

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makan di restoran merupakan suatu bentuk keinginan manusia dalam bergaya hidup. Restoran menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2014 adalah suatu usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan dalam proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian, di suatu tempat yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Menurut John Stanley dan Linda Stanley (2015) restoran merupakan salah satu sektor bisnis yang mengalami perubahan pesat, ditambah dengan mode makanan yang terus mengalami perubahan. Berdasarkan jenisnya restoran dibagi menjadi beberapa macam, seperti *fine dining restaurant*, *casual dining restaurant*, dan *fast food restaurant* (Walker, 2017).

Di Indonesia, restoran merupakan bidang usaha yang banyak diminati. Berdasarkan data Statistik Penyedia Makanan dan Minuman milik Badan Pusat Statistik Indonesia (2018) terdapat sebanyak 7.680 restoran di seluruh Indonesia. Jika dilihat pada Tabel 1 jumlah restoran atau rumah makan di Provinsi Banten bertambah sebanyak 186 restoran dalam dua tahun terakhir.

TABEL 1
Jumlah Perusahaan/Unit Usaha Pendukung Sektor Pariwisata
Menurut Jenis Usaha di Provinsi Banten, 2018-2019

Jenis Usaha	Jumlah Usaha	
	2018	2019
Restoran / Rumah Makan	950	1136

Sumber: Badan Pusat Statistika Provinsi Banten,2020

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi, manusia membutuhkan produk yang cepat dan mudah didapat termasuk dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum. Berdasarkan jenisnya, salah satu restoran yang menawarkan produk yang cepat dan mudah didapat adalah *fast food restaurant* atau restoran cepat saji. Menurut Walker (2017) makan di restoran cepat saji cocok bagi orang yang ingin makan dan minum dengan pelayanan yang cepat. Menu yang ditawarkan tidak terlalu bervariasi jika dibandingkan dengan restoran jenis lain sehingga pelanggan dapat dengan mudah membuat keputusan terhadap makanan yang diinginkan. Beberapa merek restoran cepat saji yang terkenal, antara lain: KFC, McDonald's, Burger King, dan Wendy's (Davis et al., 2018). Salah satu restoran cepat saji yang terkenal di Indonesia adalah Kentucky Fried Chicken atau lebih dikenal dengan sebutan KFC.

KFC Indonesia merupakan restoran cepat saji milik PT Fast Food Indonesia Tbk yang didirikan oleh Keluarga Gelael pada tahun 1978 dan pada Oktober 1979, KFC pertama kali dibuka di Jakarta. KFC menjadi restoran cepat saji luar negeri pertama yang beroperasi di Indonesia. Hingga tahun 2019, KFC Indonesia telah memiliki 748 gerai di 34 provinsi

di Indonesia. KFC telah meraih berbagai penghargaan sebagai merek restoran cepat saji teratas dari beberapa lembaga penyelenggara seperti *Indonesia Most Innovative Bussines Award 2017, Indonesia Best Brand Award 2018, Top Brand Award 2018 dan 2019, Indonesia Millenials Top Brand Award 2019*, dan lain-lain. Dapat dilihat dalam Tabel 2 bahwa KFC berada di posisi pertama sebagai merek restoran cepat saji teratas berdasarkan survey dari *Top Brand Award* tahun 2019.

Tabel 2
Survey TOP Brand Index 2019

Merek	TBI
KFC	26.2%
McDonald's	22.4%
A&W	5.4%
Hoka-Hoka Bento	5.4%
Richeese Factory	4.3%

Sumber : www.topbrand-award.com, 2019

Berdasarkan laporan tahunannya KFC Indonesia memiliki jumlah pendapatan sebesar 6.71 triliun pada tahun 2019, naik 11,45% dari tahun sebelumnya (Laporan Tahunan PT Fast Food Indonesia Tbk, 2019). Namun, berdasarkan data *public expose* KFC tahun 2020 menunjukkan bahwa sampai bulan September 2020 sebanyak 10 gerai KFC telah ditutup dan KFC mengalami penurunan pengunjung sebesar 50% di setiap gerainya (*Public Expose* PT Fast Food Indonesia Tbk, 2020).

Berdasarkan laporan tahunan KFC tahun 2019, KFC telah menyelesaikan sebanyak 47 keluhan dalam satu tahun (Laporan Tahunan PT Fast Food Indonesia Tbk, 2019). Keluhan tersebut dapat disebabkan dari berbagai faktor yang salah satunya dapat menyebabkan penurunan kepuasan

pelanggan di KFC. Kepuasan sendiri dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen, selain pelayanan, kepuasan juga dipengaruhi oleh kualitas dari suatu produk yang ditawarkan (Rajput & Gahfoor, 2020).

Penurunan kepuasan pelanggan di KFC dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satu contohnya yaitu gerakan “*beberes*” milik KFC yang ditolak oleh beberapa kalangan di masyarakat. Gerakan “*beberes*” adalah suatu ajakan dari KFC agar pelanggan dapat membersihkan mejanya sendiri setelah makan. Hal ini merupakan salah satu contoh penolakan kebijakan yang diterapkan oleh KFC yang menimbulkan ketidakpuasan (Aswidyanti1 et al., 2020).

Untuk mencapai kepuasan pelanggan ada faktor - faktor yang harus diperhatikan, yaitu kualitas makanan, kualitas layanan dan kualitas lingkungan fisik. Berdasarkan jurnal yang disusun oleh Rajput dan Gahfoor (2020) dengan judul *Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants* ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menjadi fokus restoran untuk memberikan pengalaman bersantap dengan menggabungkan faktor - faktor yang berwujud dan tidak berwujud dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan di suatu restoran cepat saji.

Selain ketiga faktor tersebut, adapun protokol kesehatan COVID-19 yang menjadi salah satu faktor penting dimasa pandemi. Seperti diketahui bahwa tahun 2020 merupakan tahun dimana terjadi pandemi COVID-19.

Berdasarkan *World Health Organization* (2020) COVID-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-Cov-2. Orang yang terinfeksi virus ini akan mengalami gangguan pernapasan ringan hingga sedang. Menurut data Satuan Tugas Penanganan COVID-19 Indonesia (2020), penularan virus COVID-19 di Indonesia mengalami peningkatan setiap harinya dimulai dari bulan April 2020. Jika dilihat pada Gambar 1, grafik menunjukkan peningkatan kasus COVID-19 di Indonesia terus meningkat. Virus ini telah menular ke seluruh Provinsi di Indonesia, sampai bulan September 2020 tercatat sebanyak 74.368 kasus di Provinsi DKI Jakarta.

GAMBAR 1
Grafik Perkembangan Kasus Terkonfirmasi Positif COVID-19 Per-Hari Sampai 30 September 2020



Sumber: Satuan Tugas Penanganan Covid-19 (2020)

Provinsi Banten yang berada di sebelah Barat DKI Jakarta juga memiliki angka kasus COVID-19 yang tinggi. Berdasarkan data Pemerintah

Provinsi Banten, melalui Portal Resmi Informasi COVID-19 Pemerintah Kota Tangerang sebanyak 5.563 kasus terkonfirmasi di Provinsi Banten dan sebanyak 1.620 kasus terkonfirmasi di Kota Tangerang pada bulan September 2020 (Pemerintah Kota Tangerang, 2020).

World Health Organization (WHO) menyatakan tidak ada "cara cepat" untuk melawan COVID-19 (2020). Cara yang dapat dilakukan untuk mencegah penularan virus ini adalah dengan melindungi diri sendiri dan orang lain dengan mengikuti protokol kesehatan COVID-19. Sehingga, Kementerian Kesehatan Indonesia menetapkan konsep "*New Normal*" yang merupakan perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, dengan penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan COVID-19. Protokol kesehatan berlaku bagi semua orang yang terlibat atau berada di tempat dan fasilitas umum.

Protokol kesehatan COVID-19 yang harus dilakukan seperti memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, menjaga jarak fisik dengan orang lain, dan meningkatkan daya tahan tubuh dengan perilaku hidup bersih dan sehat (Kementerian Kesehatan, 2020). Untuk melakukan penyesuaian dengan konsep *New Normal* di Indonesia, restoran menerapkan protokol kesehatan sebagaimana telah ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan. Sehingga protokol kesehatan COVID-19 menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di masa pandemi.

Perubahan lingkungan ini mengakibatkan persaingan antara restoran cepat saji semakin kompetitif. Restoran cepat saji bersaing memberikan

pengalaman bersantap yang mengesankan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Menurut Hoyer, Macinnis, dan Pieters (2018) kepuasan pelanggan adalah fondasi bisnis yang sukses. Kepuasan pelanggan bergantung pada kinerja yang baik, menciptakan perasaan positif dan persepsi yang seimbang atau terjadi pertukaran yang adil.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dipilih penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah kualitas makanan, kualitas layanan, kualitas lingkungan fisik dan protokol kesehatan COVID-19 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan selama masa pandemi di KFC St Mark Lippo Village. Untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan judul: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di KFC St Mark Lippo Village Selama Masa Pandemi”.

B. Tujuan

Tujuan diadakannya seminar ini adalah untuk memperoleh masukan dan ulasan dari penelitian yang telah dibuat. Tujuan lain dari seminar ini adalah untuk mengetahui opini masyarakat tentang penelitian dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di KFC St Mark Lippo Village Selama Masa Pandemi. Dengan seminar ini penulis dapat meningkatkan informasi bagi penelitian ini, sesuai masukan dari dosen penguji dan penulis.

C. Manfaat

Manfaat dari seminar hasil, yaitu:

1. Untuk dapat menyelesaikan salah satu syarat kelulusan memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.) Diploma IV.
2. Untuk memperluas wawasan dan mendapatkan informasi baru tentang kepuasan pelanggan suatu restoran cepat saji selama pandemi COVID-19 dan faktor-faktor yang mempengaruhi.
3. Bagi manajerial, seminar ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selama pandemi COVID-19.

D. Deskripsi Penelitian

Penelitian yang dipresentasikan dalam seminar ini berjudul Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Kualitas Lingkungan Fisik, dan Protokol Kesehatan COVID-19 terhadap Kepuasan Pelanggan di KFC St Mark Lippo Village Selama Masa Pandemi. Penelitian ini berisikan 5 Bab, yaitu Bab 1 Pendahuluan, Bab 2 Tinjauan Pustaka, Bab 3 Metode Penelitian, Bab 4 Hasil dan Pembahasan, Bab 5 Simpulan, Saran dan Rencana Berkelanjutan Penelitian. Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan selama masa pandemi di restoran cepat saji KFC St Mark Lippo Village. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Penelitian dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 5 bulan, dari bulan Agustus hingga Desember 2020. Penelitian ini mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang padat dan jelas. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua kalangan pembaca.