

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini dunia bisnis berkembang semakin pesat dan ketat. Perkembangan ini ditandai banyaknya perusahaan yang ingin mempertahankan perusahaannya. Selain itu, berkembangnya dunia bisnis dapat dilihat dengan perubahan masyarakat yang dahulu hanya sekedar melangsungkan hidup dengan melihat kualitas makanan yang terbaik, sekarang sudah mengarah kepada gaya hidup atau trend yang terus menyesuaikan. Berbagai macam produk baru pun bermunculan dengan memperhatikan inovasi untuk menarik pelanggan. Dalam kondisi yang semakin meningkat persaingan maka pelaku usaha harus dapat bersaing dalam memajukan usahanya. Menyusun dan menyempurnakan strategi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

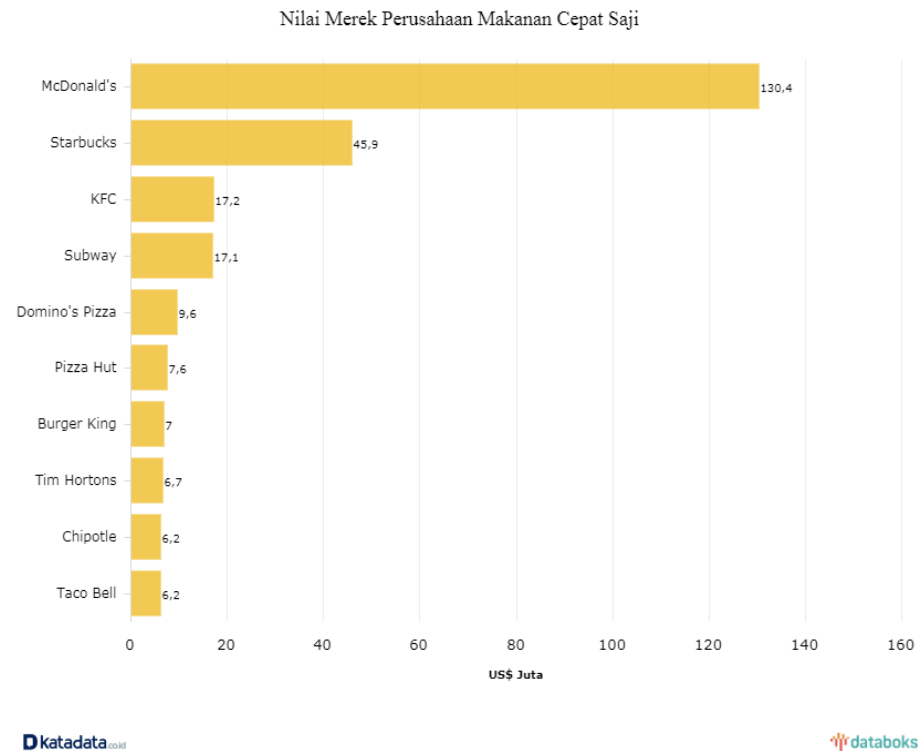
Dalam dunia bisnis pelaku usaha perlu perjuangan dan kerja keras agar bisnis bisa bergerak dari titik bawah hingga tahap berkembang dan menghasilkan profit (laba). Agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan ada beberapa cara seperti membuat perencanaan yang matang, mengutamakan keinginan pelanggan, strategi pemasaran dan menggunakan teknologi perkembangan zaman (Gideon, 2017). Dengan begitu perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif.

Saat ini sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang berkembang. Pertumbuhan makan dan minuman tercatat dalam pertumbuhan paling tinggi. Begitu pula yang dikatakan Kusnandar (2019) pengeluaran terbesar pada triwulan II tahun 2019 untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum yaitu sebesar Rp 872,66 (39,46%), diikuti transportasi dan komunikasi Rp 505 (22,84%).

Sejalannya perkembangan dunia bisnis saat ini terdapat macam-macam jenis usaha mulai dari bisnis online, bisnis penyediaan jasa, bisnis menjual barang dan bisnis kuliner atau makan (Abdi, 2019). Bisnis kuliner merupakan usaha yang menguntungkan disebabkan semua orang membutuhkan makan. Di Indonesia pilihan usaha kuliner banyak diminati. Sekaligus, memberikan peluang usaha yang menguntungkan. Adapun berbagai macam jenis usaha kuliner seperti makanan pedas yang mana jenis makanan ini banyak digemari masyarakat, roti bakar atau martabak yang memiliki penggemar dari anak-anak hingga dewasa, *fastfood* yang merupakan kuliner asal luar negeri yang banyak diminati orang Indonesia dan makanan tradisional umumnya paling disenangi di dalam kegiatan pariwisata (Sendari, 2019).

Salah satu jenis kuliner yang paling diminati masyarakat Indonesia yaitu makanan *fastfood*. *Fastfood* adalah makanan cepat saji tanpa membutuhkan waktu banyak. Jenis makanan ini tidak perlu di proses lama seperti halnya memasak sayur (Rizka, 2020). Dengan adanya restoran *fastfood* maka membuat lebih praktis dalam hal mengkonsumsi makanan seperti burger atau pizza (Hens, 2019). Dalam gambar 1.1 McDonalds merupakan salah satu restaurant paling

tinggi peminatnya dibandingkan dengan restoran yang lain. Dari laman *Mcdonalds.co.id*, (2020) bahwa McDonalds merupakan restoran *fastfood* terbesar di dunia yang diawali pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat. Dengan produk unggulan berupa Burger bernama Bigmac, McDonalds hingga saat ini telah memiliki ribuan restoran yang tersebar di lebih dari 100 negara, salah satunya Indonesia. McDonalds pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1991 dengan membuka restoran pertamanya di Sarinah, Thamrin. Pada tahun 2009 PT. Rekso Nasional Food (RNF) yang merupakan salah satu anak perusahaan dari Rekso Group menandatangani Master Franchise Agreement dengan McDonalds International Property Company (MIPCO) yang memberikan izin untuk mengoperasikan semua restoran dengan brand McDonalds dan membuka restoran baru di seluruh Indonesia. Restaurant *fastfood* McDonalds memiliki menu andalan baru yaitu *beef prosperity burger*, *black pepper chicken & rice special*. Restaurant McDonalds pun memberikan fasilitas dengan adanya Wifi, dan layanan *drive thru* (Agmasari, 2019; Astuti, 2019).



Gambar 1.1 Nilai Merek Perusahaan Cepat Saji

Akan tetapi, menurut data dari *Topbrand-award.com*, (2020) Top Brand for Teen pada tahun 2019-2020 restoran *fastfood* McDonalds menduduki posisi ke 2 setelah KFC yang menduduki posisi 1. Index restoran *fastfood* McDonalds tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar 0,7%. Dimana pada tahun 2019 sebesar 28,2% dan pada tahun 2020 sebesar 27,5%.

Data tersebut, penulis olah agar lebih ringkas dan dapat dipahami sebagai berikut :

Tabel 1.1 Brand For Teen Index 2020

Brand	TBI 2020	
KFC	33.0%	TOP
MC Donald's	27.5%	TOP
Hoka-Hoka Bento	11.7%	TOP

Burger King	10.8%	
CFC	5.7%	

Sumber: BrandTop-award.com

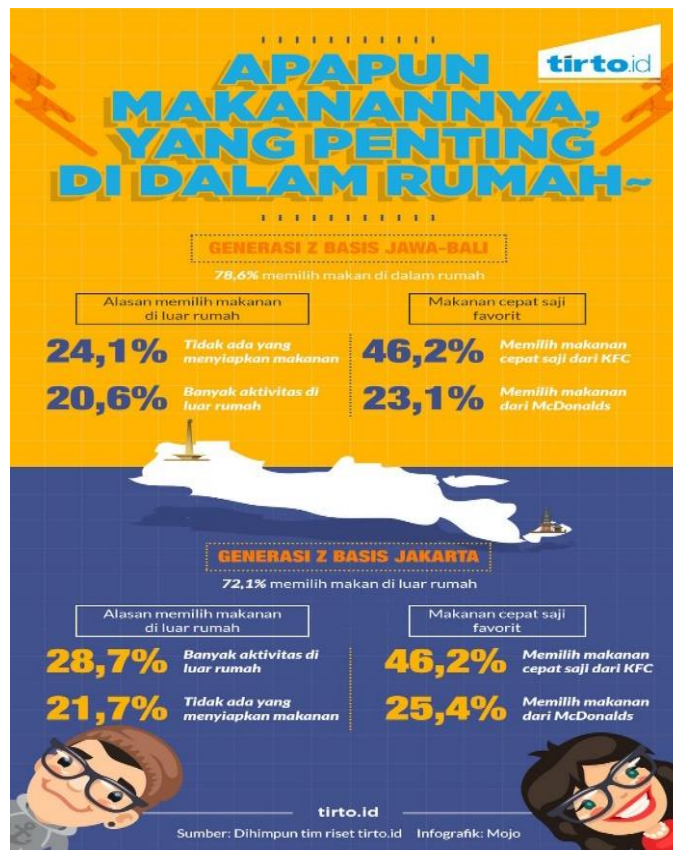
Tabel 1.2 Top Brand For Teen Index 2019

Brand	TBI 2019	
KFC	31.7%	TOP
MC Donalds's	28.2%	TOP
Hoka-hoka Bento	12.1%	TOP
Burger King	9.7%	
CFC	5.7%	

Sumber: BrandTop-award.com

Selain itu, dunia bisnis restoran cepat saji atau *fastfood* persaingannya cukup ketat. Terutama pada restoran *fastfood* KFC dan McDonalds yang mana kedua restoran ini rival dengan survei yang dilakukan lembaga riset W & S Market Research bahwa KFC lebih unggul di Indonesia daripada McDonalds (Wibisono, 2017). Hal ini berarti restoran *fastfood* McDonalds masih rendah di bandingkan dengan restoran *fastfood* KFC.

Semakin ketatnya persaingan restoran *fastfood* sesuai dengan tabel di atas tabel 1.1 dan 1.2. Maka, pelaku usaha tidak hanya menyajikan makan dan minum yang berkualitas tetapi harus mempertimbangkan berbagai hal seperti yang dikatakan oleh Sari (2018) yaitu *konsep* yang harus unik, *suasana yang nyaman* dengan cara menjaga kebersihan setiap waktu dan *menu* dengan mengikuti trend yang ada. Dengan pertimbangan faktor di atas dengan besar kemungkinan pelaku usaha dapat bersaing dengan bisnis kuliner lainnya.



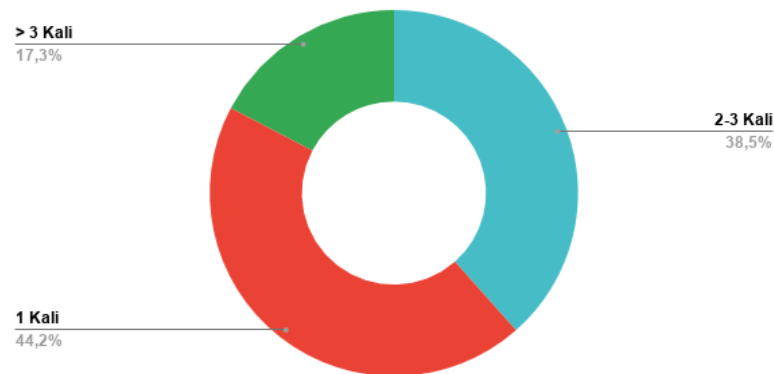
Gambar 1.2 Presentase Minat Generasi Z Dalam Mengkonsumsi McDonalds

Dari gambar 1.2 menggambarkan bahwa generasi z yang lahir pada rentang 1990-an hingga 2010-an sering memilih makan diluar rumah. Restoran cepat saji jadi salah satu tujuan mereka. Survei *Tirto.id* menunjukkan KFC menjadi restoran yang di sukai generasi z dengan presentase 46.2%. Di urutan kedua ada McDonalds dengan presentase 25.4%. Restoran cepat saji yang dipilih generasi z di Indonesia adalah yang menyajikan menu nasi. Nasi masih menjadi makanan pokok bagi mayoritas masyarakat Indonesia. Selain itu, di Amerika Serikat menurut laporan *Time* Generasi z menjadi sasaran pelanggan restoran-restoran perusahaan makanan.

Dari penjelasan di atas menyebutkan bahwa banyak generasi z dengan rentang umur 10 - 30 tahun dengan tahun lahir 1990-an hingga 2010-an lebih dominan pada restoran *fastfood* salah satunya McDonalds. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menindaklanjutinya melakukan survei awal yang dilakukan pada mahasiswa, yang dalam hal ini masuk ke dalam kategori generasi z karena berada di rentang usia 18-26 tahun atau tahun lahir sekitar 1994-an sampai 2001-an. Selanjutnya, Peneliti melakukan survei awal pada mahasiswa di Jakarta menggunakan Googleform untuk mengetahui seberapa besar kepuasan terhadap restoran *fastfood* McDonalds khususnya McDonalds Salemba Raya.

Dari hasil survei awal menunjukkan bahwa responden yang mengunjungi lebih dari 3 kali sebanyak banyak 17.3%, 2-3 kali sebanyak 38.5% dan yang mengunjungi 1 kali yaitu sebesar 44.3%. Dengan ini maka banyak pelanggan yang merasa tidak puas dengan restoran McDonalds Salemba Raya. Dikarenakan menurut Band, (1991) bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tindakan atau keinginan dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian berulang atau kesetiaan yang akan berlanjut.

Sejalan dengan data tersebut, penulis olah agar lebih ringkas dan dapat di pahami. Sebagai berikut :

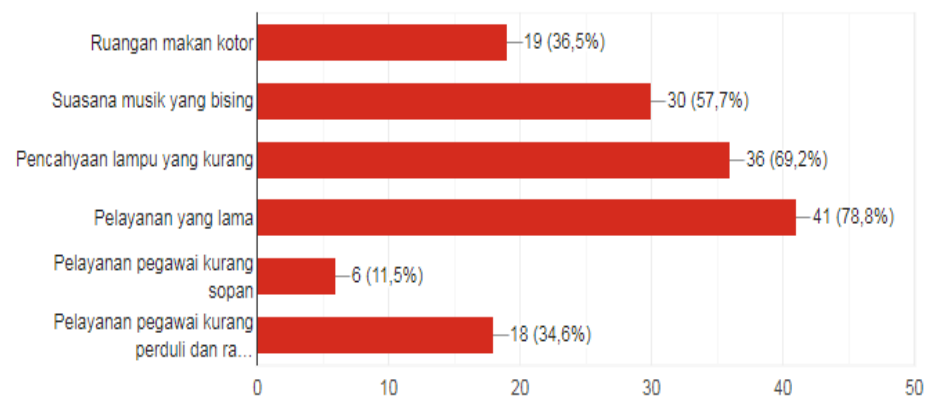


Gambar 1.3 Frekuensi Kepuasan Pelanggan Dalam Mengunjungi Restoran McDonalds Salemba Raya

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Selain itu, peneliti melakukan penelitian mengenai kendala. Berdasarkan hasil survei awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui kuesioner GoogleForm pada Mahasiswa Jakarta. Beberapa diantaranya kurang merasa puas setelah berkunjung ke restoran *fastfood* McDonalds Salemba Raya. Dengan berbagai faktor seperti ; Ruang makan kotor sebesar 36.5%, Suasana musik yang bising 57.7%, Pencahayaan lampu yang kurang 69.2%, Pelayanan yang lama 78.8%, Pelayanan pegawai kurang sopan 11.5%, Pelayanan pegawai kurang peduli dan ramah 34.6%.

Data hasil survei tersebut ditampilkan pada gambar 1.2 berikut ini :



Gambar 1.4 Kendala-Kendala Pelanggan di Restoran McDonalds Salemba Raya

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Dengan adanya respons kendala tersebut, restoran *fastfood* McDonalds harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Karena, kepuasan pelanggan merupakan keberhasilan dalam suatu usaha bisnis. Bila, pelanggan merasa puas akan memberikan kesan yang baik dan semakin kuat bertahan dengan para pesaing.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan. Dengan kualitas layanan yang meningkat, maka kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, jika kualitas layanan kurang maka, kepuasan akan menurun. Hal ini berarti terdapat pengaruh antara kualitas layanan dengan kepuasan (Haryanto, 2013; Kurniawati et al., 2019).

Di sisi lain, hasil survei awal yang dilakukan peneliti melalui kuesioner Googleform secara online kepada Mahasiswa Jakarta diperoleh data bahwa layanan restoran McDonalds Salemba Raya kurang baik. Dari data menunjukkan alasan layanan kurang baik yaitu layanan yang lama sebesar

78.8%, pelayanan pegawai kurang sopan sebesar 11.5% dan pelayanan pegawai kurang peduli dan ramah 58,3% terhadap pelanggan. Dari alasan tersebut menunjukkan pelanggan merasa tidak puas terhadap restoran McDonlads Salemba Raya.

Data hasil survei tersebut ditampilkan pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3 Hasil Survei Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan	Presentase
Pelayanan yang lama	78.8%
Pelayanan pegawai kurang sopan	11.5%
Pelayanan pegawai kurang peduli dan ramah	34.6%

Adapun, Febriastuti (2020) menyebutkan bahwa salah satu gerai restoran McDonalds memberikan layanan negatif. Pegawai restoran melayani pelanggan dengan harga tembak tanpa struk. Harga yang di berikan pegawai tersebut lebih tinggi. Terlebih lagi, bahwa uang tersebut dimasukkan ke kantong pribadi pegawai. Layanan tersebut berdampak bahwa pelanggan kecewa dan tidak mersa puas dengan layanan tersebut.

Dapat diperkuat dengan adanya penelitian dahulu yaitu Aftab et al., (2016) mengungkapkan hasil penelitan tersebut terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan pada pelanggan makan cepat saji yang berbeda di Punjab, Pakistan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik yang di nilai baik oleh pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan selama berkunjung (Evirasanti et al., 2016).

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti melalui kuesioner GoogleForm secara online kepada Mahasiswa Jakarta diperoleh data pada gambar I.2 bahwa lingkaran fisik restoran McDonalds kurang baik. Dengan alasan ruangan kotor sebesar 36.5% dan pencahayaan yang kurang sebesar 69.2% dan suasana musik yang berisik 65.7%. Dari alasan di atas menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas pada restoran McDonalds.

Data hasil survei tersebut ditampilkan pada tabel 1.4 berikut ini :

Tabel 1.4 Hasil Survei Lingkungan Fisik

Lingkungan fisik	Presentase
Ruangan makan kotor	36.5%
Pencahayaan lampu yang kurang	69.2%
Suasana musik yang bising	65.7%

Menurut Fitria (2019) restaurant McDonalds tidak mencuci nampan atau alas makan sehabis di pakai. Ini merupakan salah satu faktor dari lingkungan fisik pada kebersihan. Kebersihan hal utama yang dapat membuat pelanggan merasa makanan yang di konsumsi kurang higienis. Dengan terdapat hal tersebut dapat membuat pelanggan merasa tidak puas dan dapat berpindah ke restaurant lain.

Contoh lain yang di kemukakan Fitria (2020) juga terdapat kebisingan di restoran McDonalds. Seseorang yang sedang fokus mengerjakan tugas terganggu dengan sekelompok anak kecil yang bergurau dengan nada yang terlalu keras. Sehingga memberikan kebisingan dan tidak nyaman berada di restoran tersebut. Senada dengan hal tersebut, hasil penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Hanaysha, (2015) bahwa terdapat pengaruh positif *physical enviroment* terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan restaurant casual-quick.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas layanan dan lingkungan fisik. Permasalahan yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang masalah kepuasan pelanggan pada restoran McDonalds khususnya di Salemba Raya.

Peneliti mengangkat konsep tersebut sebagai bahan penelitian skripsi berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonalds Salemba Raya Pada Mahasiswa Jakarta*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Jakarta?
2. Apakah lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mahasiswa Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang

tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan.

D. Kebaruan Penelitian

Setiap penelitian memiliki perbedaan atau karakteristik. Perbedaan ini dapat terdiri dari masalah yang diangkat, variabel-variabel yang diambil ataupun subjek/objek yang diteliti.

Pada penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mcdonalds* Salemba Raya Pada Mahasiswa Jakarta” dengan variabel lingkungan fisik, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Judul yang diteliti tersebut berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu. Kecenderungan penelitian terdahulu yang membahas *fastfood* lebih membahas variabel independen kualitas produk dan adapun membahas variabel dependen persepsi harga dan *loyalty* pelanggan. Selain itu dari segi objek peneliti mengambil mahasiswa di Jakarta. Pada penelitian terdahulu lebih dominan mengambil pelanggan yang datang di tempat atau masyarakat umum. Berikut perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu.

Penelitian terdahulu dari Hanaysha, (2015) dengan judul “Testing The Effects Of Food Quality, Price Fairness, And Physical Environment On Customer Satisfaction In Fast Food Restaurant Industry”. Penelitian ini bertemakan bisnis makanan yang dilakukan di Malaysia dengan subjek masyarakat umum pengunjung restoran. Variabel yang digunakan dalam penelitian kualitas produk, kewajaran harga, lingkungan fisik dan kepuasan pelanggan. Teknik sampling yang digunakan teknik convenience sampling. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan SPSS dan pemodelan persamaan struktural (SEM).

Dalam penelitian Qin & Prybutok, (2009) dengan judul “Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants”. Penelitian ini membahas mengenai restoran cepat saji. Variabel yang digunakan dalam penelitian kualitas layanan, kualitas makanan, nilai yang di persepsikan, kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Teknik sampling yang digunakan purposive sampling. Analisis data yang digunakan yaitu SEM.

Selanjutnya, Han & Ryu, (2009) dengan judul “The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Restaurant Industry”. Penelitian ini membahas variabel lingkungan fisik, persepsi harga, kepuasan dan loyalty. Tema yang diambil adalah industri restoran dengan objek pelanggan umum restoran.