

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Kebutuhan yang dahulu dipenuhi hanya sekedar untuk melangsungkan hidup, kini sudah mengarah pada gaya hidup yang terus-menerus menyesuaikan dengan *trend* yang berkembang. Agar dapat bersaing menghadapi perubahan tersebut, pelaku usaha diharuskan untuk dapat menyusun dan menyempurnakan strategi dalam memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menjamurnya usaha bidang kuliner mencerminkan adanya perkembangan pesat dalam industri makanan dan minuman di Indonesia. Tercatat jumlah pengeluaran yang dikeluarkan konsumen untuk makanan dan minuman terus bertambah dari tahun ke tahun. Pengeluaran konsumen Indonesia untuk makanan dan minuman di tahun 2016 tercatat sebesar USD 176,7 miliar dengan estimasi pertumbuhan tahunan dari 2016-2020 diprediksi sebesar 9,4%¹. Fakta tersebut menunjukkan peningkatan permintaan pada industri makanan dan minuman akan terus-menerus

¹ Majalahkartini.co.id, Jakarta's Best Eats, Berikan Apresiasi pada Perkembangan Industri Kuliner (majalahkartini.co.id/gaya-hidup/kuliner/jakartas-best-eats-berikan-apresiasi-pada-perkembangan-industri-kuliner/) (diakses pada tanggal 14 Februari 2018)

meningkat seiring dengan tingkat pertumbuhan jumlah pengeluaran konsumen yang terjadi dari tahun ke tahun. Di sisi lain fakta tersebut juga menunjukkan semakin ketatnya persaingan bagi para pelaku usaha untuk dapat masuk ke industri kuliner.

Maraknya kebiasaan berkumpul di restoran atau cafe ini membuat para pelaku usaha *food service* harus lebih jeli melihat kondisi tersebut. Karena yang dijual kini bukan lagi hanya sekedar makanan dan minuman saja, tapi lebih dari itu. Selain ingin memenuhi kebutuhan fisiologisnya yaitu kebutuhan untuk makan, dalam memilih restoran atau tempat makan konsumen juga mempertimbangkan berbagai hal lainnya seperti kenyamanan, lokasi yang strategis dan fasilitas yang mendukung seperti adanya colokan dan *wifi* gratis. Seperti yang disebutkan dalam artikel dari detik *finance* bahwa generasi milenial saat ini memanfaatkan restoran atau tempat makan sebagai sarana berkumpul dengan teman-teman. Tidak hanya mencari makanan yang enak, tapi juga tempat yang nyaman serta koneksi *wifi* yang bisa mereka manfaatkan untuk berselancar di media sosial.² Maka pelaku usaha dituntut untuk terus berpikir kreatif dalam menciptakan konsep yang unik bagi bisnis mereka, agar dapat dibedakan dengan pesaingnya.

Salah satu jenis tempat makan yang sangat diminati di Jakarta adalah kedai roti bakar. Jumlahnya semakin banyak karena berkembangnya *trend*

² Tung Desem Waringin, Ingin Pelanggan Betah di Restoran? Ini Inovasi Restoran “Jaman Now” (<https://m.detik.com/finance/perencanaan-keuangan/3803637/ingin-pelanggan-betah-di-restoran-ini-inovasi-restoran-jaman-now>) (Diakses 4 Maret 2018)

mengunjungi tempat makan hanya untuk sekedar mencari suasana baru sambil menikmati makanan yang tidak terlalu berat (camilan).

Roti pisang bakar (Ropisbak) Ghifari adalah sebuah restoran yang menjadikan roti dan pisang bakar sebagai menu andalannya. Restoran ini merupakan salah satu restoran roti bakar yang cukup terkenal di Jakarta. Selain menjual aneka rasa roti dan pisang bakar dengan berbagai *topping*, Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun juga menyediakan menu sajian lainnya mulai dari mie dan makanan instan, *omelette*, *pancake*, dan camilan-camilan seperti kentang goreng, otak-otak dan sosis, serta beragam *ice cream* dan minuman.

Berdasarkan hasil survei awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan angket yang disebar secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Beberapa diantaranya tidak merasa puas setelah berkunjung dan makan di Ropisbak Jalan pemuda Rawamangun. Hal tersebut menunjukkan terdapat masalah pada kepuasan pelanggan di Ropisbak Jalan Pemuda. Penting bagi sebuah perusahaan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan manfaat yang mereka dapatkan cenderung akan melakukan pembelian ulang. Sebaliknya pelanggan yang tidak puas lebih besar potensinya untuk berpindah ke perusahaan pesaing.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan salah satu hal yang menggambarkan ekspektasi konsumen terhadap produk yang dikonsumsi. Persepsi terhadap harga

yang tinggi dari suatu produk dalam bisnis kuliner mempengaruhi ekspektasi kualitas cita rasa yang akan didapatkan oleh para konsumen.

Berdasarkan *review* yang diberikan oleh Pinasthi K. Widhi di dalam *platform online* *pergikuliner.com* menyebutkan bahwa di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun terdapat beberapa jenis makanan yang dianggap memiliki harga yang kurang terjangkau diantaranya seperti otak-otak goreng mayo, menurutnya dengan harga yang diberikan, tidak sesuai dengan ekspektasi produk yang diharapkan³.

Menurut hasil survei awal penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara dan angket yang disebar secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa persepsi harga makanan dan minuman yang ditawarkan di Ropisbak Jalan Pemuda kurang terjangkau. Alasan kurang terjangkaunya harga makanan dan minuman di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda karena terdapat beberapa makanan yang dianggap memiliki harga yang tinggi, namun produk yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Rendahnya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga diperkuat melalui penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhani Sugita dan Sasi Agustin yang membahas terkait “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan”⁴.

³Pergikuliner.com, *Review makan* (<https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/ropisbak-ghifari-rawamangun/reviews/4346354221&hl=en-ID>)

⁴Ramadhani Sugita dan Sasi Agustin, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, November 2017, hal. 129

Faktor kedua yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan secara maksimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk barang maupun jasa. pelayanan terbaik kepada pelanggan akan menciptakan kesan positif yang dirasakan pelanggan selama memanfaatkan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan angket yang disebar secara *online* kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun kurang baik. Hal ini disebabkan karena durasi waktu yang cukup lama antara *order* dan penyajian pesanan membuat pelanggan dibuat menunggu. Selain itu ketersediaan fasilitas fisik seperti toilet dan ruang shalat yang terbatas juga menjadi salah satu penyebab rendahnya kualitas pelayanan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun.

Rendahnya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan juga diperkuat dengan adanya penelitian yang telah dilakukan oleh Faris L. Lumentut dan Indrie D. Palandeng dengan judul “Fasilitas, *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen McDonald’s Manado”⁵.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lokasi tempat makan. Lokasi tempat makan yang strategis memberikan

⁵ Faris L. Lumentut dan Indrie D. Palandeng, “Fasilitas, *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald’s Manado”, *Jurnal EMBA*, September 2014, hal.109

kemudahan bagi pelanggan untuk dapat menjangkau perusahaan dalam upaya memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan angket yang disebar secara *online* kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, menunjukkan bahwa lokasi Ropisbak Ghifari yang berada tepat di pinggir jalan tersebut dinilai kurang strategis, seringkali banyak dari pengunjung yang membawa kendaraan, harus mengambil bahu jalan untuk dijadikan sebagai tempat parkir mereka. Selain itu berada di lokasi yang begitu ramai, membuat perusahaan kesulitan mengawasi pihak lain seperti pengamen dan penjual tisu yang bebas keluar-masuk di Ropisbak Ghifari. Hal tersebut dapat berpotensi menurunkan tingkat kenyamanan bagi pelanggan yang ingin bersantai dan menikmati santapan di Ropisbak Ghifari.

Rendahnya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lokasi diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Ubaidillah Al Ahror dan Hendri Soekotjo dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Milkmo”⁶.

Faktor keempat yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *store atmosphere* atau suasana toko. *Store atmosphere* atau suasana tempat yang nyaman merupakan dambaan bagi para penikmat industri kuliner. Suasana nyaman yang dirasakan dapat menciptakan pengalaman yang berkesan

⁶ Ubaidillah Al Ahror dan Hendri Soekotjo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Milkmo”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Maret 2017, hal.972

bagi pelanggan. Selain itu dengan tata letak yang rapi dan modern akan menambah nilai bagi tempat tersebut di mata pelanggan.

Berdasarkan hasil survei awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan angket yang disebar secara *online*, terdapat informasi bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta merasa tidak senang setelah mengunjungi dan makan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun karena suasana tempat yang kurang nyaman. Sehingga berpengaruh terhadap rendahnya kepuasan pelanggan Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun. Hal tersebut dibuktikan dari adanya pelanggan yang menyatakan bahwa jarak antara kursi dan meja yang terlalu berdekatan membuat suasana saat makan menjadi kurang nyaman.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh *store atmosphere* juga diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Kristiana dan Muhammad Edwar dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Café Heerlijk Gelato* Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya”⁷.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan *store atmosphere*.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang masalah rendahnya kepuasan pelanggan di

⁷ Maria Kristiana dan Muhammad Edwar, “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Café Heerlijk Gelato* Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, hal.62-74

Ropisbak Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang mempengaruhi rendahnya kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Persepsi harga yang kurang terjangkau
2. Kualitas pelayanan yang kurang maksimal
3. Lokasi yang kurang strategis
4. *Store Atmosphere* yang kurang nyaman bagi pelanggan

C. Pembatasan Masalah

Dari masalah yang telah diidentifikasi di atas, ternyata masalah rendahnya kepuasan pelanggan merupakan masalah yang sangat luas dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan peneliti serta ruang lingkupnya yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada “Hubungan antara lokasi dan *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat hubungan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah terdapat hubungan antara *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah terdapat hubungan antara lokasi dan *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan di Ropisbak Ghifari Jalan Pemuda Rawamangun pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai lokasi toko, *store atmosphere* dan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta memperdalam pengetahuan di bidang pemasaran yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

2. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini sebagai bahan untuk dijadikan bahan bacaan ilmiah dan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti

terkait variabel lokasi dan *store atmosphere* dengan kepuasan pelanggan.

3. Perusahaan/Badan Usaha

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan lokasi dan *store atmosphere* menjadi lebih baik lagi. Dengan adanya hasil penelitian ini perusahaan dapat mengetahui berbagai faktor yang dapat mendorong kepuasan pelanggan.

4. Pembaca

Sebagai sumber pengetahuan dan wawasan tentang pentingnya lokasi dan *store atmosphere* dalam upaya menciptakan kepuasan pelanggan.