

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, industri makanan berkembang pesat di Indonesia. Hal ini dikarenakan meningkatnya daya beli dan pendapatan masyarakat. Ini tercermin dari adanya peningkatan jumlah konsumen kelas menengah, dari data konsumen kelas menengah yang dikeluarkan pada tahun 2013 oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), total jumlah konsumen kelas menengah mencapai 134 juta orang. Peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat tersebut mengakibatkan restoran cepat saji (*fast food*) yang ada di Indonesia menjadi semakin ketat.¹

Banyaknya restoran cepat saji yang berada di Indonesia menimbulkan persaingan ketat dalam kompetisi mutu serta kualitas dari produk yang dihasilkan. *Fast food* atau restoran cepat saji, mulai populer di Indonesia pada awal 1980. Sebagian besar *fast food* yang merambah pasar Indonesia berasal dari Amerika, Jepang, Cina, dll. Masuknya beberapa nama Internasional ke dalam kancah *franchise* restoran cepat saji di Indonesia seperti Kentucky Fried Chicken, Mc Donald, Texas Fried Chicken, Hoka Hoka Bento, Burger King, Pizza Hut semakin meramaikan kancah restoran cepat saji di Indonesia. Hal tersebut membuat para pelaku bisnis cepat saji (*fast food*) berlomba-lomba membuka Gerai/Outlet nya di

¹www.YLKI.com/peningktandayabelidanpendapatan/konsumenkelasmenengah, diakses pada tanggal 11 november2015

kota-kota besar yang ada di Indonesia. Adapun perbandingan jumlah gerai dari restoran cepat saji tersebut dapat kita lihat pada table dibawah ini.

Table 1.1
Daftar Jumlah Gerai Restoran Cepat Saji (*Fast Food*)
Di Indonesia Tahun 2014

No	Nama Restoran	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1	Kentucky Fried Chicken	PT. Fast Food Indonesia Tbk	400
2	Mc Donald	PT. Rekso Nasional Food Tbk	335
3	Pizza Hut	PT. Sriboga Ratujuaya	200
4	Hoka Hoka Bento	PT. Eka Bogainti	120
5	Texas Fried Chicken	PT. Cipta Selera Murni Tbk	100
6	Burger King	PT. Mitra Adi Perkasa Tbk	95

Sumber: SWA.co.id/perkembangan restoran cepat saji²

Disisi lain dapat dilihat juga persentase pangsa pasar dari beberapa restoran cepat saji (*fast food*) di Indonesia yang mengalami peningkatan maupun penurunan.

Adapun persentase pangsa pasar dari restoran cepat saji dapat dilihat di table berikut.

²www.SWA.co.id/perkembanganrestorancepatsaji, diakses pada tanggal 12 november 2015

Table 1.2**Persentase Pangsa Pasar Restoran Cepat Saji dari Tahun 2012-2014**

No	Nama Restoran	Tahun2012	Tahun2013	Tahun2014
1	KFC	51,4%	53%	54,2%
2	Hoka Hoka Bento	38,5%	36%	36,2%
3	Mc Donald	44%	43,6%	46%

Sumber: Bisnis.ritail nasional.com

Dari table 1.2 dapat dilihat pangsa pasar KFC dan Mc Donald cenderung naik. Sedangkan berbanding terbalik dengan Hoka Hoka Bento (Hokben), restoran cepat saji yang mengusung tema “*JAPANESE FAST FOOD*” ini pangsa pasarnya di Indonesia cenderung turun, dilihat dari jumlah *Outlet* Hokben yang ada di Indonesia restoran ini memiliki 120 *Outlet* yang mana restoran ini merupakan nomer empat dengan jumlah *Outletnya*. Jumlah *Outlet* Hokben tersebut berkurang dibanding pada tahun 2008 jumlah *Outlet* Hokben mencapai 128 *Outlet*, banyak hal yang menyebabkan *Outlet* Hokben tersebut ditutup, penutupan sejumlah *Outlet* tersebut terutama disebabkan oleh krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 2009.³

Dari data-data yang dapat dilihat pada table 1.1 dan table 1.2 pertumbuhan restoran cepat saji (fast food) di Indonesia sangat pesat, dan jumlah konsumennya selalu meningkat tiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh semakin sibuk dan padatnya aktivitas yang menuntut masyarakat

³(www.indonesiabisnisretailnews.com/dampakkrisisekonomi, diakses pada 12 november 2015)

untuk beraktivitas diluar rumah, sehingga hal-hal praktis pun menjadi pilihan bagi masyarakat pada saat ini.

Padahal jika di perhatikan dengan baik, mengkonsumsi makanan cepat saji terutama bagi anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan sangat berdampak buruk bagi kesehatan. Ada beberapa fakta yang harus di perhatikan bagi konsumen sebelum mengkonsumsi makanan cepat saji.

1. Makanan cepat saji (*fast food*) sangat dikaitkan dengan peningkatan resiko obesitas,diabetes,penyakit jantung,stroke. Informasi penting ini di kumpulkan oleh berbagai Studi yang dilakukan oleh Departmen Pangan dan Gizi Indonesia.⁴
2. Konsumen harus paham bahwa makanan cepat saji mengandung kadar lemak dan gula yang sangat tinggi yang menyebabkan kenaikan berat badan yang menyebab kan segala sumber penyakit.
3. Sebagian makanan cepat saji memiliki zat adiktif yang membuat lezat, kalon tinggi yang dikemas dalam porsi kecil dan memiliki kandungan kadar gula yang tinggi.⁵
4. Orang yang secara teratur mengkonsumsi makanan cepat saji akan mengalami kekurangan gizi terutama vitamin A, vitamin C, dan serat makanan serta vitamin D.

Selain fakta-fakta diatas, ada pula faktor yang ikut mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi makanan cepat saji, diantaranya, faktor budaya, social, pribadi, dan psikologis. Faktor-faktor

⁴ (www.lovelytoday.com/kesehatan/gizidanpangan, diakses pada tanggal 6 desember 2015)

⁵ (www.healthy.com/healthylife/healthyfood/diabetes, diakses pada tanggal 6 desember 2015)

tersebut sangat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk restoran cepat saji, hal itu dapat dilihat dari banyaknya gerai restoran cepat saji yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Melihat pesatnya persaingan bisnis pada restoran cepat saji yang ada di Indonesia dari tahun ketahun dan banyaknya gerai/outlet restoran yang mulai bermunculan diberbagai kota beser yang ada di Indonesia, maka penulis tertarik untuk mengambil judul pada penulisan karya ilmiah ini yaitu **“ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RESTORAN CEPAT SAJI DI HOKA HOKA BENTO (Hokben) KALIMALANG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah di uraikan, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu, bagaimanakan proses keputusan pembelian produk restoran cepat saji Hoka Hoka Bento (Hokben) Kalimalang ?

C. Tujuan Dan Manfaat

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan proses keputusan pembelian konsumen melalui tahap-tahap keputusan pembelian pada restoran cepat saji Hoka Hoka Bento (Hokben) Kalimalang.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor dalam keputusan pembelian konsumen pada restoran cepat saji Hoka Hoka Bento (Hokben) Kalimalang.

Sedangkan manfaat yang di dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang baik dan buruknya keputusan pembelian produk yang akan dikonsumsi.
- b. Sebagai sarana pengembangan wawasan dan diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dan mencari solusi bagi permasalahan yang timbul di dunia nyata.

2. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan PT Eka Bogainti (Restoran cepat saji Hokben) dalam menyediakan menu-menu makanan cepat saji yang lebih berguna dan bermanfaat bagi kesehatan, tidak hanya mengedepankan harga terjangkau, efisien dan mudah di dapat saja.

3. Bagi Universitas

Dapat dijadikan sebagai arsip Universitas Negeri Jakarta

4. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi suatu *refrensi* atau perbandingan bagi pembaca yang akan melakukan penelitian sejenis.