

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *franchise* di Indonesia dimulai pada tahun 1990-an sebanyak 35 gerai dan terus mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam 5 tahun terakhir. Tercatat pertumbuhan waralaba pada tahun 2008 mengalami peningkatan dari 35,4% menjadi 57,6% dengan omzet penjualan mencapai Rp. 81,03 triliun yang terdiri 250 *franchise* asing dan 450 *franchise* lokal. Akan tetapi, *franchise* yang paling banyak diminati oleh wirausahawan berupa jenis usaha makanan dan minuman dengan persentase sebesar 42,9% (Bank Indonesia, 2009).

Kabupaten Bangkalan tepatnya di Universitas Trunojoyo Madura (UTM) menjadi salah satu lokasi yang strategis bagi wirausahawan khususnya usaha jenis *franchise* minuman. UTM merupakan lokasi yang cukup strategis karena jumlah mahasiswa terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Berdasarkan data BAAKPSI UTM dari lima tahun terakhir jumlah mahasiswa aktif sebanyak 13.789 mahasiswa (Tabel 1.1).

Tabel 1.1
Perkembangan Mahasiswa Aktif Universitas Trunojoyo Madura 2013-2017

Fakultas	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Hukum	1.024	1.300	1.401	1.527	1.450
Pertanian	1.462	1.553	1.629	1.721	1.510
Ekonomi	1.808	2.024	2.069	2.493	2.755
Teknik	1.500	1.670	1.768	2.091	2.164
FISIB	1.858	2.100	2.291	2.352	2.127
FKIP	1.148	1.840	2.475	2.876	2.839
FIIK	587	798	1.012	996	944
Jumlah	9.387	11.285	12.645	14.056	13.789

Sumber : BAAKPSI, 2017

Peningkatan jumlah mahasiswa yang secara terus akan meningkatkan permintaan kebutuhan pokok seperti produk minuman. Sehingga banyak ditemui usaha *franchise* minuman disekitar area kampus diantaranya yaitu Pasco, Wisco, Nyoklat, dan Coklat Klasik. Produk minuman dari jenis usaha *franchise* memiliki keunikan tersendiri dari setiap produknya dan pada umumnya disesuaikan dengan *trend* saat ini. Oleh sebab itu, seorang pelaku bisnis khususnya *franchise*

minuman harus dapat memahami perilaku konsumen dengan baik. Berdasarkan latar belakang diatas maka diperlukan adanya penelitian mengenai prefensi konsumen dalam pembelian produk minuman *franchise* pada lingkungan disekitar kampus Universitas Trunojoyo Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu :

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli minuman *franchise* ?
2. Apa saja atribut-atribut yang menjadi pilihan konsumen terhadap minuman *franchise* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui karakteristik konsumen yang membeli minuman *franchise*.
2. Menganalisis atribut-atribut yang menjadi pilihan konsumen terhadap minuman *franchise*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Bagi penulis, penelitian digunakan sebagai pengaplikasian ilmu untuk melatih kemampuan dalam menganalisis dan menambah wawasan terkait dengan perilaku konsumen.
2. Bagi perusahaan, penelitian diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait dengan produk minuman untuk meningkatkan usahanya.
3. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.