

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi seperti saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat mengakibatkan adanya perubahan yang begitu dinamis dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang jasa. Para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat mempertahankan bisnisnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat bukan berarti bahwa antar perusahaan satu dan yang lainnya menjadi patah arang untuk menjadi yang terdepan di industri, sebaliknya persaingan tersebut menjadi pemicu bagi perusahaan untuk menemukan dan memasarkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar, sehingga industri pun menjadi lebih berkembang. Salah satu industri yang sedang berkembang pesat saat ini adalah industri restoran makanan cepat saji. Perkembangan industri ini tidak terlepas dari adanya peningkatan pada budaya serba *instant*, seperti halnya makan di luar rumah, daripada memasak, lebih baik dan lebih cepat apabila makan di restoran makanan cepat saji, bahkan menurut survei terbaru dari *mastercard* yang bertajuk *consumer purchasing priorities* dikatakan bahwa 80% orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di *outlet* atau restoran cepat saji,

diikuti oleh pusat jajanan atau *food court* yang menempati urutan kedua dengan 61% dan kafe kelas menengah sebanyak 22%¹.

Meningkatnya jumlah restoran yang ada di Indonesia menyebabkan peningkatan persaingan dunia usaha untuk memenangkan pangsa pasar di industri, salah satu bisnis restoran makanan cepat saji yang cukup terkenal dan menarik perhatian pelanggan adalah *Kentucky Fried Chicken* (KFC).

KFC didirikan pada tahun 1939, oleh Kolonel Harland Sanders dan pemegang hak waralaba tunggal KFC di Indonesia dimiliki oleh PT. *Fastfood* Indonesia, Tbk. yang termasuk dalam kelompok Usaha Gelael pada tahun 1978.

Setiap perusahaan yang didirikan tentunya menginginkan untuk dapat tetap hidup dan berkembang setiap tahunnya. Salah satunya dengan meningkatkan laba perusahaan. Laba perusahaan dapat diperoleh dengan meningkatkan penjualan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, yaitu dengan melakukan strategi pemasaran yang baik. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu dampak baik dari terciptanya hubungan yang baik dari perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, apabila perusahaan ingin terus dapat mempertahankan eksistensinya di industri. Namun, pelanggan akan berpindah ke perusahaan pesaing jika mereka merasa kecewa dan kurang puas karena kebutuhannya belum terpenuhi oleh KFC. Mau tidak mau pelaku bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Di

¹[m/tribunners/2016/21/28/tren-terbaru-masyarakat-indonesia-lebih-suka-makanan-cepat-saji](http://m.tribunners.com/2016/21/28/tren-terbaru-masyarakat-indonesia-lebih-suka-makanan-cepat-saji). (Diakses pada tanggal 20 Januari 2017).

tengah persaingan usaha, KFC harus mampu bersaing dengan bisnis waralaba lainnya dalam hal memperebutkan nilai yang berbeda di mata pelanggan dan membuat pelanggan merasa puas. Oleh karena itu, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, KFC seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk. Setiap perusahaan seharusnya memberikan kualitas produk yang terbaik mereka kepada pelanggan, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Namun tidak semua perusahaan dapat memberikan kualitas produk terbaik mereka seperti yang terjadi di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Arion Mall.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara langsung dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas produk di KFC Arion Mall kurang memuaskan, disebabkan oleh karena nasinya kerap kali terasa keras dan warna ayam yang disajikan KFC ada kalanya berwarna kecoklatan pekat, seperti terlalu matang, sehingga menyebabkan pelanggan kurang merasa puas setelah mengkonsumsi produk KFC.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa disalah satu *outlet* KFC, konsumen mendapatkan kualitas produk yang tidak semestinya. Ketika beliau membeli KFC Super Besar satu sebanyak tiga puluh dua (32) untuk di antar pada pukul 06.30 WIB, dalam

rangka acara ulang tahun anak di sekolahnya. Dari tiga puluh dua (32) paket tersebut tersisa empat (4) yang beliau bawa pulang untuk makan di rumah. Pada saat beliau ingin memakannya sekitar pukul 14.30 WIB, ternyata nasi dari tiga (3) paket sisa mengeluarkan aroma yang tidak sedap dan basah, alias *basi*. Selama ini, beliau yang sudah cukup lama menjadi pelanggan KFC terkadang melakukan pembelian pada pukul 12.00 WIB, lalu mengkonsumsinya pada pukul 20.00 WIB, masih layak untuk dimakan, hanya saja nasi biasanya menjadi lebih keras dari pada pesan langsung makan. Menurutnya, ada yang salah dengan cara KFC dalam memasak nasi tersebut. Beliau merasa kecewa karena tidak biasanya mendapatkan kejadian seperti itu dan berharap KFC lebih memperhatikan lagi tingkat kualitas sajiannya². Oleh karena hal tersebut, maka menyebabkan cukup rendahnya kepuasan pelanggan di KFC tersebut.

Faktor kedua yang mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Saat pelanggan mengunjungi tempat usaha, seperti waralaba, tentunya mereka mengharapkan untuk memperoleh kualitas pelayanan terbaik yang diberikan oleh perusahaan. Namun pada kenyataannya, tidak semua pelanggan memperoleh kualitas pelayanan terbaik dari perusahaan tersebut, seperti yang terjadi pada KFC Arion Mall.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara langsung dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas

² <http://inside.kompas.com/suratpembaca/read/50528> (Diakses pada tanggal 1 November 2016).

pelayanan di KFC Arion Mall kurang memuaskan disebabkan oleh antrian pembayaran yang sangat panjang dan lama membuat beberapa pelanggan tersebut menjadi beralih pada pewaralaba pesaing dari KFC yang lokasinya tidak jauh dari KFC tersebut. Selain itu, pelayan dan kasir di KFC tersebut kurang ramah pada pelanggan ketika melayani antrean pelanggan yang membuat pelanggan merasa tidak nyaman dengan pelayanannya. Masalah lainnya, yaitu adanya penanganan keluhan pelanggan yang kurang baik, contohnya seperti penanganan keluhan yang terkadang cenderung lambat dalam menangani keluhan dari pelanggannya, yang kemudian pada akhirnya menyebabkan kurangnya kepuasan pelanggan di KFC Arion Mall tersebut.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa di salah satu *outlet* KFC, pelanggan tidak mendapatkan pelayanan yang baik. Ketika beliau memutuskan untuk membeli makanan di KFC, ibu yang tidak diketahui identitasnya ini mengajak sang anaknya yang berusia lima (5) tahun untuk makan di KFC. Ia mengira, menu ayam goreng itu aman-aman saja. Sampai ketika sang anak hampir menghabiskan makanannya, beliau menemukan sesuatu yang menjijikan dalam ayam yang dipesannya. Ibu tersebut melihat banyak belatung bergerak di daging ayam pesannya dan segera mengabadikan momen tersebut sebagai bukti sebelum membawa anaknya ke rumah sakit. Setibanya di UGD (Unit Gawat Darurat), anak tersebut tersedak kemudian muntah. Dokter langsung mengetahui bahwa anak tersebut mengalami keracunan makanan. Meskipun sudah ada buktinya, pihak KFC menolak menghubungi ibu dari anak tersebut. Perempuan tersebut

akhirnya menghubungi pihak kepolisian melalui *Facebook* dan beliau juga menyertakan video yang telah direkamnya sebagai peringatan untuk orang lain³. Oleh karena hal tersebut, maka menyebabkan rendahnya kepuasan pelanggan pada KFC tersebut.

Faktor ketiga yang mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan adalah lingkungan fisik (*servicescape*). Setiap pelanggan mengharapkan suasana yang nyaman dengan fasilitas yang memadai, seperti tersedianya tempat duduk untuk para pelanggan, pencahayaan yang baik dan kebersihan lingkungan yang terjaga. Namun pada kenyataannya terkadang perusahaan kurang memperhatikan hal-hal tersebut seperti yang terjadi pada KFC Arion *Mall*.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara langsung dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa lingkungan fisik (*servicescape*) di KFC Arion *Mall* kurang memuaskan oleh karena sedikitnya tempat duduk yang tersedia. Sedangkan pelanggan, khususnya pada waktu makan siang jumlahnya cukup banyak dan ada kalanya tidak mendapat meja dan tempat duduk, sehingga pelanggan merasa kurang nyaman untuk berlama-lama di tempat tersebut. Selain itu, kebersihan lingkungan pun kurang terjaga contohnya, kebersihan piring. Piring makan untuk pelanggan kerap kali masih terlihat kurang bersih. Lantai dan tempat duduk *closet toilet*

³ <http://jabar.tribunnews.com/2016/10/12/hati-hati-makan-ayam-kfc-hewan-menjijikkan-ini-bisa-masuk-ke-perutmu-lho> (Diakses pada tanggal 1 November 2016).

juga acap kali terlihat kurang bersih. Sehingga, hal-hal tersebut menyebabkan kurangnya kepuasan pelanggan pada KFC Arion Mall.

Contoh lainnya, yaitu seperti yang dilansir dari artikel *online* diperoleh informasi bahwa di salah satu *outlet* KFC, pelanggan melihat kurang diperhatikannya masalah kebersihan pada KFC. Ketika beliau ingin membeli produk KFC, beliau menyaksikan sendiri pegawai restoran tersebut tidak mengenakan sarung tangan dan penutup mulut, serta hidung saat membuat *burger*. Beliau menuding bahwa restoran cepat saji KFC itu tidak memperhatikan standar kebersihan dan kesehatan konsumennya⁴. Oleh karena hal itu, maka menyebabkan rendahnya kepuasan pelanggan di KFC tersebut.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan lingkungan fisik (*servicescape*).

Berdasarkan kompleksnya masalah-masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hal-hal yang berkaitan dengan rendahnya kepuasan pelanggan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan KFC, yaitu sebagai berikut:

1. Rendahnya kualitas produk.
2. Kurangnya kualitas pelayanan.

⁴ <https://www.merdeka.com/dunia/pengusaha-china-protos-kebersihan-makanan-di-kfc.html> (Diakses pada tanggal 1 November 2016).

3. Lingkungan fisik (*Servicescape*) yang kurang nyaman.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah kepuasan pelanggan merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara kualitas pelayanan dan lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) *Arion Mall* pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan lingkungan fisik (*servicescape*) terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, dapat

berguna sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan.

2. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan ataupun hal-hal lain yang terdapat dalam skripsi ini. Sehingga mahasiswa dapat membuat skripsi yang lebih baik lagi.

3. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa yang akan datang, serta dapat menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan hubungan antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan.

4. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

5. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu kualitas pelayanan dan lingkungan fisik (*servicescape*). Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memicu kepuasan pelanggan.