

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis di abad 21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Salah satu bisnis yang menunjukkan perkembangan pesat adalah bisnis di bidang kuliner. Bisnis ini merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan mulai dari skala kecil sampai besar, seperti restoran. Bisnis kuliner pun menjadi daya tarik bagi kalangan pengusaha di beberapa kota besar di Indonesia. Bisnis kuliner di Jakarta terus tumbuh mencapai 20% di bandingkan bisnis di bidang lainnya dan ini dibuktikan dengan Kementerian Perindustrian yang mengadakan pameran Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Jakarta para peserta pameran terus menunjukkan pertumbuhan dan semakin banyak<sup>1</sup>.

Di zaman modern seperti sekarang ini, industri kuliner di Indonesia semakin berkembang dengan cepat, terutama di kota – kota besar di Indonesia. Kebutuhan dan gaya hidup yang tinggi menjadi salah satu faktor industri kuliner di Indonesia terus tumbuh dan berkembang di beberapa kota besar di Indonesia termasuk Jakarta. Di Jakarta sendiri, hasil riset terbaru Qraved.com situs pencarian dan reservasi restoran di Jakarta dan juga lembaga riset McKenzie mengungkapkan bahwa telah terjadi

---

<sup>1</sup> Jitunews, Bisnis restoran atau kuliner tumbuh 20% di Jakarta (<http://www.jitunews.com/read/4437/moncer-bisnis-kuliner-tumbuh-20-di-jakarta>) (diakses pada tanggal 20 Februari 2017)

pergeseran tren dimana semakin banyak masyarakat Jakarta yang memiliki kebiasaan makan di luar dengan menghabiskan dana sekitar US\$1,5 miliar atau sekitar Rp 17 Triliun untuk makan di luar rumah<sup>2</sup>. Maraknya kebiasaan makan di restoran atau kafe ini juga di topang dengan pertumbuhan restoran atau kafe hingga 250% dalam 5 (lima) tahun terakhir<sup>3</sup>. Maka, tidak heran jika persaingan bisnis restoran cukup ketat. Persaingan ini terjadi di beberapa kota besar di Indonesia khususnya di DKI Jakarta.

Masyarakat Jakarta saat ini lebih memilih restoran dan kafe sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman atau keluarga, *meeting* dan mengerjakan tugas pekerjaan atau kuliah. Beberapa kalangan masyarakat Jakarta menjadikan restoran dan kafe menjadi bagian dari bersosialisasi dan menunjukkan status sosial pribadi mereka. Saat pelaku usaha kuliner bisa menyediakan pemenuhan gaya hidup tersebut, restoran dan kafe yang bisa mengakomodasinya akan sukses mendapatkan banyak konsumen.

Saat ini masyarakat memandang kuliner bukan saja untuk memenuhi kebutuhan untuk makan. Namun lebih dari itu, makanan kini sudah bertransformasi menjadi sebuah pemenuhan kebutuhan untuk *refreshing* dan sekedar hobi mengunjungi restoran atau kafe bahkan

---

<sup>2</sup> Tempo, *Orang Indonesia habiskan 17 triliun rupiah untuk jajan* (<https://m.tempo.co/read/news/2014/04/17/174571251/orang-indonesia-habiskan-rp-17-triliun-buat-jajan>) (Diakses pada tanggal 20 Februari 2017 21.16)

<sup>3</sup> Tribunnews, *Restoran kelas menengah meningkat dan tumbuh 250%* (<http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>) (Diakses pada tanggal 20 Februari 21.25)

menjadi gaya hidup. Nongkrong di kafe belakangan ini menjadi tren gaya hidup remaja di kota kota besar di Indonesia<sup>4</sup>. Beberapa kalangan masyarakat datang ke restoran atau kafe tidak hanya untuk makan dan minum saja tetapi untuk memenuhi hobi fotografi di restoran atau kafe dan untuk sekedar *refreshing* mencari suasana baru di luar rumah menikmati sajian dan fasilitas dari restoran atau kafe tersebut. Kalangan remaja perkotaan datang ke kafe tidak hanya membeli rasa tetapi mereka juga membeli pola dan gaya hidup, agar mereka menjadi orang modern. Inilah efek samping dari pencitraan media melalui media sosial.

Setiap pelaku usaha diharapkan bisa peka dalam melihat setiap perubahan yang terjadi pada masyarakat perkotaan. Para pelaku bisnis *food service* terutama restoran dan cafe ditantang untuk menciptakan suatu differensiasi unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Mereka juga harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu *experience* ketika mengonsumsi produk dan jasa, sehingga akan membuat mereka terkesan. Oleh karena itu, di perlukan sebuah paradigma untuk menggeser pemikiran tradisional dalam kategori bisnis *food service* khususnya restoran, yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan suatu pengalaman tak terlupakan.

---

<sup>4</sup> Karlita, Ila, *Nongkrong di kafe menjadi gaya hidup baru remaja perkotaan* (<http://pekanbaru.tribunnews.com/2015/02/01/nongkrong-di-kafe-menjadi-gaya-hidup-baru-remaja-perkotaan?page=1>) (diakses pada tanggal 21 Februari 2017)

Meskipun usaha restoran dianggap berprospek cerah karena pada dasarnya, makan adalah kebutuhan fisiologis manusia. Banyak restoran yang gulung tikar akibat tidak mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Bisnis restoran sangat rentan, khususnya terhadap masalah konsistensi rasa, pelayanan, lingkungan fisik dan harga.

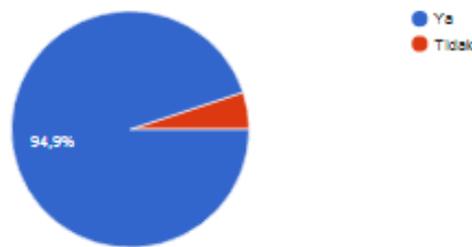
Bisnis restoran yang saat ini cukup diminati masyarakat adalah restoran Roti Bakar, saat ini terdapat beberapa restoran roti bakar terkenal di kalangan masyarakat Jakarta yakni Roti Bakar Eddy, Roti Bakar 88 dan Roti Pisang Bakar Ghifari. Persaingan beberapa restoran Roti Bakar ini cukup ketat demi memenangkan pangsa pasar di industri kuliner dengan mendapatkan kepuasan dari pelanggan.

Roti Pisang Bakar Ghifari adalah salah satu restoran Roti Bakar terkenal di Jakarta. Cabang Restoran Ropisbak ini pun menyebar di beberapa wilayah Jabodetabek, termasuk Ropisbak Rawamangun. Ropisbak Ghifari menjual menu utama roti dan pisang bakar yang dipakaikan macam-macam *topping* manis. Di sini tersedia beragam sajian mulai dari pisang bakar, makanan instan, mi instan, *pizza*, *omelette* sampai dengan *pancake*<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Abdilla, Reynas, *Menikmati roti bakar berbalur selai nutella di Ropisbak Rawangun* (<http://www.tribunnews.com/travel/2015/10/07/menikmati-roti-bakar-berbalur-selai-nutella-atau-ovomaltine-di-ropisbak-ghifari-rawamangun>) (diakses pada tanggal 24 Februari 2017)

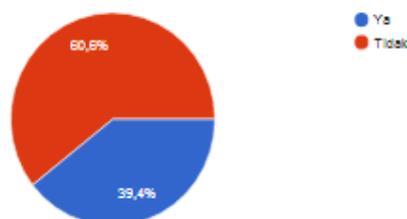
Peneliti telah melakukan survei awal pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1.1



Sumber : Survei Awal Penelitian  
**Gambar 1.1**

**Hasil Survei Awal Pengunjung Ropisbak Ghifari Rawamangun  
Pada Mahasiswa Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta**

Berdasarkan survei awal terlihat bahwa restoran Roti Pisang Bakar Ghifari telah mampu menarik perhatian mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta untuk mengunjungi restoran. Hampir semua mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta pernah mengunjungi restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun.

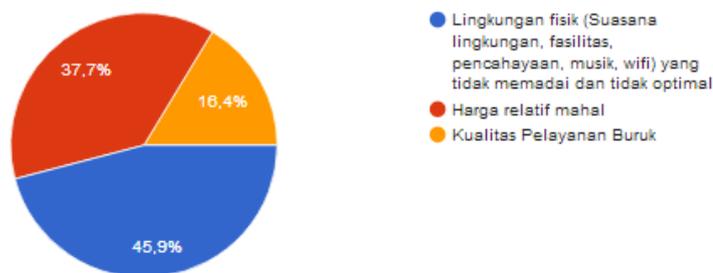


Sumber : Survei Awal Penelitian

**Gambar 1.2**

**Hasil Survei Awal Pengunjung Ropisbak Ghifari Rawamangun  
Pada Mahasiswa Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta**

Berdasarkan hasil survei awal mengenai kepuasan konsumen pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta terhadap restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun 60,6% mahasiswa Pendidikan Tata Niaga merasa tidak puas dan hanya 39,4% mahasiswa Pendidikan Tata Niaga merasa puas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan terhadap restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun masih rendah. Ada beberapa alasan yang menyebabkan pelanggan tidak puas seperti lingkungan fisik yang kurang memadai serta tidak optimal, harga yang relatif mahal dan kualitas pelayanan yang buruk. Dari beberapa faktor tersebut lingkungan fisik dan harga menjadi faktor yang dominan membuat pelanggan tidak merasa puas akan restoran tersebut.



Sumber : Survei Awal Penelitian

### Gambar 1.3

#### Hasil Survei Awal Pengunjung Ropisbak Ghifari Rawamangun Pada Mahasiswa Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta

Berdasarkan hasil survei awal mengenai faktor yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dengan Ropisbak Ghifari cabang Jl Pemuda,

Rawamangun, dapat dilihat bahwa lingkungan fisik dan harga menjadi faktor utama ketidakpuasan pelanggan, dengan persentase lingkungan fisik yang buruk sebesar 45,9% dan harga yang relatif mahal 37,7% . Faktor berikutnya, yaitu kualitas pelayanan sebesar 16,4%.

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan atau respon positif pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Konsumen dapat mengatakan puas terhadap suatu produk atau jasa, jika produk dan jasa tersebut telah mencapai atau melebihi dari harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Seseorang dapat dikatakan puas terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi apabila orang tersebut telah loyal terhadap produk atau jasa.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan dalam suatu bisnis restoran penting dilakukan karena konsumen akan memaksimalkan nilai yang dirasakan. Apabila konsumen merasakan nilai yang lebih tinggi daripada yang dirasakan, maka konsumen akan merasa puas terhadap restoran tersebut. Kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan merupakan faktor utama terhadap kesan yang dirasakan pelanggan selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang di harapkan

dan pengendalian atas kesempurnaan demi memenuhi keinginan dari pelanggan secara maksimal.

Berdasarkan survei yang awal yang peneliti lakukan melalui angket kepada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan di Ropisbak Ghifari Rawamangun kurang baik. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, yaitu konsumen yang datang pada saat kondisi restoran penuh, konsumen harus rela menunggu lama untuk masuk dan rela menunggu lama dan masuk ke dalam *waiting list*, durasi waktu *waiting list* ini terkadang cukup lama dan daftar konsumen yang masuk *waiting list* juga relatif banyak, sehingga menyebabkan kepuasan konsumen rendah. Selain itu, pramuniaga pada saat mengantarkan agak lama, semestinya durasi antara pemesanan makanan hingga makanan sampai ke meja pelanggan jangan terlalu lama agar konsumen tidak dibuat menunggu.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik sangat berperan penting terhadap kepuasan pelanggan, serta menunjang aktivitas konsumen selama berada di dalam restoran. Lingkungan fisik mencakup interior desain dan dekorasi, pencahayaan, tingkat kebisingan, kualitas udara, *wifi*, tempat ibadah dan parkir kendaraan konsumen. Namun tidak semua perusahaan mempunyai lingkungan fisik yang memadai dan lengkap, sehingga menyebabkan kepuasan konsumen rendah, seperti yang terjadi di Restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui angket kepada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta diperoleh informasi bahwa lingkungan fisik yang ditawarkan oleh Restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun tidak cukup memadai. Hal ini disebabkan pendingin ruangan berupa kipas angin yang tidak bekerja maksimal di dalam restoran Ropisbak Ghifari.

*Wifi* yang disediakan pihak restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun juga tidak berfungsi karena beberapa alasan. Ropisbak Ghifari ini pun tidak menyediakan stop kontak di meja konsumen dan hal ini banyak dikeluhkan beberapa mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas kuliah dengan laptop atau *notebook* di sore dan malam hari. *Wifi* dan stop kontak ini menjadi hal yang pertama di cari oleh mahasiswa yang ingin mengerjakan tugas kuliah di luar kampus tepatnya di Ropisbak Ghifari Rawamangun. Tetapi dalam kenyataannya kedua hal ini tidak dapat dirasakan manfaatnya oleh mahasiswa secara maksimal. Bahkan banyak mahasiswa beralih ke restoran dan kafe lain yang mempunyai fasilitas *free wifi* dan stop kontak listrik. Faktor ini menjadi salah satu penyebab konsumen Ropisbak Ghifari Rawamangun mengalami *customer switching*. Ropisbak Ghifari pun hanya menyediakan satu toilet saja, padahal jika restoran sedang ramai pengunjung konsumen pun mengantri untuk ke toilet.

Masalah lainnya yaitu masalah parkir yang sempit dan terbatas yang disediakan Ropisbak Ghifari Rawamangun. Banyak konsumen yang

mengeluhkan dalam memarkirkan kendaraanya di saat kondisi jam pulang kantor sore menjelang malam hari. Letak parkir restoran yang sempit dan menjorok ke jalanan terkadang membuat lalu lintas sekitar restoran menjadi macet karena konsumen yang membawa kendaraan roda empat terpaksa diparkir di bahu jalan sehingga menyebabkan kepuasan konsumen menjadi rendah.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Persepsi harga adalah penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama karena tergantung dari persepsi individu yang di latarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Banyak dari pelanggan yang menilai dan merasa memiliki kebanggaan dan kepuasan tersendiri, bila mereka memiliki dan menggunakan produk – produk mahal dan berkualitas. Namun kendala mengenai produk – produk tersebut adalah dipersepsikan memiliki tingkat harga yang mahal. Melihat sisi lain, jika masyarakat Indonesia sendiri yang berpendapatan rendah, khususnya bagi masyarakat berekonomi lemah, tentulah kepuasan terhadap barang – barang mewah dengan harga tinggi tidak akan tercapai.

Akan tetapi, dalam menilai kepuasan dari para konsumen, maka barang mewah dan mahal pun tidak dapat dijadikan patokan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan melalui produk dengan harga ekonomis pun, konsumen dapat memilih suatu produk, dikarenakan konsumen benar – benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut. Tentu

persepsi mengenai tingkat harga murah, sedang dan mahal pada masing – masing orang berbeda, tetapi kecenderungan penilaian konsumen tidak terlampaui terlalu jauh.

Pada berbagai bisnis kuliner, khususnya restoran dan cafe, tidak jarang konsumen pada saat ini dimanjakan dengan fasilitas yang baik seperti interior dan eksterior restoran, serta kualitas produk yang tinggi yang ditawarkan restoran tersebut dengan harga terjangkau. Tentulah hal ini memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggannya. Tetapi jika pihak restoran menetapkan harga jual produk tinggi dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang rendah maka konsumen besar kemungkinan berpindah ke restoran lainnya.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui angket kepada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di peroleh informasi bahwa harga yang ditawarkan restoran Ropisbak Ghifari Rawamangun relatif agak mahal dan tidak sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa. Padahal letak restoran berada di lingkungan pendidikan yaitu perguruan tinggi dan sekolah, tetapi harga yang ditawarkan relatif mahal. Beberapa konsumen mengatakan harga makanan tersebut cukup terjangkau tetapi dengan ditambahkan pajak yang tinggi maka harga total makanan tersebut menjadi relatif mahal dan ini dikeluhkan oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan – permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya kepuasan pelanggan di Ropisbak

Ghifari Rawamangun pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Identifikasi Masalah**

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

1. Kualitas Pelayanan yang buruk.
2. Lingkungan fisik yang kurang memadai.
3. Persepsi harga yang kurang terjangkau.

## **C. Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah rendahnya kepuasan pelanggan merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara Lingkungan Fisik (*Servicescape*) dan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan Ropisbak Ghifari Rawamangun ”.

## **D. Perumusan Masalah**

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

1. Apakah terdapat hubungan antara lingkungan fisik (*servicescape*) dengan kepuasan pelanggan?
2. Apakah terhadap hubungan antara antara persepsi harga dengan kepuasan pelanggan?

### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa yang akan datang, yakni ketika peneliti menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan antara lingkungan fisik dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan.

2. 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 mengenai hubungan antara lingkungan fisik dan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan.

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan lingkungan fisik dan persepsi harga yang lebih baik. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan.

#### 4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan tentang pentingnya lingkungan fisik dan persepsi harga dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.