

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring perkembangan zaman ,tentu kebutuhan terhadap manusia bertambah oleh karena itu ekonomi secara terus-menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan. Perubahan yang secara umum terjadi pada perekonomian yang dialami suatu negara seperti inflasi ,pengangguran , kesempatan kerja, hasil produksi,dan sebagainya. Jika hal ini ditangani dengan tepat maka suatu negara mengalami keadaan ekonomi yang stabil, mempengaruhi kesejahteraan kehidupan penduduk yang ada negara tersebut.

( <http://www.lamudi.co.id/journal/perkembangan-ekonomi-di-tahun-2015/>)

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki potensi ekonomi tinggi; potensi yang mulai diperhatikan dunia internasional. Indonesia, negara dengan ekonomi paling besar di Asia Tenggara, sering disebut sebagai calon layak untuk menjadi salah satu anggota negara-negara BRIC (Brasilia, Rusia, India dan Cina) karena ekonominya dengan cepat menunjukkan tanda-tanda perkembangan yang sama dengan anggota lain tersebut. Belakangan ini sebuah kelompok baru sempat menuntut perhatian. Kelompok ini terdiri dari negara-negara berkembang yang ditandai dengan ekonomi menjanjikan yang beragam, sistem keuangan yang cukup canggih dan jumlah penduduk yang tumbuh dengan cepat. (<http://www.indonesia-investments.com/id/budaya/ekonomi/item177>)

	2004	2006	2008	2010	2012
Jumlah UMKM	44.777.387	49.021.803	51.409.612	53.823.732	56.534.592
Pertumbuhan Jumlah UMKM	3,03%	4,26%	2,52%	2,01%	2,41%

Seperti data di atas, kita bisa melihat bahwa perkembangan jumlah UMKM di Indonesia terus bertumbuh dari tahun ke tahun. (<http://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1322>)

Pada tahun 2016 ini, fenomena UMKM yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia terdapat 6 bidang yaitu kuliner, fashion, pendidikan, otomatis, agrobisnis, dan teknologi internet. Berdasarkan dari keenam bidang tersebut, untuk saat ini bidang bisnis UMKM di bidang kuliner paling banyak diminati oleh masyarakat.

(<https://www.maxmanroe.com/6-bisnis-ukm-usaha-kecil-menengah-yang-menjanjikan.html>)



Melalui tabel di atas, bahwa tingkat GDP masyarakat mulai tahun 2006 sampai 2012 mengalami peningkatan. Sedangkan, pada tahun 2013 mengalami penurunan sedikit dibandingkan 2012 dan pada 2014 mengalami juga penurunan sedikit dari 2013. Penurunan GDP ini menunjukkan bahwa kesejahteraan masyarakat berkurang pada tahun 2013 dan 2014 yang disebabkan salah satu faktornya yaitu tingkat stres yang cukup tinggi. Hal ini menyebabkan masyarakat membutuhkan hiburan dan yang akhirnya membuat perilaku menjadi lebih konsumtif. Pada saat ini, dunia kuliner menjadi pilihan masyarakat agar dapat mengurangi tingkat kestresannya. Oleh karena itu, sekarang makanan selain menjadi kebutuhan primer juga telah menjadi gaya hidup.

(<http://www.tradingeconomics.com/indonesia/gdp>)

Makanan yang tadinya merupakan kebutuhan primer, saat ini mulai berkembang. Makan juga bisa digunakan sebagai hiburan maupun sarana untuk berkumpul dengan teman ataupun keluarga. Bahkan, saat ini makanan juga bisa dijadikan untuk menunjukkan diri. Melalui media sosial, masyarakat zaman sekarang sering menunjukkan dirinya dengan cara mengunggah makanan yang dikonsumsinya di media sosial.

[\(http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150903101335-262-76352/ketika-kuliner-dan-gaya-hidup-terangkum-dalam-satu-buku/\)](http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150903101335-262-76352/ketika-kuliner-dan-gaya-hidup-terangkum-dalam-satu-buku/)

Beberapa masyarakat Surabaya mulai jeli untuk melihat peluang bisnis di dalam bidang kuliner. Sebagian dari mereka mulai untuk membuka restoran, café bahkan sampai kedai-kedai kecil. Seperti yang kita ketahui sekarang, di mall-mall pun banyak orang mulai membuka bisnis di bidang makanan mulai dari makanan berat seperti nasi sampai makanan ringan seperti kue, camilan dan desert. (<http://www.beritametro.co.id>)

Sebagian besar masyarakat melihat peluang besar dalam berbisnis makanan, maka bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang paling banyak peminatnya. Semakin banyak yang menggeluti bisnis makanan, maka semakin banyak pula beragam pilihan bagi pelanggan. Bagi para penggelut bisnis kuliner tidak boleh berhenti untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi seiring persaingan yang sangat ketat saat ini. (<https://infopeluangusaha.org/tips-cara-memulai-usaha-kuliner-untuk-pemula/>)

Persaingan di bidang kuliner saat ini semakin banyak dan kompetitif, sehingga mereka tidak berhenti untuk berinovasi agar dapat mampu bersaing dengan yang lain. Seperti yang kita ketahui, saat ini banyak bermunculan makanan mulai dengan kemasan yang unik dan berbagai rasa yang variatif. Jika kita lihat sekarang ini, masyarakat Surabaya khususnya anak-anak muda lebih senang dengan makanan bukan seperti nasi akan tetapi makanan ringan seperti kue. Salah satu kue yang disukai anak-anak muda zaman sekarang yaitu martabak manis atau terang bulan.

Martabak manis atau terang bulan adalah sejenis kue dadar. Kue ini berasal dari pulau Bangka Belitung, Indonesia. Kue yang berasal dari Bangka ini telah tersebar di seluruh Indonesia. Jika masyarakat Jawa Timur lebih mengenal dan menyebutnya Terang Bulan. Apabila di luar Jawa Timur orang lebih mengenal dan menyebut kue ini Martabak Manis. Semua orang menyukai kue ini karena rasa yang enak dan lezat. (<http://gregetin.com/sejarah-terang-bulan/>)

Terang bulan terbuat dari bahan dasar yaitu tepung, gula dan telur. Terang bulan yang enak dan lezat ini biasanya diisi dengan coklat, keju dan kacang. Pembeli dapat memilih isinya sesuai dengan selera mereka. Tidak lupa juga diberi susu agar lebih nikmat setelah diisi. Terang bulan disukai hampir oleh semua orang.

Sekarang ini, telah banyak orang mulai membuka bisnis terang bulan terlebih di wilayah Surabaya. Banyak brand baru mulai bermunculan. Salah satunya yaitu terang bulan Hars. Hars telah mulai dikenal oleh masyarakat Surabaya khususnya di wilayah timur.

Terang bulan Hars dibuka sejak 25 September 2015. Pada saat ini, selain di Surabaya, Hars juga telah ada di Bekasi dan Bandung. Tidak lama lagi, terang bulan ini akan membuka di Jakarta dan Bali. Perusahaan ini berekeinginan untuk membuka cabang-cabangnya di seluruh Indonesia.

Seperti yang kita ketahui sekarang, semakin banyaknya persaingan di bidang ini tetapi terang bulan Hars tidak takut untuk menghadapinya. Hars memiliki inovasi dan keunikan dari pesaing-pesaingnya sehingga tidak gentar untuk menjalani persaingan yang kompetitif saat ini. Inovasi dan keunikan yang dimiliki terang bulan Hars yaitu memiliki berbagai macam rasa untuk adonan dan isinya. Sedangkan, keunikan terang bulan ini yaitu dimana kuenya dapat bertahan sampai 2 hari dengan tekstur tetap empuk dan tidak keras tanpa menggunakan bahan pengempuk dan pengawet.

Rasa untuk adonan yang dimiliki terang bulan Hars terdapat 5 varian yaitu original yang berwarna kuning muda seperti terang bulan pada umumnya, kemudian pandan yang berwarna hijau, setelah itu blackforest yang berwarna hitam, red velvet berwarna merah dan yang terakhir yaitu blueberry yang berwarna ungu dan merupakan rasa terbaru di terang bulan Hars. Sedangkan, untuk isinya terdapat 12 rasa mulai dari coklat ovomaltine, green tea, coklat nutella, milo, coklat toblerone, kitkat, oreo, cream cheese, lotus, coklat ceres, kacang dan keju.

Dengan berbagai variatif rasa untuk adonan dan isinya membuat terang bulan Hars cepat untuk dikenal oleh masyarakat. Dulunya, terang bulan dikenal dengan 1 rasa adonan yaitu original dan isinya coklat, keju atau kacang, tetapi Hars saat ini membuat penetrasi baru dengan mengembangkan rasa adonan dan isinya bermacam-macam sesuai pilihan selera pembeli.

## **1.2 Batasan Masalah**

Agar penelitian dapat dilakukan secara lebih mendalam dan adanya keterbatasan, maka tidak semua masalah akan diteliti. Batasan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *construed external image of the company*, *perceived salesperson characteristics*, *perceived company characteristics* terhadap *customer extra role behaviors* melalui *customer company identification*. Pembatasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan agar penelitian tidak terlalu luas sehingga dapat dilakukan secara lebih mendalam dan tidak mempersulit dalam mengambil kesimpulan

2. Perusahaan yang diteliti adalah Terang Bulan Hars yang terletak di Dharmahusada, Surabaya
3. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdomisili di Surabaya, melakukan pembelian di Terang Bulan Hars minimal dua kali dalam dua bulan terakhir, baik pria maupun wanita, dengan batasan umur 18-60 tahun (Kotler & Amstrong, 2010)
4. Penelitian dilakukan di kota Surabaya, Jawa Timur pada bulan Mei hingga Agustus 2016.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Construed External Image of the Company* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Company Identification* pada Hars di Surabaya?
2. Apakah *Perceived Salesperson Characteristics* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Company Identification* pada Hars di Surabaya?
3. Apakah *Perceived Company Characteristics* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Company Identification* pada Hars di Surabaya?
4. Apakah *Customer Company Identification* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Extra Role Behaviors* pada Hars di Surabaya?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *construed external image of the company* terhadap *customer company identification* pada Hars di Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *perceived salesperson characteristics* terhadap *customer company identification* pada Hars di Surabaya
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *perceived company characteristics* terhadap *customer company identification* pada Hars di Surabaya
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *customer company identification* terhadap *customer extra role behaviors* pada Hars di Surabaya

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen, dalam hal ini yang berhubungan dengan variabel *construed external image of the company*, *perceived salesperson characteristics*, *perceived company characteristics*, *customer company identification*, dan *customer extra role behaviors* serta bagaimana masing-masing variabel mempengaruhi satu dengan yang lainnya.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian Bagi Penulis**

1. Penelitian ini bermanfaat sebagai bentuk implementasi penulis untuk pelajaran yang telah diperoleh dari perkuliahan untuk menambah wawasan penulis.

### **1.5.3 Manfaat Penelitian Bagi Pembaca**

1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan serta referensi bagi pembaca.

### **1.5.4 Manfaat Penelitian Bagi Pembisnis**

1. Melalui penelitian ini, pembisnis dapat memahami strategi bersaing yang akan dilakukan untuk menghadapi kompetitornya.

