

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman pada suatu daerah juga akan mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek masyarakatnya yang mulai memahami perkembangan pada aspek ekonominya. Masyarakat Indonesia saat ini cukup banyak untuk membuka bisnis yang baru. Banyaknya pelaku usaha yang membuka bisnis dibidang industri, jasa, manufaktur, kuliner, ataupun waralaba. Saat ini bisnis waralaba cukup banyak dipilih karena memiliki cara kerja yang dapat mendatangkan para pembeli dengan mudah karena produk yang sudah cukup dikenal dipasaran.

Waralaba atau *franchise* selalu menggunakan perjanjian dalam metode pendistribusian jasa dan barang kepada konsumen. Waralaba terdiri dari *franchisor* dan *franchisee*. Pemilik waralaba (*franchisor*) memberikan izin untuk melakukan pendistribusian barang ataupun jasa dibawah nama dan identitas kepada penerima waralaba (*franchisee*) pada wilayah tertentu, yang mana usaha dilakukan atau dijalankan sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemilik waralaba. Pemilik waralaba sendiri akan membantu terhadap penerima waralaba (*franchisee*). Penerima waralaba atau *franchisee* perlu memberikan biaya awal dan royalti sebagai imbalannya. (Suharnoko, 2004) Waralaba salah satu jenis usaha baru yang lahir dari Negara Amerika Serikat yang kurang lebih dari satu abad ketika pengusaha perusahaan mesin jahit *Singer* yang mengembangkan suatu pendistribusian serta konsep usahanya sehingga terciptalah waralaba yang dapat mengembangkan pendistribusian terhadap strategi pemasarannya. Salah satu contoh perusahaan bir yang memberikan suatu lisensi terhadap perusahaan kecil dalam proses strategi pemasarannya. (Suharnoko, 2004) Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan didalam bisnis/usaha dibidang waralabanya, bentuk yang paling banyak terdapat pada usaha makanan cepat saji atau dikenal dengan *fastfood* seperti KFC, McDonald, CFC, Pizza Hut, Quick Chicken dan masih banyak lagi.

Pelaku bisnis yang bergerak pada usaha waralaba dapat memberikan kemudahan dalam menjalankan strategi usahanya seperti di era saat ini. Seseorang terkadang memilih bisnis waralaba dikarenakan susah membangun sebuah merk nama dagang dan pelaku bisnis terkadang enggan untuk memulai bisnisnya dari awal. Pelaku usaha membuka waralaba dikarenakan merk dagang yang sudah dikenali oleh masyarakat, manajemen yang sudah tertata rapi dan kerja sama antar pemilik waralaba (*franchisor*) yang lebih mudah.

Bisnis waralaba yang ada di kota Jember salah satunya makanan cepat saji seperti KFC, CFC, J&Co, Quick Chicken, Hisana, CBezt dan masih banyak lagi. Salah satu makanan cepat saji saat ini yang sudah mulai naik daun yaitu CBezt. CBezt merupakan waralaba makanan cepat saji dari yang mengelolah ayam menjadi ayam goreng tepung. Waralaba CBezt dikenal dengan konsep nyaman dan murah yang berkomitmen untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan terbaik dengan harga yang cukup terjangkau serta cita rasa yang berbeda. Waralaba ayam goreng CBezt yang tersebar di berbagai kota besar maupun kota kecil seperti yang berada di kota Jember. Kota Jember tergolong kota yang masih belum besar akan tetapi sudah ada beberapa *outlet* yang membuka bisnis waralaba ayam goreng CBezt salah satunya yang terdapat di jalan Perumahan Gunung Batu, Gumuk Kerang, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Tempat makan yang tersebar diberbagai lokasi akan lebih dilirik oleh masyarakat pada konsep pemasarannya.

Menangani suatu bisnis yang sedang naik daun seperti waralaba CBezt juga perlu diadakannya strategi dalam pemasaran guna mendapatkan hasil yang maksimal. Manajemen perusahaan perlu mengelolah dan menangani usahanya dengan baik. Usaha juga memerlukan reputasi agar dapat bersaing dengan kompetitor yang ada disekitar seperti D'Best Chicken dan Hisana Fried Chicken. Reputasi diperlukan guna menjaga ketertarikan pelanggan. Konsumen atau pelanggan agar tidak beralih ke kompetitor lain maka pewaralaba CBezt perlu berusaha untuk menjaga dan memenuhi keinginan para konsumennya. Perusahaan diharapkan dapat berjalan dengan lancar dan apabila suatu usaha

mengalami penurunan pendapatan. Strategi pemasaran perlu diperhatikan guna meningkatkan pendapatan yang maksimal.

Waralaba CBezt Fried Chicken Gunung Batu Jember sebagai tempat penelitian yang akan dikaji karena memiliki kompetitor dan waralaba ini awalnya menggunakan merek dagang Aa' Raffi Fried Chicken akan tetapi beralih waralaba dengan merk dagang CBezt Fried Chicken. Volume penjualan yang ada pada waralaba CBezt Gunung Batu tercatat dari bulan Juni 2021 hingga Mei 2022 mendapatkan laba sebesar Rp. 36.880.696. Perubahan nama merk dagang dari Aa' Raffi Fried Chicken ke waralaba CBezt dikarenakan penjualan waralaba Aa'Raffi mengalami penurunan yang menyebabkan terjadinya kerugian waralaba Aa'Raffi hanya dapat bertahan selama delapan bulan lamanya. Lokasi dari waralaba CBezt Gunung Batu tidak berada di jalan utama/ jalan provinsi, akan tetapi dekat dengan area perumahan warga. Waralaba perlu memperhatikan strategi dalam proses pemasarannya. Promosi yang digunakan yaitu pada awal mulanya keliling, dan menyebarkan produk untuk memperkenalkan waralaba, menyediakan layanan pesan antar, menggunakan media sosial, serta teknologi penunjang lainnya seperti aplikasi jasa pesan antar. Strategi diperlukan dalam pengembangan perusahaan sehingga dapat menentukan prioritas pasar pada waralaba dengan bijak.

Berdasarkan pada uraian diatas, saya tertarik dalam memilih judul "Strategi Pemasaran Waralaba CBezt Gunung Batu Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember". Karena ingin mengetahui perusahaan dapat bertahan menghadaipi persaingan dan mempertahankan peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan dalam menentukan prioritas pasar yang diinginkan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Perusahaan CBezt mempunyai suatu masalah dengan suatu strategi pemasaran yang masih dinilai kurang maksimal. Peneliti dapat merumuskan masalah dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran waralaba CBezt Gunung Batu?

2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk waralaba CBezt Gunung Batu?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran waralaba CBezt Gunung Batu?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas yang tertera. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran waralaba CBezt Gunung Batu.
2. Untuk merumuskan strategi pemasaran waralaba CBezt Gunung Batu.
3. Untuk mengetahui prioritas strategi pemasaran waralaba CBezt Gunung Batu.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adanya penelitian ini maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana mengidentifikasi dan menganalisis masalah, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi permasalahan tersebut.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai sumber informasi dan bantuan pemikiran kepada waralaba CBezt mengenai strategi–strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam proses pemasaran ayam goreng tepung sehingga mampu bersaing secara kompetitif di pasaran.

#### **3. Bagi Pembaca**

Sebagai bahan informasi dan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian strategi pemasaran bagi suatu perusahaan.