

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perdagangan bebas akibat adanya arus globalisasi tentu membuat persaingan bisnis semakin ketat. Pasar internasional, maupun domestik saat ini menunjukkan perkembangan yang relatif sangat pesat seiring dengan ekspansi usaha masing-masing perusahaan dalam melebarkan pangsa pasarnya.

Kemajuan ekonomi saat ini membuat banyak persaingan di segala bidang usaha. Supaya dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan dituntut terus berinovasi. Perusahaan tersebut harus mempunyai strategi yang tepat agar mendapatkan laba atau keuntungan yang maksimum.

Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), usaha kuliner di Indonesia dalam bentuk restoran, maupun kafe sendiri menunjukkan angka yang signifikan mencapai 5,55 juta unit (Richard, 2019). Hal ini didorong pula dengan tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang cukup tinggi. Mengutip dari Putra (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan konsumsi rumah tangga sepanjang 2018 sebesar 5,05 persen. Kehadiran restoran cepat saji (*fast food*), maupun kafe sekarang tidak hanya ada di kota besar saja, namun sudah menjamur di berbagai kota-kota kecil di Indonesia.

Pertumbuhan usaha kuliner ini juga dipengaruhi oleh budaya asing dan gaya hidup yang sudah lama diperkenalkan dan berkembang di Indonesia, salah satunya budaya Korea. Perkembangan budaya asing, semakin berkembang di kalangan muda, tidak hanya musik dan perfilman, namun juga makanannya pun semakin diminati. Maka, tidak heran jika saat ini restoran ala Korea ini telah menjamur di berbagai kota yang menandakan bahwa penggemar masakan Korea cukup banyak.

Dilansir dari halaman *website* KiniBisa.com (2019) menyatakan bahwa banyaknya drama Korea yang menampilkan jajanan pinggir jalan, makanan rumah, hingga berbagai jenis restoran yang menyajikan masakan khas Korea inilah yang sukses membuat banyaknya pelaku usaha atau pebisnis lokal dan luar negeri melihat peluang besar untuk memulai bisnis makanan Korea di Indonesia.

Peluang ini semakin terlihat bahwa kini dengan mudahnya menemui restoran ala Korea di berbagai pusat perbelanjaan. Jika dahulu restoran ala Korea di Indonesia sulit ditemukan, kini banyak restoran yang muncul di berbagai lokasi yang strategis, khususnya di Jakarta, seperti *Mujigae*, *Kyochon*, *Lotteria*, *Mr. Park*, *Ojju.*, *Chung Gi Wa* dan lainnya. Hal ini menjadi bukti besarnya dampak perfilman Korea dalam menyebarkan budayanya secara tidak langsung di masyarakat Indonesia.

Dengan banyaknya restoran, khususnya ala Korea yang bermunculan memberikan masyarakat Indonesia kemudahan dalam mengakses informasi tentang berbagai macam produk, sehingga pelanggan dapat berhati-hati dalam

menentukan pilihannya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari suatu perusahaan makanan cepat saji (*fast food*).

Keberhasilan perusahaan makanan cepat saji ala Korea ini, salah satunya ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, seperti pelayanan yang maksimum dan lokasi restoran yang mudah dijangkau, sehingga menciptakan kepuasan kepada pelanggan.

Namun usaha dalam menciptakan kepuasan pelanggan tidak selalu berjalan dengan baik. Berbagai keluhan dan kritik dari pelanggan menjadi tanda ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Salah satu contoh ketidakpuasan pelanggan adalah pelayanan yang kurang nyaman, misal pelayanan yang lambat, durasi menunggu antrian yang lama, lingkungan yang tidak kondusif dan lain-lain. Apabila keluhan ini tidak ditanggapi serius oleh pihak restoran, maka pelanggan tentu akan beralih ke restoran pesaing yang berlokasi berdekatan dengan restoran tersebut.

Salah satu contoh ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan didapatkan dari hasil penelitian yang ditemukan oleh Dhyta Yuni Lestari tahun 2016 bahwa terjadi ketidakpuasan pada pelanggan *Mujigae Resto* cabang Cihampelas Walk, Bandung yang pada umumnya tidak puas karena sering mendapat *waiting list*, terutama akhir pekan atau *weekend*. Hal itu berarti mereka harus menunggu lebih lama. Orang-orang biasanya tidak menyukai waktu mereka terbuang dengan aktivitas yang tidak produktif. Ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh *delays* atau penundaan dalam menerima jasa sering dapat mendorong emosi yang kuat, bahkan kemarahan.

Sebagai salah satu perusahaan makanan cepat saji khas Korea yang berkembang di Indonesia, yaitu *Mujigae, Bibimbap & Casual Korean Food (Mujigae Resto)*, restoran ini pertama kali berdiri di Ciwalk, Bandung, pada tanggal 10 April 2013 (Serba, 2019). Budaya Korea mulai dari gaya busana, drama, musik dan makanan marak bermunculan di Indonesia merupakan alasan Alvin Arief, Direktur Restoran *Mujigae*, sekaligus pemiliknya membuka restoran ini. *Mujigae Green Pramuka Square* merupakan salah satu cabang dari perusahaan makanan cepat saji khas Korea yang berada di sekitar daerah Cempaka Putih, Jakarta Timur. Dengan mengusung konsep “*Korean Experience*”, restoran *Mujigae* seharusnya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Oscillatoria Dwi Aryani dan Erni Martini (2018) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warunk Upnormal Bandung yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan, maka mereka akan puas. Kenyataannya, kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh restoran *Mujigae Green Pramuka Square* kurang baik.

Kualitas pelayanan dinilai sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi konsumen agar mendapatkan nilai yang lebih dari yang diharapkan oleh

konsumen tersebut. Harapan konsumen itu sangat penting karena kualitas layanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan wawancara dan *survey* awal yang peneliti lakukan melalui *Google Form* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa rendahnya kepuasan pelanggan pada restoran *Mujigae Green Pramuka Square*. Hal ini disebabkan oleh sempitnya ruang tunggu, ketika antrian pelanggan panjang, ditambah lagi pelanggan juga harus menunggu *waiting list* ketika tempat sudah penuh.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu lokasi. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Ubaidillah Al Ahror dan Hendri Soekotjo (2017) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan *Café Milkmo* yang menegaskan bahwa lokasi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila lokasi restoran mudah dijangkau maka dapat memenuhi harapan pelanggan, maka mereka akan puas.

Perusahaan yang bergerak di bidang kuliner harus pandai dalam memilih lokasi, sebab lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Pemilihan lokasi yang dapat dijangkau oleh banyak konsumen, juga dapat dijadikan sebagai strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha, serta dapat membuat konsumen tertarik untuk berkunjung sehingga melakukan pembelian. Komponen yang menyangkut lokasi, meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat

pemukiman penduduk, aman dan nyaman, adanya fasilitas yang mendukung serta faktor-faktor lainnya.

Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh peneliti melalui *Google Form* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diperoleh informasi bahwa lokasi Restoran *Mujigae Green Pramuka Square* kurang strategis karena terlalu berada di dalam *mall* sehingga harus mencari letak restoran sehingga konsumen cenderung memilih restoran yang mudah ditemui.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan dan lokasi.

Berdasarkan permasalahan-pemmasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya kepuasan pelanggan di Restoran *Mujigae Green Pramuka Square* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lokasi dengan kepuasan pelanggan?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan lokasi dengan kepuasan pelanggan?

### **C. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

#### 1. Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran di masa mendatang yaitu ketika peneliti menjadi seorang wirausaha ataupun bekerja di suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai kualitas pelayanan dan lokasi dengan kepuasan pelanggan.

#### 2. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah mahasiswa di masa depan, juga untuk menambah koleksi jurnal ilmiah di perpustakaan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan lokasi dengan kepuasan pelanggan.

#### 3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan lokasi yang lebih strategis. Selain itu, dengan mengetahui hasil penelitian ini, perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong terciptanya kepuasan bagi pelanggan.

#### 4. Pembaca

Sebagai sumber untuk menambah wawasan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan lokasi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 5. Perpustakaan

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