

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1.1 Logo McDonald's

Sumber: <https://mcdonalds.co.id> diakses pada 02 Maret 2023

McDonald's merupakan restoran fast food terbesar di dunia yang diawali pada tahun 1955 di California, Amerika Serikat. Dengan produk unggulan berupa Burger bernama Bigmac, McDonald's hingga saat ini telah memiliki ribuan restoran yang tersebar di lebih dari 100 negara, salah satunya Indonesia.

Restoran McDonald's pertama di Indonesia terletak di Gedung Sarinah, Jalan M. H. Thamrin No. 11, Gondangdia, Menteng, Jakarta Pusat dibuka pada tanggal 23 Februari 1991. Restoran McDonald's untuk pertama kalinya membuka toko di luar pulau Jawa yakni di Medan Mall, Pusat Pasar, Medan Kota, Medan dibuka pada tanggal 23 September 1994. Berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia. Pada awalnya, pemegang hak waralaba McDonald's di Indonesia adalah PT Bina Nusa Rama milik Bambang Rachmadi. Pada tahun 1994, Bambang Rachmadi melalui PT Rezeki Murni miliknya bekerja sama dengan International Development Services (IDS) yang berafiliasi dengan McDonald's Corporation mengelola 97 gerai McDonald's di Indonesia.

Pada tahun 2009, PT Rekso Nasional Food yang merupakan salah satu anak perusahaan dari Rekso Group menandatangani Master Franchise Agreement dengan McDonald's International Property Company (MIPCO) yang memberikan izin untuk mengoperasikan semua restoran dengan brand McDonald's dan membuka restoran baru di seluruh Indonesia. Hingga saat ini PT Rekso Nasional Food telah membuka sekiranya lebih dari 200 gerai McDonald's tersebar di berbagai kota di Indonesia yang didukung dengan lebih dari 14.000 karyawan di seluruh Indonesia. PT Rekso Nasional Food melalui McDonald's Indonesia selalu berkomitmen penuh menyuguhkan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan, menghadirkan kualitas makanan terdepan, serta memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat Indonesia.

Pada tanggal 3 Juni 2009, hak waralaba McDonald's di Indonesia diambil alih oleh PT Rekso Nasional Food, yang merupakan anak perusahaan Rekso Group, yang merupakan induk usaha perusahaan minuman ringan Sinar Sosro. PT Bina Nusa Rama berhasil membuat kesepakatan ini bersama McDonald's International Property Company (MIPCO).

Pada tanggal 1 Oktober 2009, gerai McDonald's berubah menjadi Tony Jack's Indonesia tetapi tidak seluruh gerai McDonald's. Terdapat 13 gerai McDonald's milik Bambang Rachmadi yang berubah antara lain berlokasi di Sarinah (Thamrin), Melawai Plaza, Blok M Plaza, Arion, Kelapa Gading, Sunter, Bandung Indah Plaza, Plaza Surabaya, Bandara Soekarno-Hatta, ITC Mangga Dua, Citra Land, Gajah Mada Plaza, dan Kebon Jeruk. Namun sayangnya, keberadaan Tony Jack's Indonesia tidak berlangsung lama. Beberapa bulan kemudian, Tony Jack's Indonesia bangkrut dan diambil alih kembali oleh McDonald's dan pada tanggal 10 Mei 2020, gerai McDonald's di Gedung Sarinah, Jakarta Pusat yang merupakan gerai McDonald's pertama di Indonesia ditutup secara permanen atas permintaan manajemen Sarinah melalui surat resmi tertanggal 30 April 2020 karena dilakukan renovasi gedung dan perubahan strategi bisnis. Setelah penutupan gerai Sarinah, saat ini gerai tertua di Indonesia berada di Surabaya, yaitu di Plaza Surabaya.

1.1.2 Visi & Misi McDonald's

a. Visi McDonald's, Tbk :

Visi McDonald's adalah menjadi restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di dunia. Untuk mencapai visi ini, McDonald's selalu menjamin mutu produk-

produknya, memberikan pelayanan yang memuaskan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan serta nilai-nilai tambah lainnya. Senyum konsumen adalah hal penting untuk McDonald's.

b. Misi McDonald's Tbk :

1. Menjadi perusahaan terbaik bagi semua karyawan kami di setiap komunitas di seluruh dunia
2. Menghadirkan pelayanan dengan sistem operasional yang unggul bagi setiap konsumen kami di setiap restoran cabang McDonald's.
3. Terus mengalami perkembangan ke arah yang menguntungkan sebagai sebuah brand, serta terus mengembangkan sistem operasional McDonald's ke arah yang lebih baik lagi lewat inovasi dan teknologi.

1.1.3 Produk Perusahaan

McDonald's Indonesia menjual berbagai macam produk untuk para konsumennya yang terbagi menjadi empat bagian yaitu sarapan, makan siang, minuman dan cemilan.

Berikut adalah daftar menu yang ada di McDonald's Indonesia :

- Sarapan

1. Egg and Cheese Muffin
2. Chicken Muffin
3. Sausage McMuffin
4. Egg McMuffin
5. Chicken Muffin with Egg
6. Sausage McMuffin with Egg
7. Sausage Wrap
8. Big Breakfast
9. Breakfast Wrap
10. Hotcakes 3 pcs
11. Hotcakes 2 pcs
12. Hashbrown
13. Nasi Uduk McD

14. Bubur Ayam McD

- Makan Siang

1. Big Mac
2. Triple Burger With Cheese
3. Cheeseburger Deluxe
4. Cheeseburger
5. Beef Burger Deluxe
6. Beef Burger
7. Ayam Krispy McDonald's
8. Ayam Spicy McDonald's
9. Chicken Burger Deluxe
10. Chicken Burger
11. McSpicy
12. McChicken
13. Chicken Snack Wrap

14. Spicy Chicken Bites

15. Chicken Fingers

16. Fish Snack Wrap

17. Fish Fillet Burger

18. Honey Garlic Chicken Rice McD

19. Rica Rica Chicken Rice McD

20. McNuggets

- Minuman

1. Hot Coffee

2. Country Choice Orange

3. Fanta

4. Milo

5. Hot Tea

6. Coca-Cola

7. Fruit Tea Lemon

8. Iced Lychee Tea

9. Fruit Tea Blackcurrant

10. Sprite

11. Ginger Ale Fizz

12. Teh Botol Tawar

13. Bottled Mineral Water

- Cemilan

1. French Fries

2. Menu Receh 1+1

3. Sweet Corn

4. Choco Sundae

5. Strawberry Sundae

6. McFlurry Choco

7. McFlurry Feat. Oreo

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi yang sedang terjadi saat ini menyebabkan dampak yang sangat lah besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia di seluruh masyarakat. Baik di bidang ekonomi, sosial, politik, teknologi, lingkungan dan budaya di setiap harinya. Dampak positif yang bisa masyarakat nikmati adalah kemudahan akses untuk memperoleh pertukaran informasi yang mereka inginkan. Tidak hanya masyarakat saja yang bisa menikmati dampak era globalisasi ini melainkan antar negara sangatlah merasakan untung dari memperoleh informasi dari suatu negara ke negara lainnya. Dengan kemajuan teknologi para pengusaha dapat dengan mudah mengembangkan produk-produknya ke macam negara, mulai dari Industri kecantikan, industri pakaian hingga ke industri makanan. Banyak produk makan yang masuk ke negara Indonesia dan di sukai oleh masyarakat Indonesia, mulai dari *snack* hingga *fast food*.

Industri makanan dan minuman merupakan sektor yang memiliki potensi besar baik di Indonesia maupun secara global. Sebagai industri yang terkait dengan kebutuhan

dasar manusia, industri ini memiliki prospek yang cerah. Meskipun demikian, data statistik pada tahun 2019 menunjukkan adanya penurunan dalam industri ini, sebagaimana yang tergambar dalam grafik berikut.

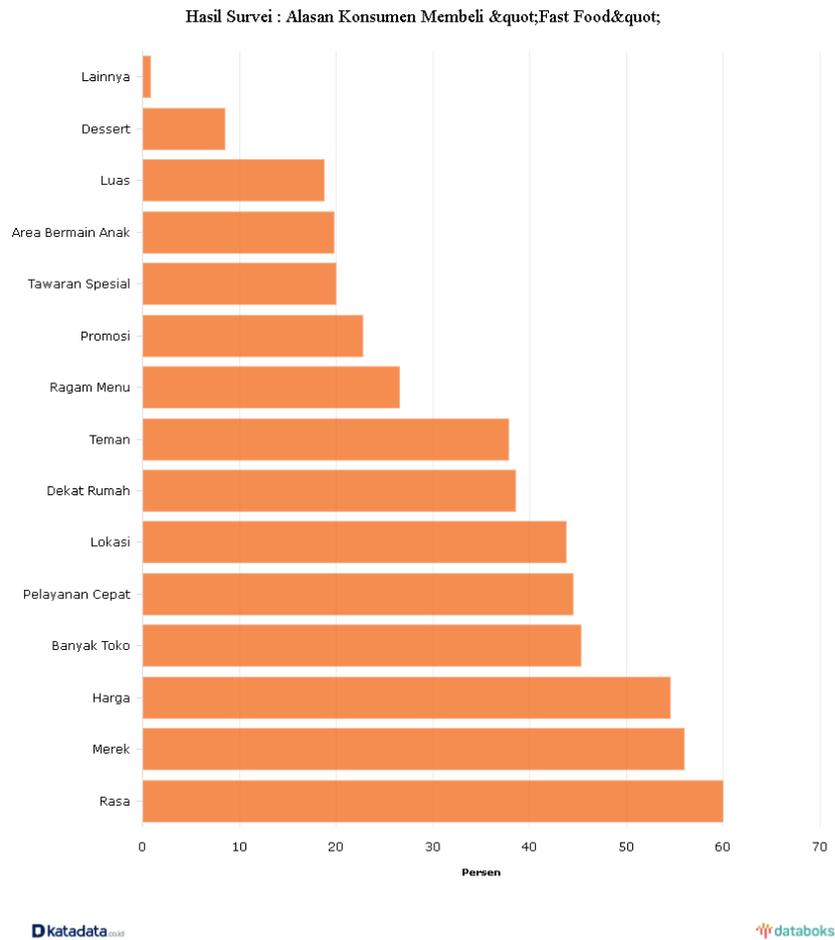


Gambar 1.2 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011-2023

Sumber: <https://www.dataindustri.com/>

Berdasarkan gambar 1.2, pada kuartal 1 2023, kinerja industri makanan dan minuman per kuartal (q on q) mengalami kontraksi atau penurunan. Sedangkan untuk pertumbuhan tahunan sektor industri makanan dan minuman (year on year) sampai kuartal 1 2023 tumbuh positif. Kinerja pertumbuhan yang positif ini melanjutkan kinerja tahun-tahun sebelumnya yang juga selalu positif. Salah satu sektor industri makanan yang juga mengalami peningkatan itu adalah makanan cepat saji.

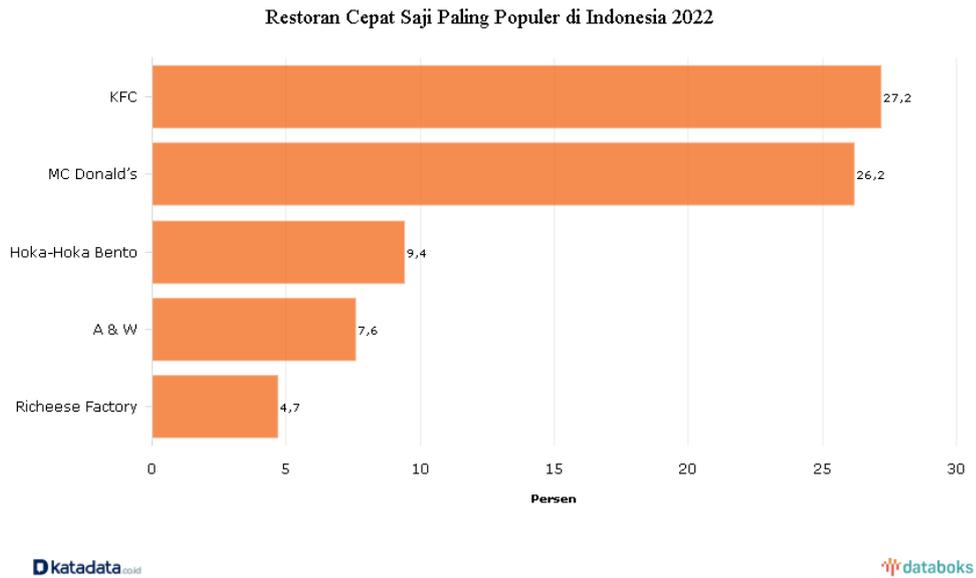
Makanan cepat saji adalah makanan yang dapat disiapkan dan dikonsumsi dalam waktu singkat, baik dengan cara dimasak maupun dengan cara menyiapkan makanannya. Makanan cepat saji adalah istilah yang mencakup kedua arti: Pertama, *fast food* dapat diartikan sebagai makanan yang dapat disajikan dan dikonsumsi dalam waktu singkat, sedangkan pengertian kedua *fast food* adalah makanan yang dapat dimakan dengan cepat. Restoran cepat saji pertama di Indonesia ada pada tahun 1959 dan mulai pesat berkembang di tahun 1980. Makanan cepat saji yang masuk ke pasar Indonesia sebagian besar berasal dari Amerika (Manoppo & Abdurachman, 2009:63). Restoran cepat saji sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dikarenakan proses penyajiannya yang cepat, disajikan dengan persiapan sederhana dan bisa dibuat oleh siapa saja, termasuk para pemula di bidang masak, harga yang diberikan cukup ekonomis dan karena cita rasanya yang cenderung enak (Tiofani, 2021). Dari peluang ini lah para pengusaha ingin mendirikan Restoran cepat saji di Indonesia.



Gambar 1.3 Hasil Survei Alasan Konsumen Membeli Fast Food

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan gambar 1.3 terdapat survei dari W&S Market Research, maka dapat disimpulkan bahwa dalam persaingan fast food ada lima faktor yang sangat penting bagi restoran cepat saji yaitu rasa, merek, harga, banyak toko dan pelayanan cepat. Lima faktor ini adalah kunci penting bagi restoran cepat saji yang membuat restoran cepat saji ini harus memfokuskan peningkatan lima faktor tersebut. Ada banyak kompetitor restoran cepat saji yang menjadikan ketatnya persaingan restoran cepat saji di Indonesia.



Gambar 1.4 Restoran Cepat Saji Paling Populer Di Indonesia 2022

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan gambar 1.4 hasil survei Top Brand Award, maka dapat diketahui persaingan antara KFC dan McDonald's sangatlah kompetitif dengan hasil sebesar 27,2% dan 26,2%. Oleh karena itu hal ini juga menimbulkan persaingan tersendiri bagi kedua perusahaan itu, yang menyebabkan perusahaan cepat saji atau fast food ini harus meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas makanan mereka. Kedua hal ini bertujuan agar bisa bertahan dari persaingan. Kedua restoran cepat saji ini menerapkan *self service technology* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan (Orel dan Kara, 2013). Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, McDonald's sudah menerapkan *self service technology* yang sering dikenal dengan istilah *Self Ordering Kiosk*.

Layar sentuh mesin layanan pesan mandiri atau *self ordering kiosk* adalah salah satu contoh teknologi *self service*. Mesin ini memberikan pengalaman pemesanan yang menyenangkan dan memberikan berbagai kemudahan bagi pelanggan. Dengan adanya mesin ini, pelanggan dapat melihat menu beserta harga dan informasi secara instan, serta melakukan perubahan pesanan dengan mudah. Selain itu, pelanggan juga dapat melakukan pembayaran non-tunai (cashless) langsung melalui mesin, yang menghemat waktu bagi para konsumen.

Kedua perusahaan fast food, yaitu KFC dan McDonald's telah menerapkan sistem *self service technology*. Namun, KFC hanya mengadopsinya di beberapa cabang,

sedangkan McDonald's telah menerapkan *self service technology* atau *self ordering kiosk* hampir di setiap cabangnya. Salah satu gerai McDonald's yang menggunakan *self service technology* adalah McDonald's Podomoro yang berada di Desa Bojongsoang.

Desa Bojongsoang merupakan suatu daerah yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi karena terdapat Telkom University dan beberapa pabrik di dalamnya. Kehadiran para pekerja dan mahasiswa dari berbagai daerah membuat Desa Bojongsoang menjadi kawasan yang padat penduduk dan mengalami perkembangan yang pesat. Letaknya yang strategis dan jaraknya yang dekat dengan Kota Bandung juga menjadi faktor pendukung pertumbuhan daerah ini. Di Desa Bojongsoang terdapat dua gerai fast food, salah satunya McDonald's yang berlokasi di kawasan Perumahan Podomoro. Restoran fast food ini berada dekat dengan Telkom University, sehingga salah satu target pasar mereka adalah mahasiswa Telkom University.

Mahasiswa Telkom University menjadi target pasar McDonald's Podomoro karena ada beberapa faktor yang membuat mahasiswa menjadi segmen yang menarik bagi restoran. Pertama, letak geografis McDonald's Podomoro yang berdekatan dengan Telkom University membuatnya mudah dijangkau oleh mahasiswa. Kedekatan ini memudahkan mahasiswa untuk mengunjungi dan menghabiskan waktu di restoran tersebut. Kedua, mahasiswa Telkom University adalah kelompok yang cenderung aktif dan sibuk dengan jadwal kuliah dan kegiatan akademik lainnya. McDonald's sebagai restoran cepat saji dengan pelayanan *self service technology* dapat memberikan kenyamanan dan efisiensi bagi mereka. Dengan adanya *self service technology*, mahasiswa dapat dengan cepat memesan dan mendapatkan makanan tanpa perlu menunggu lama, sehingga sesuai dengan kebutuhan mereka yang memiliki waktu terbatas. Selain itu, McDonald's juga menawarkan harga yang relatif terjangkau, yang dapat menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa dengan anggaran terbatas. Restoran ini juga menawarkan variasi menu yang beragam, termasuk pilihan vegetarian, sehingga dapat memenuhi preferensi dan kebutuhan makanan mahasiswa dengan berbagai selera.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai McDonald's di Podomoro dengan judul "PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MCDONALD'S PODOMORO (Studi Kasus pada Mahasiswa Telkom University)"

1.3 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan dapat ditemukan dalam penelitian Pengaruh *self service technology* terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Podomoro (studi kasus mahasiswa Universitas Telkom), yaitu apakah *self service technology* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada McDonald's Podomoro?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka penelitian ini harus menganalisis dan ingin mengetahui pengaruh *self service technology* secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan McDonald's di Podomoro.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat, untuk menambah ilmu serta wawasan mengenai *self service technology* terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi McDonald's Indonesia pada McDonald's Podomoro sehingga dapat dijadikan perbaikan dan masukan untuk menggunakan *self service technology* yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi yang terkandung dalam skripsi ini, maka sistematika penelitian skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan, latar belakang masalah, perumusan masalah, pernyataan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian yaitu mengenai “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Indihome pada PT. Telkom Kandatel Medan”

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang berkaitan dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian serta saran terhadap perusahaan atau masyarakat tempat penelitian.