

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian (*fashion*) dan perumahan (*property*). Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi terhadap barang dan jasa. Hal ini didukung dengan semakin meningkatnya pertumbuhan dalam bidang industri. Menurut data BPS tahun 2011, industri makanan menempati urutan paling tinggi rata-rata dari tahun 2011 sampai dengan 2014, dibandingkan dengan industri lainnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa industri makanan menjadi bisnis paling potensial untuk dikembangkan.

**Tabel I. 1**  
**Indeks Produksi Besar dan Sedang Periode Tahun 2011 – 2014**

<b>Indikator Terpilih</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Industri Makanan	106.78	120.20	133.15	147.13
Industri Makanan	109.56	109.18	109.03	113.16
Tekstil	92.29	84.64	78.18	73.09 <sup>1</sup>

Sumber : Badan Pusat Statistik 2015

Seiring dengan berjalannya waktu, dimana tingkat mobilitas masyarakat kota Jakarta yang semakin tinggi, restoran atau rumah makan berkembang menjadi bisnis yang menjanjikan. Ini didukung dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan restoran bukan hanya sekadar tempat

---

<sup>1</sup> <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1062>, diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul : 15.45.

makan melainkan tempat berkumpul dengan teman, sanak saudara dan keluarga, bahkan menjadi tempat dilangsungkannya berbagai acara serta menjadi tempat pertemuan dalam berbisnis. Restoran dan rumah makan selalu menunjukkan grafik yang terus meningkat (table I.2). Melihat pertumbuhan dari tahun 2009 sampai dengan 2011, restoran dan rumah makan masih menjadi usaha potensial bagi para wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya.

**Tabel I. 2**  
**Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Tahun 2009 – 2011**

Tahun	Usaha / Perusahaan	Usaha / Perusahaan	Rata – Rata
	Jumlah	Pertumbuhan	Tenaga Kerja
2009	1.311	-	26
2010	1.359	10,37	26
2011	1.361	10,01	27 <sup>2</sup>

Sumber : Statistik Restoran / Rumah Makan Tahun 2009 – 2011, Kemenpar.

Dari tabel di atas jumlah restoran di DKI Jakarta terus mengalami peningkatan sejak tahun 2009 sampai dengan 2011. Pada tahun 2009, jumlah restoran yang meningkat dari tahun sebelumnya adalah 1.311. Meningkat pada tahun 2010 menjadi 1.359 restoran, atau bertambah sekitar 48 restoran. Dalam persentase, jumlah pertumbuhan sebanyak 10,37% di tahun 2010. Terus terjadi peningkatan jumlah restoran pada tahun 2011, menjadi 1.361.

Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru. Kondisi kuatnya persaingan antar pengusaha membuat kondisi

---

<sup>2</sup> <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=114>, diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul : 15.49.

dunia bisnis semakin penuh dengan ketidakpastian. Semakin berkembangnya jaman dan pengaruh globalisasi serta didorong dengan mobilitas masyarakat perkotaan yang semakin meningkat menyebabkan perubahan gaya hidup dan pola pikir masyarakat berubah drastis. Hal ini memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan masyarakat. Makanan cepat saji menjadi pilihan masyarakat perkotaan. Sedikitnya waktu seseorang untuk membuat masakan untuk dirinya sendiri membuat seseorang ingin sesuatu yang bias dinikmati dengan cepat. Untuk memenuhi kebutuhan akan makanannya masyarakat lebih cenderung pergi ke restoran.

Restoran cepat saji sudah banyak berkembang diberbagai daerah di Indonesia. Hal ini menyebabkan Indonesia menjadi salah satu pasar utama berdirinya restoran-restoran cepat saji. Salah satu makanan yang digemari masyarakat Indonesia adalah *steak* atau bistik. Kata *steak* berasal dari kata dalam bahasa *Skandinavia* "*steik*" yang pertama kali diperkenalkan oleh tentara Inggris pada abad 15 di Perancis setelah perang *Waterloo*. Hidangan ini biasanya terbuat dari sekerat daging berat 100 hingga 400gr. Steak telah lama menjadi hidangan istimewa dan menjadi menu favorit banyak orang di dunia. Kini steak berkembang hamper ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Di Jakarta sangat mudah dijumpai restoran yang menyajikan hidangan steak seperti *Steak House Hollycow*, *Abuba Steak*, *Steak 21*, *Waroeng Steak and Shake* dan sebagainya.

Saat ini restoran steak yang digemari masyarakat termasuk mahasiswa salah satunya adalah Waroeng *Steak & Shake*. Waroeng *Steak & Shake* atau

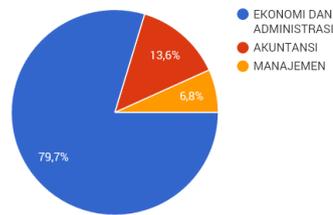
lebih dikenal dengan nama WS merupakan usaha waralaba yang didirikan oleh Jody Brotosuseno dan Siti Haryani. Pada awalnya ayah Jody sudah lebih dahulu mendirikan restoran steak yang diberi nama Obonk Steak yang telah lama berdiri di Yogyakarta, namun sasaran usaha ini adalah kelas menengah atas. Dari sinilah muncul ide untuk mendirikan usaha di bidang restoran yang menyajikan hidangan steak yang dapat menyentuh lapisan menengah ke bawah.

Mereka kemudian memilih nama Waroeng sebagai nama tempat yang mereka dirikan bukan restoran atau kafe yang Nampak mewah. Hal ini dimaksudkan agar dapat menarik minat mahasiswa. Uniknya Waroeng *Steak & Shake* menyediakan menu nasi untuk dimakan dengan steak. Pada tahun 2014 Waroeng *Steak & Shake* sudah mempunyai 61 cabang yang tersebar di Seluruh Indonesia seperti Medan, Pekanbaru, Palembang, Lampung, Bandung, Sumedang, Jakarta, Bogor, Semarang, Solo, Yogyakarta, Magelang, Bali, Surabaya, Cirebon, Tegal dan Makassar serta telah memiliki 1500 lebih karyawan yang tersebar di berbagai cabang di Indonesia<sup>3</sup>.

Peneliti telah melakukan survei awal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang terdiri dari 3 (tiga) jurusan. Hal ini bisa dilihat pada gambar I.1.

---

<sup>3</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Waroeng\\_Steak\\_%26\\_Shake](https://id.wikipedia.org/wiki/Waroeng_Steak_%26_Shake), diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul : 16.00.

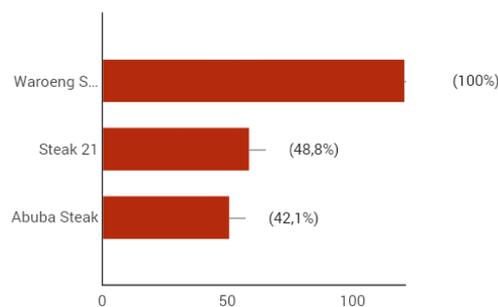


Sumber : Survei Awal Penelitian

**Gambar I.1**

### **Hasil Survei Awal Pengunjung Pada Mahasiswa FE UNJ**

Berdasarkan dari hasil survei awal terlihat bahwa restoran yang menyajikan hidangan *steak* telah mampu masuk ke dalam lingkungan masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa. Hampir semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta pernah mengunjungi restoran yang menyajikan hidangan steak.



Sumber : Survei Awal Penelitian

**Gambar I. 2**

### **Hasil Survei Awal Pengunjung Pada Mahasiswa FE UNJ**

Berdasarkan hasil survei awal mengenai restoran *steak* mana yang lebih sering dikunjungi pelanggan, Waroeng *Steak & Shake* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, dapat dilihat bahwa Waroeng *Steak & Shake* lebih sering dikunjungi dibandingkan dengan dua restoran lainnya, yaitu *Abuba Steak* dan *Steak 21*. Waroeng *Steak & Shake* menempati urutan pertama dengan presentase sempurna. Ini membuktikan bahwan

Waroeng *Steak & Shake* sudah melekat di kalangan mahasiswa terutama Waroeng *Steak & Shake* cabang Rawamangun.

Melihat semakin kompetitifnya industri yang ada, restoran atau rumah makan berhasil menjadi bisnis yang potensial di tengah ketatnya persaingan yang ada. Ini terbukti bahwa dari tahun ke tahun industri makanan dan minuman selalu mempunyai presentase dengan jumlah yang meningkat. Dalam menjalankan suatu bisnis tidak selalu berjalan mulus. Begitu pula dengan restoran Waroeng *Steak & Shake*, munculnya berbagai testimoni dari para pelanggan diharapkan dapat membantu memperbaiki kekurangan yang ada. Namun tidak mudah menghadapi komplainan pelanggan yang merasa tidak nyaman terhadap produk yang disediakan ataupun fasilitas yang tersedia belum cukup memadai.

Hal ini dibuktikan dengan munculnya keluhan pelanggan terhadap Waroeng *Steak and Shake* cabang Rawangun di dalam suatu *website*. Menurut Danur Osda dalam ulasannya menyatakan bahwa *steak* yang disajikan oleh Waroeng *Steak & Shake* Rawamangun terlalu banyak dibalut tepung layaknya *fried chicken*. Kondisi lingkungan yang kurang nyaman pun dirasakan, seperti kurangnya sirkulasi udara dan musholla yang sempit dan jember serta pelayanan yang kurang ramah.<sup>4</sup>

Menurut Fitria Knisa Leurima memberi komentar bahwa *steak* yang disajikan lebih terasa tepung daripada daging, daging yang sangat tipis serta

---

<sup>4</sup> <https://www.zomato.com/id/jakarta/waroeng-steak-shake-rawamangun>, diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul : 16.05.

saus *mushroom* yang kurang ada rasa membuatnya sangat kecewa, selain itu minuman yang disediakan dirasa sangat standar.<sup>5</sup>

Menurut Putri dalam ulasannya pada *website* resmi Waroeng *Steak & Shake*, memberikan komentar bahwa fasilitas yang disediakan kurang memadai seperti penyediaan *WiFi* di seluruh *outlet* khususnya di Jakarta.<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil survei awal pada pelanggan Waroeng *Steak & Shake* cabang Rawamangun, jumlah presentase pelanggan yang merasa tidak puas terhadap Waroeng *Steak & Shake* lebih banyak dibandingkan dengan jumlah presentase pelanggan yang merasa puas.



Sumber : Hasil Survei Awal Penelitian

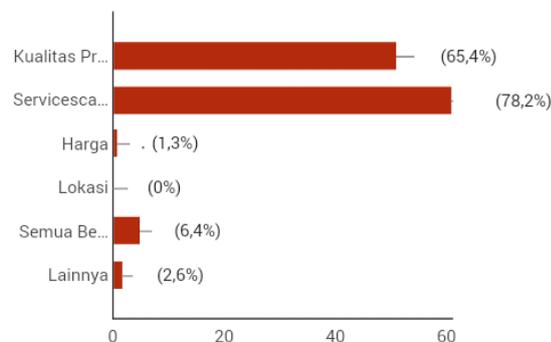
**Gambar I. 3**  
**Hasil Survei Awal Pengunjung Pada Mahasiswa FE UNJ**

Dapat dilihat dari diagram di atas bahwa selama 5 (lima) bulan terakhir mahasiswa yang mengunjungi Waroeng *Steak & Shake* Rawamangun lebih dari tiga kali, yaitu 47% sedangkan, 51% pelanggan mengunjungi kurang dari tiga kali dan 2% belum pernah mengunjungi restoran. lebih banyak. Hal ini

<sup>5</sup> <https://www.zomato.com/id/jakarta/waroeng-steak-shake-matraman>, diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul : 16.15.

<sup>6</sup> <http://www.waroengsteakandshake.com/chit-chat.php>, diakses pada tanggal 13 Februari 2016 pukul : 16.25.

dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan terhadap restoran Waroeng Steak and Shake masih rendah. Ada beberapa alasan yang menyebabkan pelanggan tidak puas seperti kualitas produk makanan, lingkungan fisik yang kurang memadai, lokasi yang tidak strategis dan harga produk yang diberikan. Dari beberapa faktor tersebut kualitas produk akan makanan dan lingkungan fisik menjadi faktor yang dominan membuat pelanggan tidak merasa puas akan restoran tersebut.



Sumber : Survei Awal Penelitian

**Gambar I. 4**  
**Hasil Survei Awal Pengunjung Pada Mahasiswa FE UNJ**

Berdasarkan hasil survei awal mengenai faktor yang menyebabkan pelanggan tidak merasa puas dengan Waroeng *Steak & Shake* cabang Rawamangun, dapat dilihat bahwa lingkungan fisik menjadi faktor utama ketidakpuasan pelanggan, yaitu dengan presentase sebesar 78,2%. Faktor kedua, yaitu kualitas produk dengan presentase sebesar 65,4% faktor ketiga, yaitu harga sebesar 1,3% dan disusul dengan faktor lainnya. Hal ini diperkuat pula dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta, dapat disimpulkan bahwa hidangan steak yang disajikan oleh Waroeng *Steak & Shake* cabang Rawamangun terkesan

sangat standar dibandingkan dengan Restoran Steak 21 dan Abuba Steak. Selain itu kondisi lingkungan yang diciptakan Waroeng Steak cabang Rawamangun masih terbilang kurang memadai, seperti terbatasnya AC, tidak tersedianya *Wifi*, pencahayaan yang kurang, tempat ibadah yang terletak dekat dengan dapur restoran yang membuat kurangnya sirkulasi udara serta toilet pengunjung pria dan wanita masih menjadi satu. Kurang memadainya fasilitas serta buruknya lingkungan fisik yang diciptakan kerap menjadi keluhan pelanggan.

Peran perusahaan menjadi penting mengingat kepuasan pelanggan menjadi hal yang utama dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis. Konsumen akan merasa puas, apabila produk dan jasa yang ia rasakan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sehingga kualitas produk menjadi hal yang penting dalam pemenuhan hal tersebut. Selain kualitas harus tetap terjaga, perusahaan juga harus meningkatkan mutu dengan menjaga kualitas makanan.

Selain kualitas produk yang harus terjaga kondisi lingkungan fisik baik dari restoran harus memadai dan tetap terjaga kebersihannya guna memberikan kenyamanan bagi konsumen. Perusahaan harus mampu menyesuaikan kondisi restoran dengan gaya hidup masyarakat yang terus berubah. Lokasi restoran yang strategis akan memudahkan konsumen sampai ke restoran dengan mudah.

Harga masih menjadi hal yang dominan di kalangan masyarakat, pemberian harga yang sesuai dengan kondisi masyarakat akan menjadi daya

tarik khusus untuk mengunjungi restoran. Apabila pelanggan sudah merasa puas terhadap produk tersebut, maka siklus kehidupan bisnis restoran tersebut akan berjalan dengan baik dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan restoran lainnya.

Dilihat dari beberapa permasalahan-permasalahan di atas, kualitas produk dan lingkungan fisik berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Mengingat masih rendahnya kualitas produk dan buruknya lingkungan fisik dari restoran sehingga menyebabkan pelanggan merasa tidak puas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya ekspektasi mahasiswa mengenai kualitas produk makanan Waroeng Steak and Shake Rawamangun.
2. Rendahnya ekspektasi mahasiswa mengenai harga makanan Waroeng Steak and Shake Rawamangun.
3. Tidak memadainya lingkungan fisik (*servicescape*) Waroeng Steak and Shake Rawamangun.
4. Kurangnya kepuasan pelanggan terhadap Waroeng *Steak & Shake* Rawamangun.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi di atas, peneliti membatasi masalah yang diteliti, yaitu hanya pada hubungan antara kualitas produk dan lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan Waroeng *Steak & Shake* Cabang Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Waroeng *Steak & Shake* Cabang Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta?.
2. Apakah terdapat hubungan antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan Waroeng *Steak & Shake* Cabang Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta?.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan pengetahuan, kemampuan berpikir khususnya dalam bidang pemasaran untuk mempelajari lebih dalam mengenai perilaku konsumen serta menambah pengalaman untuk melakukan penelitian di kemudian hari.

2. Bagi Universitas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tentang masalah yang terjadi di institusinya khususnya pada mahasiswa, dan sekaligus dapat memperbaiki masalah tersebut, sehingga kualitas peserta didik menjadi meningkat.
3. Bagi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, khususnya untuk Fakultas Ekonomi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian referensi, yang mungkin bisa membantu dalam pemilihan restoran dengan lebih baik dari sebelumnya.
4. Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.
5. Bagi pemasar, khususnya bagi pengusaha bidang industri makanan dan minuman Waroeng *Steak and Shake* Rawamangun sebagai bahan kajian referensi terhadap permasalahan yang terjadi dalam hal rendahnya jumlah keputusan pembelian produknya saat ini.