

BAB I

PENDAHULUAN

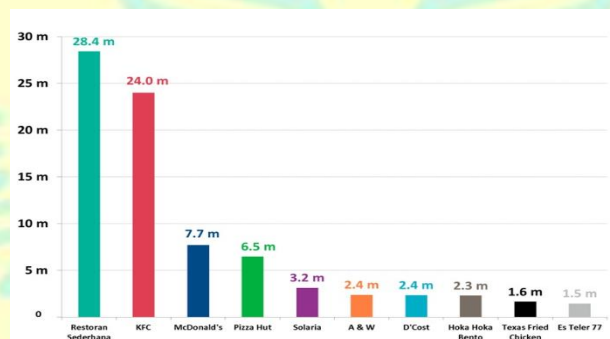
A. Latar Belakang Masalah

Salah satu bisnis yang saat ini sedang berkembang ialah bisnis makanan atau sering kali dikenal dengan istilah kuliner. Bisnis kuliner memang sedang marak terjadi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini. Salah satunya disebabkan pada kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Gaya hidup yang modern membuat pergerakan masyarakat semakin tinggi sehingga banyak masyarakat lebih memilih makanan praktis dan cepat saji (*fast food*) dibandingkan mengkonsumsi makanan yang dimasak di rumah, apalagi pola hidup masyarakat yang beraktivitas sampai malam hari membuat masyarakat lebih sering mencari dan menyukai makanan cepat saji (*fast food*) yang menawarkan banyak menu makanan dan suasana yang nyaman.

Pada saat ini, restoran cepat saji merupakan pilihan yang tepat ditengah situasi perekonomian dan perkembangan penduduk Indonesia. Di Indonesia, keberadaan restoran dengan cepat saji yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri, seperti waralaba semakin berkembang. Dikutip dari Bisnis.com (2019), pertumbuhan industri waralaba di bidang makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 10% lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun lalu yang hanya mencapai 5% - 6%.

Salah satu restoran cepat saji yang sudah cukup populer di Indonesia adalah Kentucky Fried Chicken (KFC) yang berdiri sejak tahun 24 September 1952. Dikutip dalam Kontan.co.id (2019) Kentucky Fried Chicken (KFC) sampai dengan Oktober 2019 telah memiliki total 730 gerai di Indonesia. Hampir di setiap pusat perbelanjaan di Indonesia terdapat gerai restoran KFC dengan tawaran harga yang cukup terjangkau untuk semua kalangan.

KFC merupakan restoran *fast food* yang hak eksklusif waralabanya dipegang oleh PT Fast Food Indonesia. KFC sendiri adalah pemimpin global dalam kategori *fast food* dengan menu andalan ayam goreng, namun selain menu ayam goreng KFC juga menyediakan menu lain seperti *burger*, *spaghetti*, *soup*, nasi, dan masih banyak lagi menu lainnya. Hal ini lah yang membuat KFC sering dikunjungi. Namun beberapa tahun belakangan ini seiring berkembangnya industri restoran membuat masyarakat Indonesia lebih memilih-milih restoran mana yang akan dikunjungi, hal ini berdampak pada KFC. Adapun hasil survei dari lembaga penelitian Australia Roy Morgan mengenai 10 Restoran dan gerai makanan di Indonesia (baik makan di tempat maupun dibawa pulang) yang paling banyak dikunjungi dalam periode rata-rata 6 bulan – 12 bulan hingga Maret 2018 (dalam juta orang) dapat dilihat pada gambar I. 1.



Gambar I. 1 10 Restoran dan gerai makanan di Indonesia paling banyak dikunjungi 2018

Sumber: Kompas.com (2018)

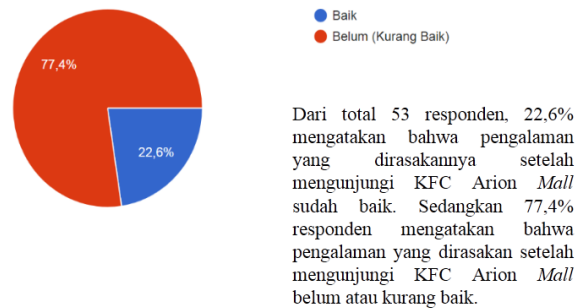
Dari hasil gambar I.1 menjelaskan bahwa KFC menempati urutan ke-2 dengan 24 juta pengunjung. Sedangkan restoran Sederhana menempati urutan teratas restoran yang paling banyak dikunjungi di Indonesia yakni sekitar 28,4 juta orang sementara McDonald's berada di urutan ketiga dengan 7,7 juta pengunjung. Sementara itu Pizza Hut sebagai restoran pizza teratas yang dikunjungi oleh 6,5 juta orang Indonesia pengunjung dalam rata-rata enam bulan sampai dengan Maret 2018.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh lembaga penelitian Australia Roy Morgan, untuk periode semester kedua KFC masih menjadi penguasa restoran cepat saji di Indonesia jauh mengungguli pesaingnya yaitu McDonald's. Memberikan kepuasan bagi para pelanggan bukanlah hal yang mudah bagi para pengusaha restoran, sering kali terjadi pelanggan yang merasa kurang puas dengan apa yang dirasakannya setelah mengunjungi KFC.

Dengan masalah di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis terutama restoran. Kepuasan pelanggan akan menimbulkan dampak yang positif bagi keberlanjutan usaha restoran, pelanggan cenderung akan mengunjungi kembali dan merekomendasikan kepada orang lain tentang restoran yang pernah dikunjunginya apabila merasa puas. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas makanan, kualitas pelayanan, lingkungan fisik restoran, fasilitas yang disediakan, harga, persepsi pelanggan terhadap restoran, dan sebagainya.

Dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti faktor lingkungan restoran, yang termasuk tata letak restoran, suhu, musik, wifi, serta fasilitas penunjang lainnya akan menentukan kepuasan pelanggan. Selain hal tersebut, penulis juga tertarik meneliti tentang persepsi manfaat atau nilai yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengunjungi suatu restoran sangat mendukung kepuasan para pelanggannya, apakah yang dibayarkannya telah sesuai dengan apa yang didapatkannya.

Peneliti telah melakukan survei awal pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengunjungi KFC Arion Mall. Hal ini dapat dilihat pada gambar I. 2.



Gambar I. 1 Hasil Survei Awal Pengunjung Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

Sumber : data diolah oleh Peneliti

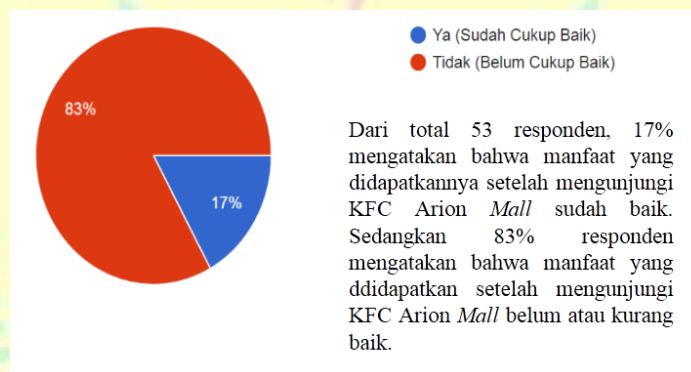
Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan melalui *Google Form* oleh peneliti pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah berkunjung ke KFC Arion Mall, dari 53 responden yang telah mengisi, terdapat 22,6% mahasiswa yang merasa pengalamannya setelah mengunjungi KFC Arion Mall sudah baik, dan 77,4% mahasiswa yang merasa pengalamannya setelah mengunjungi KFC Arion Mall belum cukup baik. Terdapat beberapa penyebab mengapa pengunjung KFC Arion Mall merasa pengalaman berkunjungnya kurang baik yang dapat dilihat pada tabel I. 1

Tabel I. 1 Data Keluhan Pengunjung KFC Arion Mall pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

No.	Keluhan Pelanggan	Jumlah
1.	Antrian terlalu panjang	45,3%
2.	Tata ruang tidak menarik	45,3%
3.	Pencahayaan kurang	35,8%
4.	Lingkungan kotor	34%
4.	Toilet tidak berfungsi dengan baik	13,2%
6.	Pakaian pegawai kurang rapi	5,7%
5.	Tidak ada wifi	1,9%

Sumber : data diolah oleh Peneliti

Dari beberapa keluhan di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik dari KFC Arion Mall membuat pengunjung merasa pengalamannya kurang baik. Lingkungan fisik sendiri merupakan tempat berlangsungnya proses penyampaian jasa antara penyedia jasa dengan pelanggan. Selain pengalaman pelanggan KFC Arion Mall juga merasakan bahwa nilai atau manfaat yang dirasakannya tidak sesuai dengan apa yang telah dibayarkannya, berdasarkan hasil survei awal yang tersebut, terdapat 17% mahasiswa yang merasa manfaat atau nilai yang didapatkan setelah mengunjungi KFC Arion Mall sudah baik, dan 83% mahasiswa yang merasa manfaat atau nilai yang didapatkan setelah mengunjungi KFC Arion Mall belum baik, dapat dilihat pada gambar I. 3.



Gambar I. 2 Hasil Survei Awal Pengunjung Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

Sumber : data diolah oleh Peneliti

Terdapat beberapa penyebab mengapa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta merasa manfaat atau nilai yang dirasakannya belum cukup baik yang dapat dilihat pada tabel I. 2.

Tabel I. 2 Data Keluhan Pengunjung Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

No.	Keluhan Pelanggan	Jumlah
1.	Ukuran Produk tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan	43,4%
2.	Kualitas tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan	41,5%
3.	Harga cukup mahal dibandingkan dengan <i>franchise</i> lain	18,9%

Sumber : data diolah oleh Peneliti

Dari analisis survei di atas, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik dan nilai yang dirasakan menjadi faktor yang dominan atas ketidakpuasan pelanggan KFC Arion Mall, konsep tata ruang dan harga yang ditetapkan oleh KFC Arion Mall ternyata memunculkan suatu masalah, yaitu ketidakpuasan pelanggan terhadap KFC Arion Mall itu sendiri. Pernyataan tersebut didukung dengan adanya pengunjung KFC yang menceritakan kisahnya dalam Twitter bahwa produk yang didapatkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya. Produk yang diterima cenderung lebih kecil daripada yang tertera dalam gambar (Suara.com, 2019). Selain itu dalam Detik.com (2018) KFC menaikkan harga dikarenakan harga ayam yang semakin meningkat, kenaikan harga hanya berlaku untuk beberapa produk dengan kenaikan sebesar 3%. Ada beberapa faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan KFC sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap KFC Arion Mall akan memiliki pengaruh pada perilaku pelanggan, dimana pelanggan yang merasa puas atas kunjungannya akan menunjukkan kemungkinan besar untuk kembali, selain itu pelanggan yang puas akan cenderung memberikan ulasan yang baik terhadap tempat yang dikunjungi kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak puas atas kunjungannya akan memilih mencari pesaing lain yang di rasa mampu untuk memenuhi kepuasan mereka dan meninggalkan tempat yang dianggap tidak mampu memenuhi kepuasan mereka.

Pernyataan tersebut relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dwaikat, Khalili, Hassis, and Mahmoud (2019a:1-20) diperoleh kesimpulan bahwa lingkungan fisik dan nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini bertujuan untuk fokus menjelaskan pengaruh variabel lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Penelitian ini mengambil objek salah satu restoran cepat saji KFC Arion Mall pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Lingkungan Fisik (*Physical Environment*) dan Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*) terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Kentucky Fried Chicken (KFC) pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.”**

B. Rumusan Masalah

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

- a. Apakah lingkungan fisik (*physical environment*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) Kentucky Fried Chicken (KFC) pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
- b. Apakah nilai yang dirasakan (*perceived value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) Kentucky Fried Chicken (KFC) pada Mahasiswa Universitas Negeri 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*) mengenai:

- a. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh lingkungan fisik (*physical environment*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

- b. Untuk menguji secara empiris adanya pengaruh nilai yang dirasakan (*perceived value*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

D. Kebaruan Penelitian

Penelitian mengenai lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) sudah diteliti oleh banyak peneliti, misalnya di Palestina oleh Dwaikat, Khalili, Hassis, and Mahmoud (2019b), di Korea oleh Han and Ryu (2009), di Turki oleh Faruk Anil Konuk (2019), dan di Indonesia oleh Iskandar, Nurmalina, and Riani (2015). Lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) diteliti dengan latar tempat yang berbeda-beda seperti restoran, hotel, rumah sakit, dan sebagainya. Pada penelitian ini, Peneliti akan melakukan pengumpulan data pada industri makanan atau restoran cepat saji.

Selanjutnya, lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) diteliti dengan subjek yang berbeda-beda, misalnya pelanggan restoran, pengunjung maupun bukan pengunjung restoran. lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) juga diteliti dengan menggunakan teknik analisis data yang berbeda-beda, seperti menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dan *Structural Equation Modeling* (SEM), Regresi Linear Berganda, dan Partial Least Square (PLS). pada penelitian kali ini, Peneliti akan mengambil subjek mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengunjungi KFC Arion Mall sedikitnya tiga kali dan menggunakan teknik analisis data Regresi Linear Berganda.

Selain itu, lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, niat berperilaku, dan loyalitas pelanggan. dalam penelitian ini, Peneliti akan mengukur lingkungan fisik (*physical environment*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.