

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sebuah usaha *food and beverage* di Indonesia pada tahun 2020 sampai 2021 Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan ke produk domestik bruto (PDB), Perusahaan *food and beverage* mengalami peningkatan sebesar 2,54 persen menjadi Rp. 775,1 triliun. *industry food and beverage* nasional mengalami dasar harga (ADHB) sebesar Rp 1,12 kuadriliun tahun 2021. Dengan sebuah nilai tersebut dengan porsi sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas sebesar 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp 16,97 kuadriliun.

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan pesat seperti makanan *food and beverage* yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Di Indonesia sangat mudah menemukan gerai *food and beverage*. Ini yang menjadi hal baru di kehidupan masyarakat khususnya anak muda Di Indonesia sektor waralaba industri makanan merupakan salah satu pokok sehari-hari. Saat ini persaingan antar perusahaan kuliner semakin cangguh. Perusahaan harus menciptakan ide dan inovasi yang menarik diantaranya seperti Mc Donald yang sebuah rumah makan yang menyediakan makanan dan minuman dengan instan yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia dan mancanegara.

Mc Donald's sebuah *food and beverage* yang menyediakan makanan *junk food* yang terbesar diseluruh dunia pertama kali dikenal publik tahun 1955 di California, Amerika Serikat. Dengan produk keungulan yaitu burger dengan produk Bigmac, McDonald Pada tahun 2018, McDonald berpindah kantor pusat di Chicago, Amerika sejak itu akhirnya resmi mempergunakan secara McDonald sebagai proses usaha mereka dengan munculannya salah satu usaha masuk dalam jajaran usaha waralaba mereka, adalah Bernama Ray Kroc, yang merupakan seorang pengusaha terkenal yang kemudian ikut bergabung diagen waralaba mereka, McDonald's sebagai restoran cepat saji yang terbesar didunia hal tersebut

sudah sesuai dengan memperoleh memberikan kontribusi besar terbesar para pelanggannya lebih dari 50 juta pelanggan yang sudah setia berkunjung. mendukung usaha ini, saat ini McDonald's terbesar diseluruh dunia termasuk di Indonesia. McDonald menjajaki Indonesia pada tahun 1991 dan restoran pertama yang di buka berada di Jakarta pusat tepatnya di Sarinah, Thamrin pada tahun 2009 PT. Rekso Nasional Food (RNF) salah satu yang disebut anak perusahaan dari Rekso Group mendatangi *Master Franchise Agreement* dengan menggunakan *Internasional Property Company* (MIPCO) yang memberikan izin. untuk mengoperasikan restoran dengan brand McDonald dan membuka sekiranya lebih dari 200 gerai McDonald's terbesar di seluruh Indonesia.

Pada PT. RNF dengan McDonald Indonesia bahkan berkomitmen penuh melakukan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, dengan kualitas makanan terdepan, bahkan memberikan manfaat yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia. Dengan berkembangnya teknologi Mc Donald selalu meng update setiap kebutuhan publik. Dan sudah menjadi kebiasaan Masyarakat, sebuah teknologi akan menjadi salah satu bagian penting di kehidupan manusia. hal ini selalu diperbincangkan dan menjadi kebutuhan khalayak ramai teknologi informasi dan komunikasi terbaru dan terbaru menjadi salah satu hal sangat kita butuhkan di era sekarang dan bahkan seterusnya. Tidak dapat dipungkiri memang TIK (teknologi informasi komunikasi), tidak dipisahkan dengan kehidupan masyarakat. mulai kaula muda hingga orang tua bahkan setiap unsur dalam masyarakat menggunakan teknologi informasi terbaru pada saat ini. dan setiap sisi postif dari teknologi digunakan oleh publik, situs-situs serta menjadi komunikasi sosial, dapat secara cepat menyampaikan suatu informasi menjadi lebih mudah. Adanya perkembangan teknologi mendapat efek negatif, salah satu dampak negatif perkembangan teknologi ialah tersebarnya berita Hoax yang menyebabkan konflik sosial dan berkepanjangan.

Perkembangan kemajuan teknologi ini sangat berdampak di berbagai bidang dari seluruh bidang tersebut diantaranya disektor jejaring sosial maupun ekonomi. Menurut sumber dari kementerian komunikasi dan informatika Republik Indonesia (Menkominfo), berdasarkan peringkat menteri RI, Indonesia termasuk negara mengklaim Indonesia memiliki jumlah pengguna internet terbesar. mengakses. Indonesia menempati peringkat kelima dalam daftar 5 besar pengguna ponsel pintar memiliki pengguna aktif sebanyak 47 juta orang, atau sekitar 14% dari seluruh pengguna ponsel.

Sebelum adanya teknologi McDonlad pelayanan secara manual langsung pesan di kasir dan ada tampilan di belakang kasir dengan pilihan menyunya dan memesan langsung lewat karyawan McDonald, Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi McDonald meluncuran adanya yaitu *self-service* dengan alat ini menggantikan kasir manual alat *self-ordering kiosk* hal ini memberikan pengalaman menyenangkan saat memesan dan memuaskan pelanggan, kemudahan bagi konsumen. Menurut (Atmadjati, 2018) pelayanan adalah suatu kegiatan secara interaksi langsung antara penjual dan pelanggan secara fisik untuk memuaskan pelanggan. Dengan memilih menu harga dan informasi yang lengkap ditampilkan atau dengan memodifikasi daftar item menu makanan yang lebih mudah. Dengan mesin layanan pemesanan layar sentuh menggunakan kios pemesanan mandiri untuk melakukan pembayaran menggunakan secara non tunai dan dapat pembayaran tunai langsung, pelanggan cukup membawa nota atau resi pesanan kepada kasir manual tanpa perlu mengulang pesanan Kembali selain itu pelanggan menjadi sangat puas menikmati perkembangan teknologi. Adapun persaingan dalam industri makanan dan minuman semakin ketat, sehingga setiap pemilik usaha harus berusaha semaksimal mungkin untuk mempertahankan usahanya.

Perusahaan bisnis membutuhkan adanya konsep sebuah manajemen pemasaran yang dimana mempunyai tujuan yang ingin tercapai. Konsep pemasaran ini hanya berfokuskan kepada pemenuhan kebutuhan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan terjadinya sehingga tercapainya sebuah kepuasan konsumen dan menguntungkan bagi perusahaannya agar banyak pelanggan yang ingin membeli produk Mc Donalad fatmawati Konsumen akan puas jika apa yang sesuai ekspektasinya dan tercapai. Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang senang atau kecewa yang timbul setelah merasakan hasil suatu produk atau jasa yang mendekati pencapaian hasil yang diharapkan menurut Kotler & Keller, (2019).

McDonald Fatmawati pada saat peraturan kebijakan adanya pemerintah untuk mematuhi protokol adanya COVID-19, maka dari itu diberlakukan peraturan *take away* suatu konsep yang dimana pembelian diluar yang tidak harus membeli produknya langsung dengan kata lain *take away* makanan yang di konsumsi dengan membawanya pulang. Faktor yang mempengaruhi adanya pembelian *take away* diantaranya adalah jarak, akses dan praktis sehingga memesan tidak secara langsung atau memesan secara online. Karakteristik yang mempengaruhi *take away* menurut Maguire et al., (2015) toko-toko menjual produk segar, panas, dan dingin, sehingga mempengaruhi makanan yang dibawa pulang. sangat mungkin ditawarkan adanya pelayanan konsep take away,

pada dasarnya *take away* di dalam dunia pemasaran, terutama pemasaran produk makanan atau minuman yang mengedepankan keperkatisan dan kecekatan dalam respon pelayanan. mempermudah konsumen yang hendak memesan McDonald's Seperti, dengan tidak menyentuh kontak fisik tidak sama sekali maka prosedur McDonald mewajibkan adanya pengiriman McDonlad juga memberlakukan adanya pemesanan memanfaatkan pelayanan *take away*, untuk menikmati McDonald. Pelayanan merupakan setiap sebuah aktivitas yang dapat ditawarkan oleh satu pihak dan pihak lainnya, yang berdasarkan tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun mebnurut Kotler, (2018). Sehubungan dengan fenomena masyarakat yang terjadi belakangan ini Mc donlad menjadi top brand dan memiliki kualitas produk tinggi penulis melakukan melatar belakangi penelitian mengenai adanya faktor yang mempengaruhi, kepuasan konsumen yang nantinya menganalisis tentang pelayanan *take away* terhadap McDonald Fatmawati

1.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, maka penulis membatasi sebuah penelitian pada analisis faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan daya tanggap, kehandalan, bukti fisik, empati, jaminan kepuasan konsumen terhadap *take away* pada Mc Donald's. Dalam hal ini pembedaan timbulnya kualitas layanan *take away* kepada kepuasan konsumen terhadap Mc Donald Fatmawati.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis akan mendapatkan suatu rumusan masalah pada penelitian sebagai berikut :

1. Terdapat faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada layanan pembelian pada layanan pembelian *Take Away* McDonald's Fatmawati?
2. Bagaimana bukti fisik dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan *take away* McDonald's Fatmawati?
3. Bagaimana realibilitas dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan *take away* pada McDonald's Fatmawati?
4. Bagaimana daya tanggap dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan *take away* pada McDonald's Fatmawati?
5. Bagaimana jaminan dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan *take away* pada McDonald's Fatmawati?

6. Bagaimana empati dapat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan *take away* pada McDonald's Fatmawati?
7. Dari kelima kualitas layanan (bukti fisik, realibilitas, daya tanggap, jaminan, empati) manakah yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan Take Away McDonald's Fatmawati?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan yakni:

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi adanya kepuasan konsumen dalam pembelian pada layanan pembelian Take Away McDonald's Fatmawati?
2. Untuk Mengetahui adanya bukti fisik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan take away pada McDonald's Fatmawati?
3. Untuk mengetahui adanya realibilitas dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan take away pada McDonald's Fatmawati?
4. Untuk mengetahui adanya daya tanggap dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan take away pada McDonald's Fatmawati?
5. Untuk mengetahui adanya jaminan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan take away pada McDonald's Fatmawati?
6. Untuk mengetahui adanya empati dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam kualitas pelayanan take away pada McDonald's Fatmawati?
7. Adanya faktor yang dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam layanan Take Away McDonald Fatmawati.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Aspek Akademis

Sebagai salah satu syarat khusus untuk mendapatkan sebuah Gelar Sarjana Strata Satu (S1) di sebuah instansi yaitu Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.

2. Aspek teoritis

Hasil penelitian ini, penulis ingin menjadi bermanfaat bagi semua banyak orang, Khususnya untuk mahasiswa/mahasiswi Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta yang kedepannya akan melakukan penelitian. Khususnya bagi konsentrasi pemasaran, dengan kata kunci analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan take away pada McDonald Fatmawati.

3. Aspek praktis

Penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan didalam penentuan kebijakan yang diambil dimasa yang akan datang khususnya masalah analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan take away pada McDonald Fatmawati.



