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti dan memperkaya ilmu pemasaran khususnya dan ilmu manajemen pada umumnya.
  - b) Sebagai bahan bacaan atau literature bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Aspek Praktis
  - a) Diharapkan penelitian ini sebagai gambaran bagi perusahaan untuk memberikan pertimbangan dan masukan mengenai konsep pemasaran agar dapat membangun citra perusahaan berdasarkan *positioning* yang menjadi tujuan dari berdirinya perusahaan.

## 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi lima bab, dimana sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang dilakukan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi teori-teori yang diperlukan dalam menjalankan variable yang diteliti.

### **Bab III Metode Penelitian**

Dalam bab ini berisi tentang lokasi dan objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, proses pengumpulan data dan metode analisis data.

### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini merupakan bab yang berisi analisis data yang telah diperoleh dalam penelitian. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

#### **Bab V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan bagian penutup dari tugas akhir ini. dalam bab ini disajikan kesimpulan-kesimpulan serta saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.