

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu usaha bisnis yang masih eksis dan memiliki prospek yang baik untuk kedepannya adalah bisnis usaha kuliner yang mana usaha ini masih banyak peminatnya. Terutama dengan menu makanan yang merupakan makanan sehari – hari. Makanan dan minuman cepat saji (*Fast Food*) masih menjadi minat investor untuk dijadikan peluang bisnisnya. Di tahun 2020 walaupun berada ditengah pandemi bisnis makanan dan minuman masih memiliki propek yang cerah dalam usaha bisnisnya. Potensi industri makanan dan minuman (mamin) di Indonesia tahun 2020 diyakini masih cerah. Karena itu, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) menargetkan pertumbuhan industri mamin Indonesia tahun ini tumbuh dua digit. Menurut Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) peluang bisnis kemitraan di Indonesia tahun 2020 ini masih cemerlang . Bisnis waralaba akan didominasi sektor makanan dan minuman. Berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal menunjukkan pada pertengahan tahun 2019, investasi dalam negeri di sektor mamin ini tercatat Rp 21,26 triliun. (Sanusi, 2020)

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan cepat saji adalah ayam fried chicken dengan nama sabana. Perusahaan yang didirikan oleh H. Syamsalis dengan nama PT SUMBER BERKAH NIAGA merupakan holding company pemilik merk dagang SABANA FRIED CHICKEN yang berdiri tahun 2010. Adapun Usaha Sabana Fried Chicken sendiri, telah mulai hadir sejak Agustus 2006 merupakan management utama pengelolaan distribusi bahan baku usaha kemitraan SABANA FRIED CHICKEN. Karenanya, PT. Sumber Berkah Niaga (disingkat SBN) secara prinsip perusahaan umumnya mampu merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan usaha yang dilakukannya dari waktu ke waktu telah menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan usaha serta melakukan inovasi-innovasi agar terus menjaga eksistensi perusahaan secara nasional. Saat ini sudah lebih dari 1000 cabang bisnis Sabana. Dengan misi memberdayakan perekonomian masyarakat Sabana juga memfokuskan diri untuk menjadi tujuan lapangan usaha bagi mereka yang sudah pensiun dan buruh yang kena PHK atau mereka yang ingin belajar berbisnis. Selain itu, Sabana juga sudah memiliki sistem logistik yang baik sehingga mampu mensupai bahan baku ke berbagai mitra bisnisnya dengan tepat waktu.

Syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan pelanggan dan agar tujuan tersebut dapat tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan meyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian maka setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Prasetyo dan Harsono, 2015).

Berikut daftar produk ayam lokal yang terlaris di Jakarta :

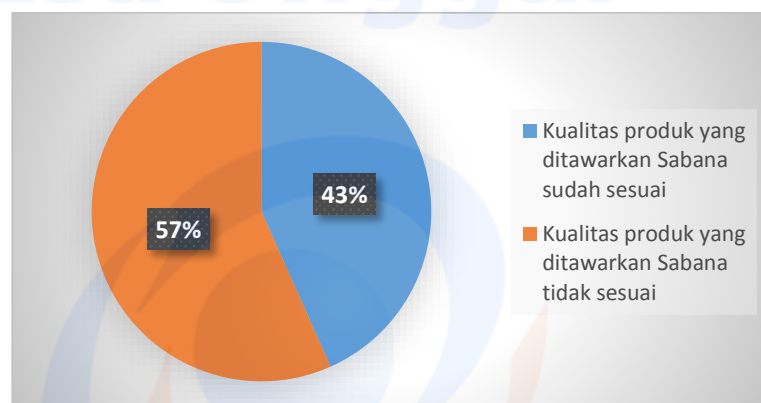
**Tabel 1.1**  
**Daftar Produk Ayam Goreng Lokal Terlaris di Jakarta**

No	Nama Produk
1.	Rocky Rooster
2.	Hisana Fried Chicken
3.	D'Besto
4.	Cheese Chicken
5.	Sabana Fried Chicken

Sumber: (Qraved, 2018)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat sabana menempati peringkat ke lima dari penjualan terlaris ayam goreng di Jakarta hal ini menunjukkan bahwa Sabana bahwa masih kalah dengan para pesaing sehingga sabana hanya dapat menempati peringkat ke 5 di Jakarta. Hal ini bisa terjadi dikarenakan beberapa faktor antara lain kualitas produk yang dimiliki Sabana masih kurang memuaskan konsumen ataupun citra merek yang dimiliki Sabana masih kurang terkenal di masyarakat. Selain itu dapat juga terjadi dikarenakan harga yang di tawarkan oleh Sabana kalah bersaing dengan para pesaingnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli ulang atas suatu produk yaitu kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendapat diatas dapat dimaksudkan bahwa seberapa besar kualitas yang diberikan yang berhubungan dengan produk barang beserta faktor pendukung memenuhi harapan penggunaannya. Dapat diartikan bahwa semakin memenuhi harapan konsumen, produk tersebut semakin berkualitas. Berikut hasil prasurvey kualitas rasa dan tekstur dari ayam sabana :

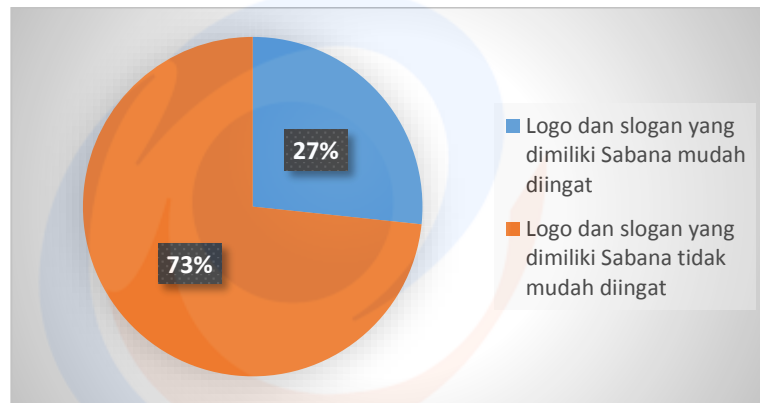


Sumber : Data diolah Peneliti 2020

**Gambar 1.1** Hasil Pra Survey Kualitas Rasa ayam Sabana

Dari gambar diatas peneliti melakukan pra survey dengan koresponden sebanyak 30 orang yang berada di Jakarta Barat. Dari hasil pra survey menunjukkan bahwa kualitas rasa dan tekstur ayam Sabana masih kurang bagi para konsumen dengan perolehan 57% atau 17 responden yang menyatakan setuju. Sedangkan 43% atau 13 responden menyatakan bahwa kualitas produk Sabana sudah sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini mengartikan bahwa produk Sabana seharusnya diperhatikan dan melakukan pengembangan agar kualitas rasa dan tekstur ayam tetap terjaga.

Selain kualitas produk citra merek dari suatu produk juga memiliki faktor penting terhadap minat beli ulang. Menurut Martin citra merek menunjukkan bahwa sebagai simbol, merek sangat mempengaruhi status dan harga dari konsumen (Tarmizi, 2017). Penelitian ini juga menyebutkan bahwa suatu merek lebih mungkin dibeli dan dikonsumsi jika konsumen mengenali hubungan simbolis yang sama antara citra merek dengan citra diri konsumen baik citra diri ideal ataupun citra diri aktual. Berikut hasil prasurvey persepsi konsumen terhadap logo dan slogan dari Sabana :



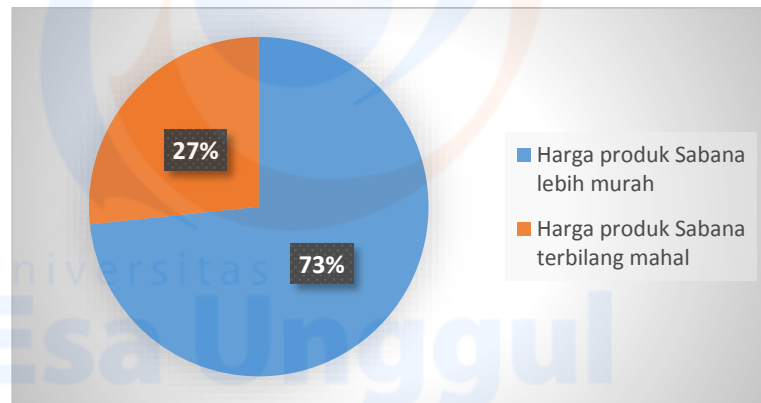
Sumber : Data diolah Peneliti 2020

**Gambar 1.2** Hasil Pra Survey persepsi konsumen terhadap Logo dan Slogan Sabana

Gambar diatas merupakan pra survey yang dilakukan peneliti terhadap 30 responden yang berada di Jakarta Barat dari pra survey diatas menyebutkan sebanyak 73% atau 22 responden menyatakan bahwa logo dan slogan Sabana tidak mudah diingat sedangkan ada 27% atau 8 responden menyatakan bahwa logo dan slogan mudah diingat. Hal ini menunjukkan bahwa logo dan slogan dari Sabana tidak mudah diingat oleh masyarakat sehingga diperlukan pemasaran yang menarik untuk memperkenalkan logo dan slogan Sabana sehingga Sabana lebih terkenal di masyarakat.

Selain kualitas produk dan citra merek terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli ulang suatu produk yaitu harga. Harga menurut Kotler & Armstrong (2006) merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk dan jasa, atau sejumlah nilai yang ditukar untuk memperoleh manfaat dari penggunaan suatu produk dan jasa. Dengan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan maka konsumen pun akan berniat membeli kembali suatu produk sehingga harga juga merupakan ha yang berpengaruh

terhadap minat beli ulang suatu produk. Berikut hasil prasurvey persepsi konsumen terhadap harga Ayam Sabana :



Sumber : Data diolah Peneliti 2020

**Gambar 1.3** Hasil Pra Survey Persepsi konsumen terhadap Harga Poduk Sabana

Gambar diatas merupakan pra survey yang dilakukan peneliti terhadap 30 responden yang berada di Jakarta Barat. Dari pra survey diatas menyebutkan 73 % atau 22 responden menyatakan setuju bahwa harga produk Sabana memiliki harga yang terjangkau, sedangkan ada 27% atau 8 responden menyatakan bahwa harga produk Sabana lebih mahal. Hal ini mengartikan bahwa harga yang dimiliki oleh Sabana memiliki harga yang lebih murah dibanding para pesaingnya.

Konsumen akan membandingkan varian rasa dari produk perusahaan dengan produk pesaingnya. Responden menyatakan tidak setuju mengenai banyaknya varian rasa dari ayam goreng Sabana *fried chicken*, artinya produk Sabana *fried chicken* kurang bervariasi dari segi rasa. Produk ayam goreng Sabana hanya memiliki dua varian rasa saja yaitu original dan pedas, sementara produk pesaingnya sudah memiliki lebih dari dua varian rasa. Sedangkan pada item pernyataan mengenai kemasan/packaging dari Sabana *fried chicken*, responden mengatakan bahwa kemasan produk Ayam Sabana kurang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari Hisana kurang baik dikarenakan belum dapat memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis mengajukan sebuah penelitian, dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana didaerah Duri Kepa Jakarta Barat**”. Dan peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Experiental Marketing terhadap Minat beli Ulang Ayam Sabana didaerah Duri Kepa Jakarta Barat.

## 1.2 Identifikasi Masalah Dan Pembatasan Masalah

### 1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik identifikasi masalah yang menimbulkan permasalahan yang ada, yaitu sebagai berikut :

1. Banyaknya kompetitor gerai ayam lokal yang mengakibatkan tingginya persaingan yang terjadi terhadap Sabana Fried Chicken.
2. Kualitas produk yang diberikan oleh Sabana masih belum memuaskan bagi para konsumen dibanding produk yang dimiliki pesaing di segmentasi yang sama, sehingga konsumen merasa tidak puas dan memilih produk pesaing.
3. Logo dan slogan yang dimiliki oleh Sabana Fried Chicken kurang terkenal, sehingga konsumen tertarik terhadap kompetitor yang lebih terkenal.
4. Harga yang ditawarkan oleh Sabana Fried Chicken sangat murah dan profitnya yang kecil tidak dapat melakukan inovasi terhadap produk atau pemasaran yang lebih gencar.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Permasalahan yang dibahas dan diteliti dalam penelitian ini dibatasi hanya kepada variabel Independen dan Dependen yaitu Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat?
4. Apakah Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat?
5. Apakah Citra Merek berpengaruh paling dominan terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terbentuk tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga secara Bersama-sama terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui apakah Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui apakah Harga terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana di daerah Duri Kepala Jakarta Barat.

5. Untuk menganalisis pengaruh Citra Merek paling dominan terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana didaerah Duri Kepa Jakarta Barat.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat ini berguna untuk mengetahui teori baru mengenai pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana didaerah Duri Kepa Jakarta Barat sehingga dapat menambah wawasan baru mengenai variabel-variabel selanjutnya yang akan diteliti. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan mengenai cara meningkatkan Minat Beli bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana didaerah Duri Kepa Jakarta Barat.

2. Manfaat Praktis

Bagi Penulis Untuk mendapatkan pengalaman langsung mengenai judul yang diteliti yakni pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Ayam Sabana didaerah Duri Kepa Jakarta Barat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama dalam penelitian ini.