BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis eceran atau bisnis ritel di Indonesia merupakan pasar besar. Hal ini menyebabkan semakin terbukanya bisnis ritel yang lebih luas dan persaingan yang semakin ketat terutama di Kota Bandung. Hal ini juga menuntut perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing di dunia bisnisnya. Salah satu yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bertahan yaitu dengan meningkatkan citra perusahaannya. Yang saat ini sedang berkembang pesat di Kota Bandung terutama dalam bentuk restaurant.

Faktor pendorong tingginya pertumbuhan ritel di Indonesia adalah jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah besar, serta urbanisasi yang mengakibatkan makin banyak jumlah penduduk yang tinggal dikota. Bisnis eceran, yang kini populer disebut bisnis ritel, merupakan bisnis yang menghidupi banyak orang dan memberi banyak keuntungan bagi sementara orang lainnya.

Perdagangan eceran atau sekarang kerap disebut perdagangan ritel, bahkan disingkat menjadi bisnis ritel, adalah kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangga. atau pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen.

Salah satu hal yang harus dilakukan para pengusaha dan manajemen perusahaan adalah menjaga citra perusahaan jangan sampai karena berbagai macam sebab, mayoritas anggota masyarakat mempunyai persepsi yang salah tentang perusahaannya, karena hal itu dapat merugikan perusahaan. Di samping itu hendaknya diupayakan agar persepsi masyarakat terhadap perusahaan tidak jauh menyimpang dari apa yang diharapkan.

Citra yang baik merupakan harta yang sangat tinggi nilainya bagi perusahaan manapun. Ia mendukung daya saing perusahaan dalam jangka menengah dan panjang. Citra yang baik dapat menjadi perisai perusahaan pada saat mereka menghadapi masa krisis. Disamping itu citra yang baik dapat menjadi daya tarik eksekutif handal, meningkatkan efektifitas strategi pemasaran dan menghemat biaya operasional. Oleh karena itu setiap perusahaan mempunyai kewajiban moral dan operasional untuk membangun citra perusahaan.

Menurut Peter dan Olson (2002 : 381), Citra adalah apa yang diinginkan oleh sebagian besar masyarakat terhadap suatu subyek berdasarkan apa yang telah dipelajari oleh perusahaan dari hasil komentar, iklan, dan dari sumber lain. Atau ada yang berpendapat Citra adalah persepsi mengenai perusahaan atau merek suatu produk yang ada di benak konsumen".

Restaurant atau Rumah Makan sebagai perusahaan jasa yang sedang menjamur di Kota Bandung. Kita ketahui Kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan wisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan domestik dan mancanegara. Kota Bandung dengan berbagai macam jenis objek wisatanya seperti wisata alam, sejarah hingga kuliner dapat menyerap wisatawan untuk

datang ke Kota Bandung. Usaha kuliner di Kota Bandung sangat beragam mulai dari rumah makan dengan konsep *modern* hingga tradisional.

Bumbu Desa merupakan sebuah *Restaurant* yang menyajikan makanan khas sunda dengan resep yang *original* namun dikemas dengan *modern*. Restaurant Bumbu Desa didirikan sebagai wujud dedikasi dan apresiasi kepada para jagoan-jagoan masak jaman dahulu, ibu-ibu rumah tangga dan pembantu-pembantu rumah,yang telah berjasa dalam memperkaya khasanah dan citarasa masakan sunda, sehingga menjadi keanekaragaman citarasa nusantara sampai saat ini. Adapun berbagai macam aneka makanan yang kami sajikan adalah makanan khas sunda.

Restaurant Bumbu Desa sebagai salah satu perusahaan bisnis ritel di Kota Bandung tentu memiliki strategi dalam meningkatkan citra perusahaan agar telihat baik dimata konsumennya di bandingkan dengan restaurant lain.

Persaingan yang semakin ketat juga menuntut pemilik Restaurant untuk mengetahui bagaimana citra perusahaan mereka di mata konsumen. Penilaian citra oleh konsumen biasanya tidak menjadi masalah dan tidak menjadi hal yang penting jika perusahaan sejenis yang tersedia di masyarakat tidak terlalu banyak, dan persaingan belum menjadi hal-hal yang penting. Tetapi penilaian citra menjadi hal yang penting jika persaingan menjadi semakin ketat, seperti yang terjadi pada persaingan Restaurant saat ini.

Karena begitu banyaknya restaurant yang mengusung konsep sejenis, persaingan antar restaurant di Kota Bandung semakin ketat. Salah satu cara yang dapat dilakukan pemilik restaurant untuk mengetahui penilaian citra

perusahaannya adalah dengan melihat tanggapan konsumen dalam hal penilaian citra perusahaaannya.

Namun, yang menjadi kendala dalam penilaian citra perusahaan adalah penilaian citra perusahaan pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung belum optaimal. Hal ini terlihat dari jumlah konsumen yang datang berkunjung ke Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung. Data jumlah konsumen dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1

Data Pengunjung Pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung

No	Bulan	Tahun	
		2009	2010
1	Januari	7.682	5.871
2	Februari	7.704	6.489
3	Maret	7.077	5.244
4	April	8.890	7.884
5	Mei	8.890	6.321
6	Juni	8.617	8.544
7	Juli	8.125	7.244
8	Agustus	8.884	6.005
9	September	9.426	7.800
10	Oktober	8.352	7.708
11	November	7.342	8.544
12	Desember	9.388	9.238
Jumlah		100.377	86.892

Berdasarkan tabel 1.1 diatas yang menunjukkan jumlah konsumen dari tahun 2009 sampai dengan 2010 memperlihatkan bahwa konsumen yang mengunjungi Restaurant Bumbu Desa berkurang (Sumber: Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung).

Salah satu hal yang harus dilakukan para pengusaha dan manajemen perusahaan adalah menjaga citra perusahaan jangan sampai karena berbagai macam sebab, mayoritas anggota masyarakat mempunyai persepsi yang salah tentang perusahaannya, karena hal itu dapat merugikan perusahaan. Di samping itu hendaknya diupayakan agar persepsi masyarakat terhadap perusahaan tidak jauh menyimpang dari apa yang diharapkan.

Untuk memahami sekaligus untuk mempengaruhi minat beli konsumen, Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung harus terus meningkatkan citranya secara keseluruhan melalui pelayanan dan cita rasa masakan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Citra yang baik merupakan prioritas utama yang dijadikan acuan atau dasar penentuan konsumen dalam melakukan pembelian dan juga sebagai cara yang efektif untuk menjaring konsumen.

Dengan perkembangan usaha yang semakin besar, maka sangatlah mutlak bagi perusahaan untuk menyusun strategi bersaingnya guna mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu pencapaian keuntungan yang maksimal. Suatu perusahaan akan memperoleh banyak keuntungan jika memiliki produk yang mempunyai citra yang baik di masyarakat luas, yang secara tidak langsung akan membantu perusahaan dalam memasarkan produk mereka.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " **ANALISIS PENILAIAN CITRA PERUSAHAAN OLEH KONSUMEN PADA RESTAURANT BUMBU DESA CABANG LASWI BANDUNG** ".

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Fenomena penilaian citra perusahaan oleh konsumen pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung yang masih rendah dibandingkan dengan pesaingnya sebagai indikasi karena perusahaan tersebut belum optimal dalam hal penilaian citra perusahaan, Hal ini terlihat dari menurunya konsumen dari 30% sampai 40% dalam 1 tahun pada tahun 2010 yang mengakibatkan pengurangan karyawan dari 60 menjadi 28 orang, pengeluaran pembelanjaan, dan gaji karyawan (Sumber: Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung). Maka dari itu diperlukan suatu kajian mengenai penilaian citra perusahaan dalam upaya menumbuhkan dan menanamkan persepsi positif agar perusahaan tersebut dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian dalam latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah disebutkan diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai penilaian citra perusahaan oleh konsumen pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk menumpulkan dan memperoleh data yang selanjutnya dianalisis dalam menghasilkan informasi

tentang analisis penilaian citra perusahaan oleh konsumen pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai penilaian citra perusahaan oleh konsumen pada Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung, memberikan informasi tentang penilaian citra perusahaan oleh konsumen, sehingga dapat memposisikan tawarannya sedemikian rupa sehingga pasar sasaran mengenal tawaran dan citra khas perusahaan.
2. Bagi karyawan di Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung, memberikan informasi tentang penilaian citra perusahaan oleh konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai umpan balik bagi kinerja masing-masing.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi pengembangan Ilmu Manajemen Pemasaran, memberikan referensi tentang penilaian citra perusahaan oleh konsumen.
2. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji dalam bidang yang sama.

3. Bagi peneliti, sebagai uji kemampuan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh diperkuliahan terkait dengan penilaian citra perusahaan oleh konsumen.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Restaurant Bumbu Desa Cabang Laswi Bandung yang beralamat di Jl. Laswi No. 1 Bandung.

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Februari sampai dengan Juli 2011, dengan jadwal kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1.2

Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Waktu																							
		Feb				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Usulan Penelitian																								
2	Penelitian di Perusahaan																								
3	Pengumpulan Data																								
4	Pengolahan dan Analisis Data																								
5	Penulisan Tugas Akhir																								