

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan usaha waralaba (*franchise*) kini semakin berkembang di Indonesia. Keberadaan waralaba yang semakin marak beberapa tahun terakhir ini tidak dapat dihindari lagi. Waralaba merupakan strategi yang efektif untuk mengembangkan jaringan bisnis dengan tidak menghilangkan karakter perusahaan yang sudah menjadi ciri khas waralaba yang bersangkutan. Pelaku usaha harus memiliki strategi untuk tetap berdaya saing dalam lingkungan persaingan bisnis yang semakin ketat dan kondisi siklus produk yang pendek.

Saat ini di Indonesia, usaha waralaba sudah mulai berkembang cukup pesat. Hal tersebut dimulai sejak tahun 1985 yaitu dimulai dari berbagai skala usaha terutama bisnis makanan, seperti: Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Mc Donald dan di dalam bisnis eceran seperti: Carrefour, Alfamart, Indomaret. Saat ini terdapat 42 perusahaan waralaba lokal jauh lebih sedikit jumlahnya dari waralaba asing yang jumlahnya mencapai 451 perusahaan, di dalamnya sudah termasuk waralaba yang ada di kota-kota besar sebanyak 17 waralaba lokal dan 25 waralaba asing. Bisnis waralaba sangat berkembang pesat di Indonesia, keadaan ini didukung oleh penduduk Indonesia yang berjumlah cukup besar yaitu sebanyak 252.124.458 jiwa pada tahun 2014 (Asosiasi Franchise Indonesia, 2013).

Pada saat ini, restoran *fast food* (makanan siap saji) merupakan pilihan yang tepat ditengah situasi perekonomian dan perkembangan penduduk Indonesia. Pertumbuhan ini mengindikasikan bahwa restoran *fast food* memiliki potensi untuk terus berkembang khususnya di Indonesia. Semakin baiknya prospek yang terus menjanjikan dalam usaha restoran *fast food*, maka semakin banyak perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan dan bergerak dalam industri yang sama, hal tersebut dikarenakan adanya permintaan pasar yang menjanjikan. Sebagaimana tabel di bawah ini memperlihatkan bahwa banyak perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam industri *fast food* di Indonesia yang didirikan dengan system waralaba (*franchise*), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Daftar Top 10 Perusahaan Restoran *Fast food* di Indonesia Tahun 2014

No	Nama Restoran	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1	Kentucky Fried Chicken	Grup Gelael/PT <i>Fast food</i> Indonesia Tbk	400
2	Pizza Hut	PT Sriboga Ratujuaya	200
3	A&W	Yum! Brands Inc.	200
4	California Fried Chicken	PT Pionerindo Gourmet Internasional Tbk	183
5	Hoka-Hoka Bento	Paulus Arifin/PT Eka Boganiti	134
6	Texas Chicken	PT Cipta Selera Murni	133
7	McDonald's	PT Rekso Nasional Food	112
8	Papa Ron's Pizza	PT Setiamandiri Mitratama Tbk	34
9	Burger King	PT Sari Burger Indonesia	18
10	Izzi Pizza	PT Sri Agung Cahaya Sakti	6
11	Avenue Pizza	Jhon Lutsi/ PT Soho Musik	3

Sumber: Majalah SWA Edisi: XXVII/ 8-12 September 2014

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa persaingan yang terjadi antar restoran cepat saji di Indonesia cukup kompetitif. Data di atas menunjukkan perkembangan tertinggi pada perusahaan restoran *fast food* di Indonesia peringkat pertama adalah ditempati oleh Kentucky Fried Chicken (KFC) dengan jumlah gerai paling banyak yaitu mencapai 400 gerai, peringkat kedua dimiliki oleh Pizza Hut dan A&W dengan jumlah gerai masing-masing sebanyak 200 gerai dan disusul

pada peringkat ketiga oleh California Fried Chicken dengan jumlah gerai sebanyak 183. Dari beberapa peringkat restoran *fast food* yang ada, ternyata Mc Donalds hanya mampu berada di posisi ke 6 dengan jumlah gerai sebanyak 112 yang tersebar di seluruh Indonesia. Hal ini menunjukkan tingginya perkembangan pangsa pasar restoran cepat saji yang ada di Indonesia.

Dari berbagai restoran *fast food* yang ada saat ini, tidak terlepas terhadap adanya persaingan yang ketat dalam mencari serta mempertahankan pelanggannya. Tingkat persaingan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mempengaruhinya seperti promosi, pelayanan, kenyamanan, serta faktor lainnya. Sehingga menjadi suatu tuntutan tersendiri bagi setiap perusahaan untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan agar tetap setia pada merek yang digunakan, serta dapat mengantarkan pada citra merek yang dapat membangun image yang positif bagi pelanggan lainnya. Adapun berbagai perusahaan *fast food* yang telah berhasil masuk dalam top brand index dari tiga tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Top Brand Index

Merek	Top Brand Index 2012	Top Brand Index 2013	Top Brand Index 2014
KFC	43,5%	45,6%	57,3%
Mc Donald's	25,0%	30,9%	26,0%
Pizza Hut	3,6%	5,1%	1,8%
A&W	1,9%	3,7%	2,2%
CFC	0,2%	0,9%	1,9%
Dan lain-lain	25,80%	13,80%	10,80%

Sumber: www.topbrand-award.com, tahun 2014

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa KFC berada diposisi pertama dari tahun 2012 sampai tahun 2014, dengan presentase 43,5% di tahun 2012 lalu presentase

45,6% di tahun 2013, dan terjadi peningkatan lagi sebesar 57,3% di tahun 2014. Dari data top brand index terlihat bahwa KFC menguasai pangsa pasar makanan siap saji di Indonesia yang diikuti oleh Mc Donald's dan lainnya, artinya bahwa Mc Donald's belum mampu mengalahkan pangsa pasar KFC dan masih berada pada urutan kedua dari pesaing besarnya tersebut.

Berbagai industri rumah makan cepat saji saat ini, banyak yang telah menerapkan system layanan pesan antar. Layanan pesan antar (*delivery service*) merupakan pelayanan tambahan yang disediakan oleh jasa restoran cepat saji yang bertujuan untuk memanjakan serta mempertahankan pelanggan agar tetap setia pada jasa restoran cepat saji yang dikelola. Layanan pesan antar ini secara teknis dilakukan perusahaan dengan cara membuka line telepon bagi pelanggan yang akan memesan makanan, setelah konsumen memesan maka perusahaan akan mengirimkan karyawannya untuk mengantarkan pesanan yang diminta oleh konsumen.

Proses layanan pesan antar yang dijanjikan oleh restoran cepat saji tersebut adalah konsumen memesan (*order*) makanan kepada restoran cepat saji melalui sambungan telepon yang telah disediakan oleh masing-masing restoran. Petugas mencatat spesifikasi pemesanan, yang meliputi paket makanan, kuantitas makanan, identitas pemesan dan alamat pemesan. Selanjutnya dilakukan pembuatan dan pengemasan (*packing*) makanan yang dipesan, serta membuat nota tagihan. Pesanan kemudian diantarkan oleh petugas khusus ke alamat pemesan dengan membawa nota tagihan. Pembayaran dilakukan di tempat setelah konsumen menerima paket makanan yang dipesan.

Layanan pesan antar dikhususkan pada konsumen yang ada di dalam wilayah kerja yang dapat terjangkau oleh perusahaan, sehingga ketepatan alamat serta kecepatan waktu pengiriman harus menjadi prioritas utama standar pelayanan pesan antar yang dijanjikan oleh perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Terlebih dengan adanya persaingan dunia usaha yang semakin ketat membuat perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing, serta diharapkan agar dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misal dengan melakukan pengiriman tepat waktu, tepat alamat, memberikan produk dengan mutu lebih baik, harga lebih murah dan terjangkau. Dengan adanya pelayanan yang tepat serta sesuai harapan pelanggan maka dapat memberikan perasaan puas pada pelanggan, karena kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Perkembangan industri rumah makan cepat saji terus mengalami pertumbuhan yang pesat, begitupula perkembangan industri makanan cepat saji yang ada di Lampung, perusahaan-perusahaan besar pada industry makanan cepat saji mulai melebarkan sayapnya dengan membuka cabang-cabang baru diberbagai wilayah di Lampung. Pola masyarakat yang semakin modern serta kebiasaan dalam mengkonsumsi makanan yang sebisa mungkin dapat diselesaikan dalam waktu singkat dan dapat menghemat waktu sehingga menuntut banyak masyarakat modern khususnya yang berada di kota-kota untuk dapat mengkonsumsi makanan cepat saji, yang berdampak pada timbulnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan yang cepat dan instant.

Kehadiran *fast food* di Lampung mulai banyak disukai oleh masyarakat, khususnya di kota Bandar Lampung, karena cara penyajiannya yang cepat sehingga memudahkan untuk menyantapnya serta dapat menghemat waktu dalam melakukan aktivitas. Perkembangan industri makanan cepat saji (*fast food*) yang ada di Lampung bukan hanya dari merek-merek besar saja, namun sudah mulai banyak bermunculan berbagai merek seperti Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc Donald's, Texas Fried Chicken, Solaria, Rumah Sosis Bandung, dan Soerabi Bandung Enhaii. Untuk melihat perkembangan *fast food* di Lampung, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.3 Perkembangan Industri Makanan Pesan Antar di Lampung

Merek	Perkembangan
Kentucky Fried Chicken	31,5%
Pizza Hut	22,3%
Mc Donald's	12,0%
Texas Fried Chicken	11,1%
CFC	9,5%
Dan lain-lain	13,6%

Sumber: <http://panpages.co.id> tahun 2014

Data di atas, menunjukkan bahwa perkembangan *fast food* yang ada di Lampung memiliki persaingan yang cukup kompetitif, perkembangan tertinggi yang terjadi di wilayah pemasaran Lampung masih dimiliki oleh Kentucky Fried Chicken dengan jumlah perkembangan sebesar 31,5%, disusul oleh perkembangan Pizza Hut sebesar 22,3%, sedangkan untuk perkembangan Mc Donald hanya mampu berada pada peringkat ketiga dengan nilai perkembangan sebesar 12,0%, dan disusul oleh *fast food* lainnya. Berdasarkan tingkat perkembangan tersebut, terlihat Mc Donald masih tertinggal jauh dari para pesaing besarnya dalam upaya pemasaran di wilayah Lampung.

Pesatnya perkembangan *fast food* di Lampung, memberikan dampak pada merek-merek besar dalam berkompetisi untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Namun, berbagai industri *fast food* yang ada di Lampung tidak semuanya menyediakan jasa layanan pesan antar (*home delivery*), adapun makanan cepat saji yang telah menyediakan jasa layanan pesan antar antara lain adalah Kentucky Fried Chicken (KFC), Pizza Hut, Mc Donald's dan Texas Fried Chicken. Sedangkan perusahaan besar *fast food* yang telah lama berdiri di Lampung dan merupakan perusahaan yang telah menyediakan layanan *home delivery* yang lama memiliki persaingan ketat adalah KFC dan Mc Donald's. Bentuk pelayanan *home delivery* yang ditawarkan KFC yaitu dengan fasilitas *call center* 14022, menggunakan layanan *greeting*, petugas dapat dengan detil dan jelas dalam menjelaskan menu-menu, petugas proaktif memberikan informasi promo, petugas ramah dan berseragam rapi. Sedangkan bentuk pelayanan yang ditawarkan oleh Mc Donald's mengenai *home delivery* yang ditawarkan tidak jauh berbeda yaitu dengan *call center* 14045, menggunakan layanan *greeting*, petugas dapat dengan detil dan jelas dalam menjelaskan menu-menu, petugas proaktif memberikan informasi promo, petugas ramah dan berseragam rapi.

Pangsa pasar yang dilakukan pada masing-masing restoran cepat saji Mc Donald's dan KFC di Bandar Lampung dengan bentuk pelayanan pesan antar (*home delivery*) tidak membatasi kuantitas atau jumlah pesanan setiap harinya. Adapun data mengenai target dan realisasi penjualan dengan system layanan pesan antar pada restoran cepat saji Mc Donald's di Bandar Lampung Tahun 2014 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4 Target dan Realisasi Penjualan dengan Layanan Pesan Antar pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's Bandar Lampung Tahun 2014

Bulan	Target penjualan	Realisasi penjualan	Tingkat Pencapaian Target (%)
Januari	75.000.000	51.709.937	68,95
Februari	75.000.000	52.223.885	69,63
Maret	75.000.000	51.106.274	68,14
April	75.000.000	50.377.017	67,17
Mei	75.000.000	59.036.869	78,72
Juni	75.000.000	52.970.039	70,63
Juli	85.000.000	51.372.286	60,44
Agustus	85.000.000	52.483.264	61,75
September	85.000.000	52.752.302	62,06
Oktober	85.000.000	50.103.240	58,94
November	85.000.000	51.641.791	60,76
Desember	85.000.000	51.011.731	60,01
Rata-Rata			65,60

Sumber: Restoran Cepat Saji Mc Donald's Bandar Lampung Tahun 2014

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dinyatakan bahwa tingkat pencapaian target penjualan dengan pelayanan pesan antar pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's Bandar Lampung bersifat fluktuatif. Realisasi pencapaian target tertinggi yaitu terjadi pada bulan Mei yang mencapai 78,72%, sedangkan pencapaian target terendah terjadi pada bulan Oktober sebesar 58,94%. Rata-rata pencapaian target pada tahun 2014 secara keseluruhan adalah 65,60% perbulan atau belum mencapai standar target maksimal yaitu 100% capaian target.

Belum tercapainya target penjualan pada Restoran Cepat Saji Mc Donald's inilah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, sehingga memunculkan pertanyaan mengapa Restoran Cepat Saji Mc Donald's belum bisa mencapai target penjualan dan apakah terdapat indikasi ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan Restoran Cepat Saji Mc Donald's, sehingga konsumen memilih tempat lain untuk mendapatkan kebutuhan yang mereka cari. Beberapa penyebab belum tercapainya target tersebut di antaranya adalah adanya persaingan antara restoran

cepat saji yang semakin ketat, seperti halnya memberikan layanan pesan antar yang lebih unggul pada bentuk layanan dan harga. Selain itu, perusahaan pesaing memberikan keunggulan dengan desain tempat lebih menarik, pelayanan yang lebih cepat, ramah, tanggap dan dapat memberikan empati terhadap pelanggannya. Sehingga hal-hal tersebut, turut mempengaruhi pada kepuasan pelanggan dalam menikmati layanan jasa yang ditawarkan.

Sedangkan, pada restoran cepat saji Mc Donald berdasarkan hasil pantauan peneliti di lapangan bahwa bentuk strategi layanan pesan antar yang dilakukan Mc Donald yaitu sama dengan perusahaan lainnya, menetapkan keunggulan pelayanan bagi konsumen. Namun, hasil observasi di lapangan bahwa masih adanya pelanggan yang mengeluhkan lamanya waktu antar terhadap pesannya, masih didapatinya kekhawatiran pelanggan akan kegagalan pengiriman dan adanya biaya tambahan yang harus ditanggung oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui: “Pengaruh Pelayanan Pesan Antar pada Restoran Cepat Saji Mc Donald terhadap kepuasan pelanggan di Bandar Lampung”.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka permasalahan dalam penelitian adalah: “Apakah Pelayanan Pesan Antar pada Restoran Cepat Saji Mc Donald Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Bandar Lampung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan pesan antar pada Restoran Cepat Saji Mc Donald di Bandar Lampung terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Restoran Cepat Saji Mc Donald dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif dewasa ini.

2. Secara teoritis

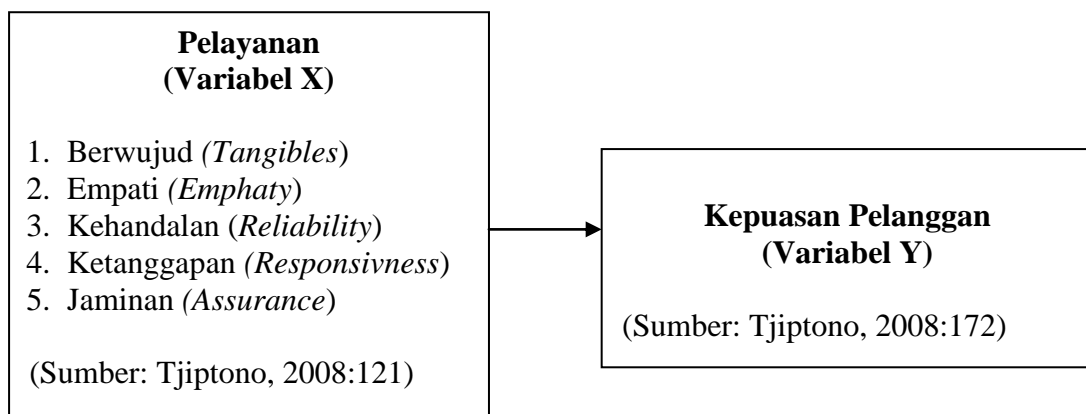
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan disiplin Ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Konsep manajemen berwawasan pemasaran mengharuskan adanya implementasi pemasaran internal pada perusahaan, yaitu dengan aktivitas bagaimana perusahaan dapat mencari, mendidik, dan memotivasi karyawan agar melayani pelanggan dengan baik. Implementasi pada internal perusahaan akan banyak mendatangkan keuntungan bagi perusahaan dengan syarat perusahaan telah melakukan hal terbaik untuk mencapai tujuan pelayanan kepada pelanggan, yaitu kepuasan dan kesetiaan pelanggan secara optimal.

Pengukuran pelayanan pesan antar dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Simamora (2004: 115), bahwa komponen-komponen pelayanan langsung pada pelanggan adalah kemampuan berkomunikasi, penguasaan produk, profesionalisme kerja, kemampuan membina hubungan yang baik dan daya tarik/penampilan fisik. Sedangkan pengukuran kepuasan pelanggan menurut Irawan (2009:97), bahwa tingkat kepuasan konsumen dapat ditentukan berdasar pada lima (5) faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Penelitian ini dilakukan untuk untuk mengetahui pengaruh pelayanan Pesan Antar Restoran Cepat Saji Mc Donald terhadap kepuasan pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan kerangka pikir berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa: "Pelayanan pesan antar Restoran Cepat Saji Mc Donald di Bandar Lampung berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan".