

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis era global seperti saat ini menuntut pebisnis untuk selalu melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan para pesaing-pesaingnya. Langkah yang ditempuh pebisnis harus tepat dan sesuai kebutuhan pasar agar bisnis yang dirintisnya menjadi berkembang dan memiliki omset yang besar. Banyak cara yang bisa dilakukan oleh pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya. *Franchise* adalah salah satu format bisnis yang berkembang pesat pada abad ini.

Menurut Munir Fuady (2005:339) *franchise* atau sering disebut juga dengan istilah waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara dua atau lebih perusahaan, di mana satu pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak yang lain sebagai *franchisee*, di mana di dalamnya diatur bahwa pihak-pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek dari *know-how* terkenal, memberikan hak kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan yang eksklusif ataupun noneksklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada *franchisor*.

Oleh karena itu didalam sistem *franchise* terdapat dua pihak yang bekerja sama yaitu :

1. Pemberi waralaba atau *franchisor* adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada orang lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atas ciri khas yang dimilikinya.
2. Penerima waralaba atau *franchise* adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atas ciri khas yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

Ada tiga bentuk sistem waralaba, yakni :

- a. *Franchise* Pekerjaan

Dalam bentuk ini *franchise* (pemegang *franchise*) yang menjalankan usaha *franchise* pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Misalnya, ia mungkin menjual jasa penyetalan mesin mobil sengan merek *franchise* tertentu. Bentuk *franchise* ini cenderung paling murah, umumnya membutuhkan modal yang kecil karena tidak menggunakan tempat dan perlengkapan yang berlebihan.

b. Franchise Usaha

Pada saat ini franchise usaha adalah bidang franchise yang berkembang pesat. Bentuknya mungkin berupa toko eceran yang menyediakan barang atau jasa, atau restoran fast food. Biaya yang dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus.

c. Franchise Investasi

Ciri utama yang membedakan jenis franchise ini dari franchise pekerjaan dan franchise usaha adalah besarnya usaha, khususnya besarnya investasi yang dibutuhkan. Franchise investasi adalah perusahaan yang sudah mapan, dan investasi awal yang dibutuhkan mungkin mencapai milyaran. Perusahaan yang mengambil franchise investasi biasanya ingin melakukan diversifikasi, tetapi karena manajemennya tidak berpengalaman dalam pengelolaan usaha baru sehingga mengambil sistem franchise jenis ini, misalnya suatu hotel, maka dipilih cara franchising yang memungkinkan mereka memperoleh bimbingan dan dukungan. Juajir, Sumardi (1995:23).

Bakso Gibrass adalah salah satu bisnis makanan yang menggunakan bentuk *business format franchising*. Berpusat di Jl. Kutisari selatan II No. 45 Surabaya. Bakso Gibrass telah memiliki outlet yang telah tersebar di beberapa kota di Indonesia. Berdiri di area yang cukup luas serta tumbuh pohon mangga yang rindang, membuat *layout* outlet terasa nyaman dan sejuk serta tempat duduk dan meja makan yang terbuat dari kerajinan kayu juga member kesan alami dan unik. Karyawan yang bekerja di bakso gibrass sebanyak empat orang dengan tugas masing-masing yaitu, kasir, *waiters*, dan *cooker*. Berikut daftar menu makanan yang dijual dalam table pada lembar berikut ini :

Tabel 1.1
Menu Harga Makanan Bakso Gibrass

Menu	Harga
Bakso gibrass kuah sapi <i>Ekonomis</i>	Rp. 11.000
Bakso gibrass kuah sapi <i>Ceria</i>	Rp. 13.000

Bakso gibrass kuah sapi <i>Spesial</i>	Rp. 18.000
Bakso gibrass kuah sapi <i>Jumbo</i>	Rp. 17.000
Bakso gibrass kuah seafood <i>Ekonomis</i>	Rp. 11.000
Bakso gibrass kuah seafood <i>Ceria</i>	Rp. 13.000
Bakso gibrass kuah seafood <i>Spesial</i>	Rp. 18.000
Mie ayam gibrass	Rp. 11.000
Mie ayam gibrass bakso	Rp. 14.000

Sumber : www.baksogibrass.co.id

Tidak hanya Bakso Gibrass yang menjual bakso dan mie ayam di Jl. Kutisari Selatan, terdapat satu penjual lain yaitu Bakso Pak Yudi yang menjual produk bakso dan mie ayam yang memiliki tempat makan yang cukup memadai dan harga yang bersaing. Dalam melayani pelanggannya, Bakso Pak Yudi memiliki karyawan tiga orang yang bekerja dengan peran masing-masing dan salah satu karyawan merangkap sebagai kasir untuk melayani pembayaran. Tempat yang cukup sederhana dan harga permangkuk Rp. 12.000 untuk satu mangkuk bakso dan Rp. 8.000 untuk satu mangkuk mie ayam, Bakso Pak Yudi bisa meraih omset Rp.800.000 dalam sehari.

Jika diamati dari kondisi pesaing di atas, bakso gibrass memiliki keunggulan dalam tempat parkir, meja dan tempat duduk yang unik, jumlah karyawan dan variasi rasa kuah produk bakso. Akan tetapi fakta menunjukkan bahwa rata-rata perhari pelanggan Bakso Gibrass adalah 12-15 orang dengan omset sebesar Rp. 500.000 per hari. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“ANALISIS PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS BAKSO GIBRASS JL. KUTISARI SELATAN II NO. 45 SURABAYA)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?
4. Apakah cita rasa, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?
5. Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya (cita rasa, kualitas pelayanan, dan harga) terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass
4. Pengaruh cita rasa, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass
5. Faktor manakah yang paling dominan pengaruhnya dari cita rasa, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bakso Gibrass

1.4 Manfaat Penelitian

1. Salah satu masukan yang nantinya diharapkan untuk membantu evaluasi dalam hal merencanakan program yang baik untuk pengembangan Bakso Gibrass.
2. Untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di universitas dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis.
3. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB 1 : PENDAHULUAN, Menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan di akhiri dengan sistematika penulisan penulisan dan penelitian tentang fenomena bisnis.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA, Tinjauan pustaka ini memuat landasan teori yang digunakan dalam penulisan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan cita rasa, kualitas pelayanan dan harga, selain itu pada bab ini juga berisikan bahasan hasil penelitian, ringkasan hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB 3 : METODE PENELITIAN, Pada bab ini berisikan variabel penelitian dan definisinya, penentuan sampel jenis dan sumber data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB 4 : PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN, Pada bab ini menjelaskan hasil penelitian, analisis data dan pembahasannya.

BAB 5 : PENUTUP, Pada bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran kepada pihak-pihak yang memperoleh manfaat dari penelitian.