

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Manusia sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari kebutuhan akan sosialisasi dan rekreasi. Banyak cara yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu cara yang dilakukan untuk menghilangkan stress dan kepenatan adalah bepergian mencari makanan atau jajanan diluar rumah. Makan diluar rumah telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Kini restoran dan rumah makan telah bertransformasi menjadi tempat makan yang tidak hanya menyajikan kenikmatan melalui makanan dan minuman tetapi menjadi salah satu tempat untuk berekreasi. Penataan restoran dan rumah makan menjadi tempat modern, nyaman, menarik, dan berkonsep disertai dengan pelayanan yang baik membuatnya menjadi tempat tujuan yang tepat bagi masyarakat bukan hanya untuk urusan perut namun juga untuk kebutuhan akan sosialisasi bersama dengan kerabat dan teman dekat.

Tetapi dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat saat ini yang semakin dinamis pola makan masyarakat kini semakin beragam, memunculkan kebutuhan untuk mengkonsumsi makanan secara praktis dan cepat. Kesibukkan dan kegiatan masyarakat yang banyak menyita waktu, menyebabkan mereka tidak memiliki waktu yang cukup untuk menyiapkan makanan dirumah atau memesan makanan di restoran biasa. Kondisi ini akhirnya memunculkan konsep hidangan makanan *fast food* (makanan cepat

saji) yang diperoleh di restoran cepat saji dengan berbagai pilihan yang disediakan berbagai perusahaan saat ini.

Kompetisi dalam industri restoran cepat saji menjadi semakin sengit dengan bermunculannya berbagai restoran sejenis. Salah satu restoran yang menyediakan makanan cepat saji adalah *McDonald's* restoran tersebut memanfaatkan peluang dalam industri restoran cepat saji untuk memenuhi kebutuhan para konsumen dengan merek dagangnya. *McDonald's* berdiri pertama kali pada tahun 1940 oleh dua bersaudara *Dick* dan *Mac McDonald's*. Dengan bermodalkan 40 varian makanan yang disajikan, restoran ini menjadi salah satu restoran terfavorit di California dan Amerika dimana lokasi tersebut adalah tempat berdirinya *McDonald's*. Pada tahun 1945, restoran *McDonald's* mengalami kemerosotan ditahun yang sama pula seorang pengusaha bernama *Ray Kroc* bergabung bersama *McDonald's*. *Ray Kroc* memiliki banyak ide yang berani dan brilian untuk membangun restoran *McDonald's* dari kerugian. Salah satu idenya yang paling ekstrem adalah menghilangkan hampir seluruh varian menu BBQ yang selama ini disajikan kecuali hamburger. Sebabnya, hasil riset *Kroc* memperlihatkan bahwa menu terfavorit di restoran ini adalah hamburger<sup>1</sup>.

Dimulai dari menu hamburger yang ingin dijual, *Kroc* mulai mengganti konsep restoran *McDonald's* menjadi *fast food Restaurant*. Keberhasilan menerapkan konsep ini, memunculkan ide brilian lainnya. Di tahun 1955, *Kroc*

---

<sup>1</sup><http://masihmencatat.blogspot.co.id/2011/03/sejarah-berdirinya-mcdonalds-mc-d.html> (diakses pada tanggal 6 Oktober 2015 pukul 09.00)

membuat gebrakan dengan menjual *franchise* dari restoran *McDonald's* mulai dari seluruh Amerika hingga seluruh penjuru dunia. Restoran *McDonald's* pertama di Indonesia terletak di Sarinah, Jakarta dan dibuka pada 21 Februari 1989. Berbeda dari kebanyakan restoran *McDonald's* diluar negeri, *McDonald's* juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia. Pada 1 Oktober 2008 *McDonald's* berubah menjadi *Tony Jack's* Indonesia tetapi tidak seluruh gerai *McDonald's*. Terdapat 13 gerak milik Bambang Rachmadi yang berubah antara lain berlokasi di Sarinah (Thamrin), Melawai Plaza, Blok M Plaza, Arion, Kelapa Gading, Sunter, Bandung Indah Plaza, Plaza Surabaya, Bandara Soekarno-Hatta, ITC Mangga Dua, Citra Land, Gajah Mada Plaza, dan Kebon Jeruk<sup>2</sup>.

Tidak lama kemudian, pada tahun 2009 *Tony Jack's* Indonesia bangkrut dan diambil alih oleh *McDonald's*. Restoran cepat saji *McDonald's* telah menutup 350 gerainya diseluruh dunia, terutama di Jepang, Amerika Serikat, dan China pada kuartal pertama tahun ini. Gerai *McDonald's* ditutup karena memiliki kinerja penjualan yang buruk. Tetapi hal itu tidak terjadi di Indonesia, saat ini ada sekitar 160 gerai *McDonald's* yang beroperasi diseluruh Indonesia. Tahun ini *McDonald's* sudah menambah tiga gerai, yakni di Semarang, Lampung, dan Bandung. Rencana ada sekitar 12-20 tambahan gerai baru *McDonald's* pada tahun ini<sup>3</sup>. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diciptakan dalam rangka mempertahankan pelanggan yang sudah ada

---

<sup>2</sup> <http://travellingwow.blogspot.co.id/2013/12/mcdonald-sejarah-dan-asal-usul.html> (diakses pada tanggal 6 Oktober 2015 pada pukul 09.30)

<sup>3</sup> <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/634010-mcdonald-tutup-ratusan-gerai-di-dunia--bagaimana-indonesia-> (diakses pada tanggal 7 Oktober 2015 pada pukul 09.30)

maupun menarik konsumen baru. Konsumen yang merasa puas cenderung akan menjadi pelanggan atau konsumen yang loyal. Kepuasan konsumen dapat diukur dari minatnya pembelian ulang dan ketersediaan untuk merekomendasikan produk. Kecenderungan konsumen yang merasa puas dapat menceritakan pengalaman yang mereka dapatkan kepada orang lain. Hal ini akan membantu pihak rumah makan dalam menarik konsumen baru. Kepuasan konsumen akan memberikan umpan balik kepada pengelola restoran *McDonald's* dalam melakukan perbaikan kinerja produk dan pelayanan. Kepuasan konsumen akan mampu menumbuh kembangkan perusahaan, begitu pentingnya peranan akan kontribusi konsumen baik langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan hidup usaha.

Berdasarkan latar belakang restoran *McDonald's* yang memberikan kepuasan kepada konsumen, penulis tertarik untuk meneliti dan kemudian menuangkan dalam bentuk karya ilmiah dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen pada Restoran *McDonald's* Harapan Indah Bekasi**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apa karakteristik konsumen *McDonald's*?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen di restoran cepat saji *McDonald's*?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan Penulisan**

- a. Untuk mengetahui karakteristik konsumen *McDonald's*.
- b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *McDonald's*.

### **2. Manfaat Penulisan**

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi penulis, Universitas Negeri Jakarta (UNJ), khususnya prodi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi (FE), dan pembaca secara umum.

#### **a. Bagi Penulis**

Merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan dari bangku kuliah dan dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai kepuasan konsumen pada restoran cepat saji.

#### **b. Bagi Fakultas**

Memberikan kontribusi bagi perpustakaan fakultas dengan bertambahnya referensi.

#### **c. Bagi Pembaca**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan studi perbandingan bagi keperluan penelitian berikutnya.