

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan berbagai macam keunikan tak terkecuali dengan kulinernya yang beragam. Berbagai jenis wisata kuliner unik dan menarik untuk dicoba ada di Indonesia mulai dari makanan tradisional, *chinese food*, *western food*, *korean food*, *japanese food* dan masih banyak berbagai jenis kuliner bisa dijumpai di Indonesia. Keunikan dan keragaman kuliner di Indonesia membuat perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia mengarah ke arah yang positif. Tentunya hal itu didukung dengan fakta-fakta yang terjadi dalam perindustrian makanan dan minuman di Indonesia. Salah satu rujukannya yaitu dimana data Kementerian Perindustrian mendapati bahwa pertumbuhan industri non-migas saat triwulan I tahun 2013 mencapai 6,69% dimana kontribusi yang cukup besar, sekitar 6,96%, diterima dari industri makanan, minuman, dan tembakau terhadap total PDB Indonesia dan sebesar 33,79% terhadap total industri non-migas jika dibandingkan dengan sektor industri lainnya pada triwulan I tahun 2013. Fakta lainnya yang mendukung yaitu sepanjang 2013 berdasarkan informasi Kementerian Industri, pertumbuhan industri non-migas tetap menunjukkan tren positif dan tetap melampaui pertumbuhan ekonomi dimana salah satu parameternya saat triwulan III 2013, industri non-migas mengalami pertumbuhan 6,22% yang tidak hanya lebih tinggi dari pertumbuhan pada periode yang sama di tahun 2012 namun juga lebih

tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional yang sebesar 5,83%.

([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id))

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas (Kumulatif)

Laju Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas (Kumulatif)

(Dalam %)

No.	Lapangan Usaha	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (s.d. TW I)
1.	Makanan, Minuman dan Tembakau	5,0508	2,3401	11,2193	2,7805	9,1884	8,1857
2.	Tekstil, Brg. kulit & Alas kaki	-3,6796	-3,6440	0,5999	1,7667	7,5181	1,4145
3.	Brg. kayu & Hasil hutan lainnya	-1,7425	3,4501	-1,3808	-3,4670	0,3497	-0,8573
4.	Kertas dan Barang cetakan	5,7935	-1,4841	6,3398	1,6695	1,4958	0,4987
5.	Pupuk, Kimia & Barang dari karet	5,6856	4,4594	1,6444	4,7009	3,9508	9,1917
6.	Semen & Brg. Galian bukan logam	3,3962	-1,4945	-0,5115	2,1793	7,1883	6,1073
7.	Logam Dasar Besi & Baja	1,6900	-2,0528	-4,2599	2,3838	13,0567	5,5737
8.	Alat Angk., Mesin & Peralatannya	9,7317	9,7925	-2,8746	10,3802	6,9999	6,2255
9.	Barang lainnya	-2,8215	-0,9564	3,1941	3,0026	1,8244	4,2099
	Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas	5,1501	4,0468	2,5614	5,1165	6,8270	6,1265
	Pertumbuhan PDB	6,3450	6,0137	4,6289	6,1954	6,4570	6,3077

Sumber: <http://www.kemenperin.go.id>

Dari gambar di atas, kita bisa melihat bahwa pertumbuhan sektor industri non migas tahun 2012 paling tinggi yaitu Pupuk, Kimia & Barang dari karet, kemudian diperingkat ke-2 yaitu pertumbuhan sektor industri Makanan, Minuman dan Tembakau.

Gambar 1.2 Kontribusi Industri Pengolahan Non migas Terhadap PDB

No.	Lapangan Usaha	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (s.d. TW I)
1.	Makanan, Minuman dan Tembakau	6,6846	6,9955	7,4982	7,2304	7,3650	7,1395
2.	Tekstil, Brg. kulit & Alas kaki	2,3690	2,1183	2,0789	1,9298	1,9306	1,8611
3.	Brg. kayu & Hasil hutan lainnya	1,3891	1,4791	1,4305	1,2514	1,1375	1,0855
4.	Kertas dan Barang cetakan	1,1492	1,0490	1,0908	1,0227	0,9345	0,8788
5.	Pupuk, Kimia & Barang dari karet	2,8037	3,1143	2,9053	2,7378	2,5542	2,5857
6.	Semen & Brg. Galian bukan logam	0,8306	0,8119	0,7765	0,7072	0,6839	0,6880
7.	Logam Dasar Besi & Baja	0,5798	0,5903	0,4782	0,4172	0,4188	0,4200
8.	Alat Angk., Mesin & Peralatannya	6,4360	6,6666	6,1789	6,0532	5,7479	5,6653
9.	Barang lainnya	0,1918	0,1844	0,1751	0,1635	0,1519	0,1488
Total Industri Pengolahan Non Migas		22,4337	23,0095	22,6125	21,5131	20,9241	20,4727

Sumber: <http://www.kemenperin.go.id>

Dari gambar 1.2 terlihat bahwa selama lima tahun berturut-turut, sektor Makanan, Minuman, dan Tembakau punya pengaruh paling besar dalam kontribusi industri pengolahan non migas terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto). Pada tahun 2011 Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) mendapati bahwa nilai penjualan makanan dan minuman mencapai 660 triliun rupiah sedangkan tahun 2012 meningkat hingga 700 triliun rupiah. Pertumbuhan industri makanan dan minuman ini tidak mustahil akan semakin tumbuh. Mengingat jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta orang merupakan pasar domestik yang sangat potensial. Ditambah lagi saat ini daya beli masyarakat sedang menunjukkan trend positif. Hal ini setidaknya tercermin dari tingkat keyakinan masyarakat dan indeks ekspektasi konsumen yang menunjukkan optimisme masyarakat terhadap

tingkat penghasilan dan daya beli yang akan terus meningkat di masa mendatang.  
(beranda.miti.or.id)

Jika kita melihat lebih dalam pada fakta-fakta di atas mengenai peningkatan dan perkembangan laju pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia, maka itu tidak lepas salah satunya karena pengaruh peningkatan & perkembangan restoran cepat saji di Indonesia. Gaya serta pola hidup masyarakat Indonesia terutama masyarakat perkotaan yang begitu padat dengan aktifitas menuntut mereka untuk melakukan segalanya termasuk dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi dengan cepat. Tentunya pilihan konsumsi yang cepat membuat sesuatu yang instan menjadi pilihan masyarakat Indonesia dan hal ini dapat dipenuhi oleh berbagai restoran cepat saji yang ada di Indonesia. Masyarakat konsumen Indonesia sekarang dihadapkan pada berbagai pilihan restoran *fast food* yang berkembang di seluruh pelosok Indonesia, seperti Kentucky Fried Chicken, McDonalds, Hoka-Hoka Bento, Wendy's, Yoshinoya, dan sebagainya.

Bila kita melihat semakin dalam mengenai restoran *fast food* ini, bahwa di dalam setiap restoran saat ini yang berkembang di Indonesia ditemukan beberapa sistem yang memiliki standar kualifikasi yang tinggi untuk kegiatan operasionalnya. Sistem ini dibuat untuk melakukan beberapa macam pengendalian - pengendalian sebelum terjadinya permasalahan yang ada baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan atau setiap unit usaha. Hal ini didasarkan pada penetapan perusahaan dalam membuat visi dan misi, tujuan, strategi, target, dan implementasinya. Oleh karena itu, persaingan antara restoran cepat saji semakin lama semakin ketat, yaitu dengan cara merebut pangsa pasar yang di dalamnya terdapat sistem pengantar

nilai pelanggan yang lebih unggul dari pada para pesaingnya. Di dalam hal ini yang menjadi sasaran utamanya adalah memberikan sistem pelayanan (*service*) yang cepat dan tepat kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasakan tingkat kepuasan yang semaksimal mungkin.

Salah satu restoran cepat saji yang sedang berkembang di Indonesia, Yoshinoya, yang pada awal 2011 masuk ke Indonesia dan hingga sekarang telah memiliki sekitar 20 gerai di berbagai pusat perbelanjaan di Indonesia tentunya menjadi penantang baru dalam perebutan *market share* dengan restoran cepat saji lainnya yang sudah terlebih dahulu masuk. Tentunya alasan pemilihan Yoshinoya untuk diteliti dikarenakan adanya kebutuhan untuk peningkatan yang berkesinambungan akan kualitas pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen sehingga berbanding lurus juga dengan peningkatan kepuasan konsumen terhadap Yoshinoya yang secara tidak langsung meningkatkan *market share* restoran secara keseluruhan.

Bila kita melihat lebih dalam, tentunya gerai-gerai yang sudah ada di berbagai pusat perbelanjaan di Indonesia, pemilihan lokasi pusat perbelanjaannya tidak terlepas dari tingginya permintaan masyarakat sekitarnya. Berdasarkan Indonesia *Property Watch* (IPW) tahun 2013, pertumbuhan properti tertinggi di Indonesia terdapat di wilayah Serpong dalam beberapa tahun terakhir dimana pertumbuhannya mencapai 50-60 persen per tahun. Tentunya hal ini berarti tingkat pertumbuhan masyarakat di daerah Serpong juga meningkat sehingga menjadi langkah yang baik bagi Yoshinoya untuk membuka gerai di daerah Serpong yang terlihat dengan dibukanya restoran Yoshinoya di SMS dan Lippo Karawaci. Tentunya di tengah

permintaan yang tinggi pada masyarakat Serpong, manajemen restoran Yoshinoya SMS menyadari bahwa kepuasan pelanggan menjadi hal yang terpenting sehingga bisa membuat *customer* datang berkunjung kembali sehingga dapat meningkatkan *market share*. Itulah alasan-alasan terpilihnya restoran Yoshinoya SMS menjadi objek penelitian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Melalui model penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan beberapa variabel yang dianggap dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pokok permasalahan yang dapat diteliti berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan yaitu:

- a. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kepuasan konsumen terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*)?
- b. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*)?
- c. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara kualitas pelayanan terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*)?
- d. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara aspek kualitas makanan (*food quality*) terhadap kepuasan konsumen?
- e. Apakah terdapat hubungan langsung dan positif antara aspek harga/nilai (*price/value*) terhadap kepuasan konsumen?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Dikarenakan ruang lingkup penelitian yang luas, maka dilakukan pembatasan penelitian dengan tujuan agar pembahasan masalah dapat lebih terperinci dan akurat serta menghindari kemungkinan adanya bias yang muncul. Dalam penelitian ini, pembahasan hanya terbatas pada variabel faktor *service quality*, *food quality* dan *price/value* untuk diteliti apakah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan *behavioral intention* untuk berkunjung (makan) kembali di Restoran Yoshinoya SMS. Penelitian ini mengacu pada penelitian dalam jurnal “*Determinants of customer-perceived service quality in fast-food restaurants and their relationship to customer satisfaction and behavioral intention*”.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Peneliti memiliki beberapa tujuan dari penelitian ini:

- a. Mengetahui dan menganalisa hubungan antara kepuasan konsumen terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*)
- b. Mengetahui dan menganalisa hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*)
- c. Mengetahui dan menganalisa hubungan antara kualitas pelayanan terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*)
- d. Mengetahui dan menganalisa hubungan antara aspek kualitas makanan (*food quality*) terhadap kepuasan konsumen
- e. Mengetahui dan menganalisa hubungan antara aspek harga/nilai (*price/value*) terhadap kepuasan konsumen

- f. Bagi pihak manajemen restoran dapat menjadi bahan masukan dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap melalui penelitian ini, tentunya hasil yang diperoleh dapat bermanfaat. Berikut ini merupakan manfaat akademis dan manfaat praktis dari penelitian ini.

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, peneliti berharap manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah dapat menjadi masukan bagi penelitian yang serupa atau penelitian yang sifatnya lebih luas di masa yang akan datang.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, peneliti berharap manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah dapat menjadi masukan bagi para pemilik dan pengelola restoran Yoshinoya dalam memberikan kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan yang diberikan pihak restoran.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Peneliti menyusun skripsi yang akan terdiri dari lima bab seperti dalam daftar isi sebagai berikut:



## **BAB I           PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdapat latar belakang masalah, pokok serta perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II           TELAAH LITERATUR**

Pada bab ini akan dikemukakan berbagai teori yang berkaitan konsep yang akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis serta membahas inti permasalahan. Teori atau pemikiran dari para ahli khususnya ahli ekonomi, operasional, dan penelitian menjadi kerangka teori yang digunakan sebagai dasar analisis peneliti.

## **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti menjelaskan berbagai hal yang bersangkutan dengan metodologi penelitian khususnya metode konfirmatori/deskriptif dengan beberapa karakteristiknya. Peneliti juga akan menjelaskan narasumber, metode pengumpulan data, metode analisis data dan langkah prosesnya, waktu serta lokasi penelitian.

## **BAB IV          HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat inti dari penelitian. Peneliti akan menjelaskan mengenai hasil penelitian yang mencakup tentang gambaran umum objek-objek penelitian, dan hasil pengumpulan data yang tentunya berhubungan dengan masalah yang dibahas.

## **BAB V            KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi mengenai penjelasan mengenai kesimpulan yang diambil oleh peneliti setelah melakukan analisis dan pembahasan yang dikaitkan dengan tujuan penelitian dan saran yang baik dari sisi akademis maupun praktis.