

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, cara-cara pemenuhan kebutuhan konsumen saat ini lebih beragam. Tentu saja dengan melihat faktor kebutuhan akan keinginan dari konsumen itu sendiri. Dalam pemenuhan kebutuhan mendasar seperti makan dan minum, banyak perusahaan barang dan jasa menawarkan berbagai produk beragam yang sesuai dengan keinginan konsumen serta mencoba untuk memenuhi segala keinginan konsumen. Hal inilah yang dilakukan para restoran, khususnya restoran cepat saji (*fast food*), yang hingga saat ini terus mencoba memenuhi kebutuhan mendasar konsumen yang diiringi dengan keinginan yang tinggi dari konsumennya.

Persaingan restoran cepat saji saat ini terus bersaing untuk memenuhi kebutuhan akan keinginan konsumen dengan menyediakan kemudahan dalam mendapatkan produk tersebut dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen untuk tercapainya kepuasan pelanggan. Tidak hanya pada kemudahan dalam mendapatkan produk dan kelengkapan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, tetapi juga bagaimana restoran-restoran cepat saji yang ada mampu memberikan pelayanan jasa yang baik kepada konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen menurut Tjiptono dalam Handro Tumpal (2012) dengan jurnal “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen” dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, menjadi dasar yang baik bagi pembelian ulang (*repeated buying*), terciptanya loyalitas konsumen (*customer loyalty*) dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam pembentukan kepuasan pelanggan. Jika dalam pelayanan yang diterima adalah sama atau melebihi dari apa yang dipersepsikan, maka kualitas pelayanan pun akan tercipta atau memuaskan. Namun, jika dalam pelayanan yang diterima adalah tidak sama atau kurang dari apa yang dipersepsikan, maka kualitas pelayanan akan tidak memuaskan dan dapat menjadi masalah bagi perusahaan dalam jangka waktu panjang.

Citra perusahaan pada restoran cepat saji juga menjadi salah satu faktor penting dalam terciptanya kepuasan pelanggan. Bagaimana caranya kompetitor bersaing untuk menciptakan citra atau *image* menjadi yang paling tinggi mengingat begitu banyaknya restoran cepat saji yang berdiri di Indonesia seperti Kentucky Fried Chicken, Mc Donald, A&W, California Fried Chicken, dan lainnya. Menurut Lerbin R. Aritonang dalam Untung Sriwidodo (2011) dengan jurnal “Pengaruh Citra Warung *Steak* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi” citra restoran bisa dilihat dari beberapa dimensi yaitu barang yang dijual, waktu menunggu, kualitas makanan, cita rasa makanan dan minuman, kebersahabatan, ketanggapan, pengetahuan, pakaian

pegawai atau pekerja, kebersihan restoran, harga, kualitas pelayanan secara keseluruhan, kualitas produk secara keseluruhan dan faktor apa yang penting bagi konsumen ketika memilih restoran.

Salah satu restoran cepat saji di Indonesia adalah PT Fast Food Indonesia, Tbk yang mendirikan restoran yang bernama *Kentucky Fried Chicken* (KFC) yang menyebar di banyak daerah di Indonesia. Dari sekian banyak restoran cepat saji di Indonesia, saat ini yang mendominasi pangsa pasar yakni *Kentucky Fried Chicken* (KFC). Hingga bulan Maret 2009, KFC mendominasi pangsa pasar sebesar 45%, selanjutnya disusul oleh Restoran Sederhana dan McDonald's masing-masing sebesar 37% dan 25% (<http://www.swa.co.id/search/cepat-saji-di-ibukota>). Namun pada survei yang dilakukan oleh SurveyOne, bahwa pada tahun 2011, KFC mengalami penurunan dimana KFC hanya menduduki peringkat keempat kategori restoran cepat saji.

Tabel 1.1
SurveyOne Kategori Restoran

Brand	Hasil Survey
MCD	23,22%
J.Co	22,02%
Dunkin'Donut	21,58%
KFC	20,79%
BreadTalk	20,00%

Sumber: <http://www.surveyyone.co.id/research-publication/>

Dalam menjamin mutu layanan dan produk di semua gerai KFC Indonesia, PT. Fast Food Indonesia (selaku pemegang *franchise* KFC di Indonesia) menggunakan standar yang telah digariskan prinsipalnya, yakni dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa di semua gerainya serta terus meningkatkan citra atau *image*-nya agar menjadi yang terdepan.

Namun dalam kenyataannya, restoran KFC masih sering mendapatkan laporan-laporan keluhan dari pelanggan-pelanggannya. Untuk KFC cabang Pangkalan Jati, keluhan dirasakan oleh konsumen yang pernah mengunjungi tempat ini seperti lamanya antrian dalam memesan makanan, tempat yang kurang bersih serta layanan *drive thru* yang kurang memuaskan sehingga munculnya ketidakpuasan konsumen terhadap KFC cabang Pangkalan Jati, Kalimantan ini (<https://foursquare.com/v/kfc--kfc-coffee/4bebc8e1b3352d7f3ad656d2>). Data keluhan yang ada pada KFC cabang Pangkalan Jati ini mengalami peningkatan dari beberapa bulan sebelumnya.

Tabel 1.2
Data Keluhan KFC cabang Pangkalan Jati

Bulan	Jumlah
Januari	0
Februari	3
Maret	1
April	3
Mei	6

Sumber: KFC cabang Pangkalan Jati

Lalu, citra perusahaan KFC sempat terkena isu negatif. Dimana isu ini mengenai pihak KFC yang dituding oleh pihak Greenpeace. Greenpeace

melaporkan bahwa KFC menggunakan produk kemasan yang berasal dari hutan alam Indonesia yang dipasok oleh Asia Pulp and Paper (APP). Peneliti Greenpeace sudah melakukan uji forensik selama dua tahun dengan mengambil berbagai sampel yang digunakan oleh KFC, sampel yang diambil mulai dari gelas, bungkus kentang goreng, tisu, dan wadah kemasan *bucket* ayam. Hasil penelitian menunjukkan kandungan serat kayu yang digunakan berasal dari hutan tropis di Indonesia. Namun, KFC berdalih jika pihak KFC tidak mendapatkan serta tidak menggunakan bahan-bahan yang dimaksud oleh pihak Greenpeace. Greenpeace juga menyebutkan jumlah outlet KFC yang berdiri di Indonesia lebih banyak dibandingkan jumlah Harimau Sumatera yang masih tersisa. Kemasan sekali pakai yang kemudian dibuang menjadi sampah sangat tidak setara dengan kepunahan satwa langka yang dilindungi seperti Harimau Sumatera, dan habitat
ramin serta pengeringan lahan gambut
(<http://green.kompasiana.com/penghijauan/2012/06/04/permasalahan-kfc-dan-hutan-indonesia-462196.html>).

Berdasarkan permasalahan di atas, terjadi kesenjangan dimana kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Fast Food Indonesia, dalam hal ini pada KFC, yang menggunakan sistem standarisasi nyatanya tidak dapat memuaskan konsumen karena adanya berbagai keluhan konsumen akan pelayanan jasa dari KFC itu sendiri. Ditambah dengan isu yang membuat citra perusahaan sempat tercoreng dengan adanya berita tuduhan pihak Greenpeace terhadap KFC.

Alasan peneliti memilih KFC sebagai objek penelitian karena KFC adalah restoran cepat saji yang paling mendominasi di Indonesia jika dibandingkan dengan McDonald, A&W dan lain-lain. KFC juga sudah dikenal dalam hal pelayanan yang baik terhadap konsumen serta citra perusahaan yang baik dimata konsumen, walaupun di lapangan masih saja ada keluhan-keluhan dari konsumen terhadap KFC itu sendiri. Selain itu, KFC cabang Pangkalan Jati yang dijadikan sebagai objek penelitian karena di tempat ini pelayanan yang diberikan adalah yang terlengkap untuk di daerah Jakarta Timur seperti Little Academy Preschool, KFC Coffee, fasilitas Wifi, Drive Thru, KFC A.M., Chaki Kids, Ngejam (*live music every Saturday night*), Nobar (nonton bareng) (<http://www.kfcku.com/store/page/2?kabupaten=178&keywords=>).

Gambar 1.1
Perbandingan Fasilitas KFC di Jakarta Timur

Store	Alamat	Kota	Layanan
ARION PLAZA JAKARTA	JL. PEMUDA NO. 3	Jakarta Timur	
JATINEGARA	JL. JATINEGARA TIMUR RAYA NO. 84	Jakarta Timur	KFC a.m.
PASAR REBO	JL. GEDONG NO. 57	Jakarta Timur	KFC a.m.  
RAMAYANA PONDOK GEDE	JL. RAYA PD. GEDE, PD. GEDE MALL	Jakarta Timur	
GIANT (HERO) PONDOK BAMBU	JL. PAHLAWAN REVOLUSI	Jakarta Timur	
GRAHA CUANTUNG	JL. RAYA BOGOR	Jakarta Timur	
CARREFOUR LAKESPRA CAWANG	LAKESPRA MT. HARYONO JAKARTA	Jakarta Timur	
CIRACAS	JL. RAYA BOGOR KM. 25, CIRACAS JAKARTA TIMUR	Jakarta Timur	KFC a.m.  
BANDARA HALIM PERDANA KUSUMA JAKARTA	JL. HALIM PERDANA KUSUMA BANDARA HALIM PERDANA KUSUMA	Jakarta Timur	KFC a.m.
BUARAN PLAZA JAKARTA	JL. RADIN INTEN RT.01/ 04 KLENDER DUREN SAWIT	Jakarta Timur	 

RAWAMANGUN SQUARE	JL. PENGAMBIRAN NO. 55, RAWAMANGUN	Jakarta Timur	 
PUSAT GROSIR JATINEGARA	JL. MATRAMAN RAYA NO. 173-175	Jakarta Timur	
PGC (PUSAT GROSIR CILILITAN)	JL. MAYJEN SUTOYO NO. 76	Jakarta Timur	  
CAKUNG	PLZ TAMAN MODERN CAKUNG JL. RAYA BEKASI KM. 24	Jakarta Timur	 
KALIMALANG	JL. INSPEKSI SALURAN KALIMALANG RT.009/ RW. 007	Jakarta Timur	       
KALIBATA CITY	JL. KALIBATA RAYA NO. 1	Jakarta Timur	
JX JATINEGARA	JATINEGARA TIMUR NO. 60 -62	Jakarta Timur	
JX JATINEGARA	JATINEGARA TIMUR NO. 60-62	Jakarta Timur	

Sumber: <http://www.kfcku.com/store/page?kabupaten=178&keywords=>

Melihat uraian-uraian di atas, maka menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimalang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti memfokuskan permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi dari kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan pada KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimalang ?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan ?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan ?
4. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui deskripsi dari kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan pada KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan.
3. Untuk menguji pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimantan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi :

1. Bagi PT. Fast Food Indonesia selaku pemilik restoran cepat saji KFC sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta citra perusahaannya secara keseluruhan.
2. Bagi KFC Cabang Pangkalan Jati, Kalimalang sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta citra KFC itu sendiri pada Cabang Pangkalan Jati, Kalimalang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dan bahan pertimbangan serta pembandingan dalam melakukan penelitian lain yang sejenis.