

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latarbelakang Permasalahan

Dewasa ini pertumbuhan industri makanan khususnya makanan cepat layan menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditengarai adanya gaya hidup baru “ala Barat” yang berorientasi pada makanan enak dan berkalori. Fenomena ini jelas terlihat dari makin banyaknya usaha waralaba yang bermunculan dengan tingkat persaingan yang cukup ketat. Oleh karenanya, peningkatan kualitas dari suatu jasa tampaknya semakin perlu mendapatkan perhatian yang khusus. Usaha waralaba yang tengah bermunculan semakin jelas terlihat yaitu dengan dibukanya berbagai restoran / kedai makanan cepat layan atau yang sering disebut Fast Food Restaurant

Fast food dapat diartikan sebagai makanan yang dapat disiapkan untuk dihidangkan dan dikonsumsi dalam waktu yang singkat dan dapat dimakan dengan cepat, yang biasanya merupakan makanan orang-orang yang mempunyai waktu luang singkat. Sebagian orang berpendapat bahwa fast food adalah junk food dengan istilah lainnya makanan sampah. Namun, tidak semua fast food berarti junk food, karena fast food mengandung sejumlah zat gizi. Fast food justru mengandung protein, lemak, kalori dan

sodium yang cukup tinggi meskipun hanya sedikit mengandung vitamin, mineral, dan serat, sehingga kalau terlalu sering mengkonsumsi fast food tanpa divariasikan dengan makanan lain yang mengandung banyak sayuran dan serat akan menimbulkan berbagai penyakit. (Anima, Vol. XIII - No. 50, Januari-Maret 1998).

Saat ini setiap badan usaha berusaha membuat produk yang berbeda dari badan usaha yang lain dan kemampuan badan usaha dalam memberikan pelayanan yang terbaik adalah salah satu kunci sukses dalam pemasaran suatu produk yang ditawarkan. Kondisi masyarakat yang makin maju saat ini menuntut tawaran-tawaran yang lebih berkualitas. Masyarakat tidak hanya menuntut suatu produk yang berkualitas saja tetapi juga pemberian pelayanan yang baik pula agar dapat mencapai kepuasan optimal. Perusahaan harus dapat menyamakan pandangan dari konsumen dengan pandangan dari perusahaan mengenai kualitas ~~produk dan layanan~~ ^{restaurant} ~~yang baik~~ sehingga perusahaan dapat membuat ~~produk~~ yang bermutu dan memberikan layanan yang prima sehingga konsumen dapat memperoleh kepuasan yang optimal. Apabila persepsi konsumen dengan perusahaan mengenai kualitas produk dan layanan tidak jauh berbeda maka konsumen akan mencapai kepuasan.

Perusahaan kini tidak bergerak dalam pasar dengan saingan yang sudah pasti, atau pilihan pelanggan yang stabil, melainkan dalam perang

antara saingan yang terus berubah-ubah. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan perlu menjadi perhatian utama bagi perusahaan untuk tetap eksis dan mendapat tempat ^{di hati / di benak} dimata konsumennya sehingga perusahaan harus terus bersaing dan terus berlomba serta melakukan berbagai perubahan yang cukup berarti dan signifikan bahwa mereka tengah berjalan searah dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen atau pelanggannya. Perusahaan yang unggul masa kini menjadi semakin sadar akan pasar dan sadar akan pelanggan dan perusahaan yang menikmati keberhasilan secara langgeng adalah perusahaan yang memperlakukan pelanggan dengan baik. Pelanggan yang puas akan menjadi alat promosi yang ^{bagus / baik} dahsyat bagi perusahaan dan pelanggan yang puas tadi akan menceritakan hal-hal dan pengalaman yang baik tentang ^{restaurant} ~~badan usaha~~ tersebut. ~~Tentunya fokus utamanya adalah~~ ditekankan pada kepuasan pelanggan yang mana kepuasan pelanggan ini tergantung pada sejauh mana anggapan ~~kinerja produk~~ dan layanan pendukung produk yang diberikan dapat memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk dan layanan yang diberikan lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pembelinya tidak puas dan sebaliknya bila prestasi sesuai atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas dan amat gembira.

Di Indonesia, khususnya di Surabaya usaha waralaba menunjukkan perkembangan yang amat pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak dibukanya restoran fast food atau usaha makanan cepat layan.

Usaha waralaba yang semakin banyak menyebabkan persaingan yang semakin ketat antara satu badan usaha dengan badan usaha yang lain, karena selain menghadapi pesaing aktual, tentunya juga harus menghadapi pesaing baru yang potensial terus bermunculan. Oleh karena itu, badan usaha harus senantiasa tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menarik perhatian (Interest) konsumennya untuk membeli produknya. Cara yang tepat yang dilakukan badan usaha adalah meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan baik kepada konsumen sehingga tercapai kepuasan konsumen.

Mc Donald's merupakan salah satu restoran makanan siap saji (Fast Food) yang menggunakan sistem waralaba di Indonesia. Nama Mc Donald's tidak asing lagi di telinga konsumen pelahap makanan fast food sekaligus merupakan salah satu restoran waralaba paling sukses dan ngetop di dunia saat ini. Waralaba Mc Donald's memiliki tujuan "sukses menjual hamburger". Kunci dasar usahanya dengan sistem berstandar tinggi yang mengikuti aturan main yang ditetapkan oleh pusat yang ada di Amerika yaitu Mc Donald's QSCV yang memperhatikan pada Quality, Service, Cleanliness, dan Value. Inilah yang membuat Mc Donald's sukses di jaringan waralaba dunia.

Tidak mengherankan jika setiap pengunjung Plaza Surabaya mulai dari anak-anak hingga kakek nenek kenal dan tahu dimana tempatnya

apabila disebut nama Mc Donald's. Restoran yang datang ke Indonesia dengan kekuatan modal yang besar, sangat mempesona, dan sangat familiar, dalam waktu yang relatif singkat telah mampu memposisikan dan diterima oleh budaya masyarakat Indonesia termasuk di Surabaya. Dari sisi produk Mc Donald's memang tidak hanya menciptakan burger yang lezat dan berkualitas, melainkan telah mereproduksi gaya hidup. Tak mengherankan apabila saat ini Mc Donald's telah membudaya di kalangan remaja Surabaya dan menjadi mode yang trendi dalam hal makanan. Mc Donald's senantiasa melakukan pengawasan kualitas yang ketat, baik dalam hal pemilihan supplier bahan makanan, peralatan, dan lain-lain yang harus sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Restaurant Fast Food Mc Donald's merupakan pelopor dalam makanan hamburger; oleh karena itu, Mc Donald's selalu mengutamakan kualitas dalam persaingan. Mc Donald's lebih memilih dalam hal perbaikan kualitas produk dibandingkan dengan perang harga. Dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan pihak Mc Donald's selalu melakukan training untuk para karyawan sedangkan untuk kualitas produk, pihak Mc Donald's menetapkan kebijakan untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu produknya.

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa Mc Donald's termasuk merek fast food paling berkualitas di mata masyarakat dibandingkan merek-merek fast food lainnya.

Tabel 1.1

Merek-merek Fast Food yang berkualitas di mata masyarakat

No	Merek	Rata-rata
1.	Mc Donald's	4,36
2.	Kentucky Fried Chicken	4,31
3.	Pizza Hut	4,28
4.	Dunkin' Donut	4,17
5.	Texas	4,14
6.	Wendy's	4,12
7.	California Fried Chicken	3,98

Sumber : Survei Mars, SWA, Mark Plus, SWA 01/XII/3-24 Jan 1996.

Menu utama yang ditawarkan restoran Fast Food Mc Donald's adalah burger yang terdiri dari berbagai jenis seperti Cheese Burger, Double Chesee Burger, Fillet O-Fish, Big Mac, Little Big Mac, Mc Satay, Mc Chili Chicken, Mc Chix, Mc Tokyo (merupakan promosi dengan waktu terbatas) dan variasi produk lainnya seperti dessert, beverages, kentang goreng, sup ayam dan sup jagung, hot Chicken. Selain itu terdapat pula menu Fried Chicken dengan rasa pedas dan biasa serta Rice Egg.

Disamping itu Mc Donald's juga menawarkan menu-menu spesial paket pembelian bagi konsumennya antara lain rangkaian menu Paket Hemat (PaHe), Paket Nasi (Panas), Paket Khusus dan Happy Meal. Mc Donald's juga menawarkan delivery order (order pengiriman) untuk pembelian dengan jumlah tertentu, pembelian dengan sistem drive-thru yaitu suatu area khusus dari outlet waralaba Mc Donald's di pusat perbelanjaan yang menyediakan layanan pembelian langsung kepada

konsumennya tanpa harus turun dari kendaraan / mobil atau dikenal dengan istilah “kendaraan lewat” serta menyediakan ruangan khusus untuk merayakan pesta ulang tahun. Untuk memberikan tambahan pelayanan kepada konsumen Mc Donald’s, maka pada hari Minggu dan Sabtu tetap buka.

Pada saat ini di Surabaya restoran Mc Donald’s terdapat di 5 lokasi yaitu Plaza Surabaya, Plaza Tunjungan, Mal Galaxy, Pusat perbelanjaan Jembatan Merah Plaza, dan Plaza Marina Sinar Fontana. Restoran Mc Donald’s terletak di tempat yang paling strategis pada pusat-pusat perbelanjaan di Surabaya, yang mana salah satu pintunya langsung menghubungkan restoran ke dalam pusat perbelanjaan, dan menyediakan area bermain bagi anak-anak (Play Land). Dalam skripsi ini, yang diteliti oleh penulis adalah tanggapan konsumen yang pernah mengkonsumsi makanan siap saji pada Restoran fast food Mc Donald’s Plaza Surabaya dari segi kualitas produk dan layanannya terhadap kepuasan mereka.

Dalam salah satu bukunya Philip Kotler (Kotler, 1996:17) mengatakan bahwa konsep pemasaran dewasa ini mempunyai perspektif dari luar ke dalam yang memusatkan perhatian penuh dengan baik, memfokus pada kebutuhan pelanggan, mengkoordinasikan semua aktivitas pemasaran yang mempengaruhi pelanggan, dan memperoleh laba dengan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan berdasarkan pada nilai bagi

dan kepuasan pelanggan. Disini pemasar atau perusahaan menghasilkan apa yang diinginkan konsumen, dan karena itu memuaskan konsumen dan memperoleh laba. Selanjutnya dikatakan oleh Kotler (Kotler,1996:296-297), Perusahaan yang menyediakan pelayanan bermutu tinggi biasanya berprestasi jauh lebih baik ketimbang pesaingnya yang kurang berorientasi pada pelayanan. Jadi, pemasar perlu memikirkan secara cermat mengenai strategi produk dan pelayanan yang baik dan tepat mengenai pada target pasar sehingga tercapai kepuasan konsumen yang tinggi. Perusahaan yang menyediakan produk bermutu tinggi biasanya berprestasi jauh lebih baik. Suatu telaah yang membandingkan kinerja bisnis yang dinilai tinggi dan rendah dalam mutu pelayanan oleh pelanggan, mengungkapkan bahwa bisnis dengan produk dan pelayanan bermutu tinggi berhasil menetapkan harga lebih tinggi, bertumbuh lebih cepat, dan menghasilkan laba lebih besar. Operasi pelayanan kepada pelanggan yang aktif mengkoordinasikan semua layanan perusahaan, menciptakan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, dan membantu perusahaan menjaga jarak dari pesaingnya.

Layanan yang memenuhi kepuasan pelanggan akan berdampak pada peningkatan penjualan. Pernyataan ini diperkuat oleh Blumberg (Blumberg, 1991:63) yang menyatakan bahwa “ *Service can be viewed merely as a mechanism for influencing sales through customer satisfaction.*”

Dengan mengacu pada pendapat tersebut diatas, maka sekiranya dapat disimpulkan bahwa penekanan dan perhatian terhadap perbaikan dan peningkatan kualitas produk dan layanan disini dimaksudkan agar konsumennya merasa puas dan senang sehingga konsumen yang puas akan merasa loyal terhadap produk perusahaan. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap kinerja badan usaha tersebut dan memberikan sumbangan yang besar terhadap keuntungan / profit yang diperoleh.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sampai sejauh mana pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen pada restaurant fast food Mc Donald's plaza Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemikiran dan latar belakang permasalahan tersebut diatas, maka masalah dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant Fast Food Mc Donald's Plaza Surabaya ?
2. Dari variabel kualitas produk dan layanan, variabel manakah yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant Fast Food Mc Donald's Plaza Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang ada, maka dapat ditentukan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant Fast Food Mc Donald's Plaza Surabaya.
2. Untuk mengetahui variabel mana dari variabel kualitas produk dan layanan yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Restaurant Fast Food Mc Donald's Plaza Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Melatih penulis didalam menerapkan teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah pada keadaan sesungguhnya dengan masalah-masalah di bidang pemasaran; khususnya dalam hal pengaruh antara kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai dasar pemikiran dan pengambilan keputusan serta memberikan kontribusi yang positif bagi badan usaha dalam merencanakan dan mengambil keputusan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan program pemasaran dalam

usaha meningkatkan kepuasan konsumen atas produk dan layanan yang diberikan serta membantu pengelola restoran dalam menentukan kebijakan di masa mendatang yang berkaitan dengan peningkatan kualitas produk dan layanan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bahan referensi dan sumber bacaan dan sumber bacaan ilmiah guna menambah pengetahuan para pembaca, dan rekan-rekan mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian lanjutan khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5. Sistematika Skripsi

Sistematika skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

BAB 1 : Pendahuluan

Pendahuluan berisi : Latar belakang Permasalahan, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Skripsi.

BAB 2 : Tinjauan Kepustakaan

Tinjauan Kepustakaan ini menguraikan Landasan Teori yang terkait dan relevan dengan masalah yang diteliti dan juga memuat Hipotesis Penelitian.

BAB 3 : Metode Penelitian

Metode Penelitian terdiri dari; Desain Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengukuran Data, Alat dan Metode Pengumpulan Data, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Analisis Data, dan Prosedur Pengujian Hipotesis.

BAB 4 : Analisis dan Pembahasan

Bab ini memaparkan deskripsi data-data yang akan digunakan dalam penelitian dan analisis data yang telah diolah dari hasil kuesioner dengan menggunakan teknik analisis statistik dan pembahasannya yang memuat perhitungan-perhitungan statistik pengaruh dan hubungan antar variabel yaitu Analisa Regresi dan Korelasi Linier Berganda, Analisis koefisien Determinan, dan Prosedur pengujian Hipotesis yaitu Uji Variabel secara Keseluruhan (Uji F) serta Uji variabel secara individu / Parsial (Uji T).

BAB 5 : Simpulan dan Saran

Bab yang terakhir ini memuat simpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta berisi saran-saran dan masukan yang sekiranya bermanfaat bagi perusahaan.