

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang, banyak sekali orang yang ingin memiliki bisnis sendiri. Salah satunya adalah bisnis di industri makanan cepat saji. Bisa dilihat bahwa makanan cepat gemar dikonsumsi oleh semua kalangan, Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa (Harwani & Fauziyah, 2020). Makanan cepat saji seperti ayam goreng, hamburger, dan lainnya sudah menjadi gaya hidup ataupun bagian dari hidup kita. Hal ini memicu banyak sekali bisnis-bisnis baru yang terjun di bidang makanan cepat saji. Diluar dari rasa yang ditawarkan enak, makanan cepat saji menawarkan pelayanan yang cepat sehingga tidak membutuhkan waktu lama bagi pelanggan untuk menikmati makanannya. Selain dari itu, banyak juga konsep-konsep unik yang bermunculan yang menawarkan suasana yang menarik bagi pelanggan. Namun, dengan hal ini berarti bahwa para pebisnis di industri cepat saji dituntut untuk selalu berinovasi dari segi memilih lokasi yang strategis, menu, harga, kualitas layanan dan lainnya mengingat bahwa sudah banyak restoran makanan cepat saji yang beredar.

KFC saat ini masih menjadi *top of mind* masyarakat serta masih menjadi menjadi salah satu merek makanan cepat saji yang paling sukses di dunia (Nur & Anwar, 2024) di tengah persaingan makanan cepat saji yang begitu ketat. Kesuksesan ini sesuai dengan kemampuan Perusahaan dalam menciptakan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Kepuasan pelanggan adalah

bagian penting dari kesuksesan (Budiarno et al., 2022). Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti kualitas rasa yang konsisten, rasa yang sudah menjadi ciri khas sehingga membentuk sebuah identitas, dan inovasi-inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain dari kualitas rasa, pengalaman emosional, layanan, harga akan menjadi elemen penting dalam menjaga pelanggan tetap positif.

Selain itu, tentu alasan saya meneliti topik ini yaitu kecintaan saya terhadap KFC, merk makanan cepat saji yang tidak hanya menyajikan makanan yang enak, tetapi juga memberikan kenangan-kenangan dan pengalaman pribadi yang sangat berkesan. Namun muncul pertanyaan di kepala: apakah semua pelanggan KFC merasakan kepuasan seperti apa yang saya alami? Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama persaingan dalam persaingan bisnis para era digital (Yusuf et al., 2020). Mengetahui serta memahami konsistensi dalam menjaga kepuasan pelanggan menjadi hal yang menarik. Apakah pelanggan merasa puas karena kualitas rasa yang konsisten? Apakah suasana restoran dalam mempengaruhi faktor emosional pelanggan yang memberikan rasa nyaman yang dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan? Apakah layanan yang ramah dan cepat menjadi faktor penting? Ataukah harga yang bersaing dengan merek – merek lainnya? Penelitian ini juga membuat saya dapat mengeksplorasi bagaimana KFC dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Sebagai merek yang sudah mendunia, apakah standar kualitas yang tinggi sudah cukup untuk memenuhi kepuasan pelanggan lokal terutama di Batam? Bagaimana dalam beradaptasi sesuai

kebutuhan pelanggan lokal? Seperti cita rasa yang disesuaikan dengan rasa Indonesia? Atau memberikan layanan yang lebih personal?

Alasan selanjutnya yang memotivasi saya untuk meneliti topik ini yaitu untuk memahami tren yang sedang berkembang dan semakin kompetitif di industri makanan siap saji. Banyak orang di kota yang lebih suka makan makanan siap saji di restoran mewah daripada di pinggir jalan, sehingga makanan siap saji dapat membentuk gaya hidup mereka dan kini makanan siap saji telah dijadikan sebagai tren (Ufrida & Harianto, 2022) KFC, merupakan salah satu pemain yang sudah besar di industri ini membuat peneliti ini dapat memberikan wawasan serta kesempatan untuk melihat bagaimana tren makanan cepat saji dapat memengaruhi perilaku konsumen maupun strategi bisnis.

Kemudian yang membuat saya ingin meneliti topik ini yaitu hal apa yang membuat pelanggan dalam mengambil Keputusan. Dengan persaingan industri yang semakin ketat, Perusahaan akan semakin berusaha dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan ekspektasi dan harapan pelanggan (Azizah et al., 2018). Di dunia makanan cepat saji yang semakin kompetitif, pelanggan menjadi lebih banyak pilihan. Mereka bisa memilih sesuai dengan faktor-faktor seperti harga, rasa, layanan, hingga kepuasan emosional yang ditawarkan. Namun, apa sebenarnya yang menjadi acuan sebagai penentu utama dalam Keputusan pelanggan dalam memilih KFC dibanding dengan merek lain? Hal ini menjadi menarik bagi saya karena setiap orang mungkin memiliki alasan yang bervariasi. Batam sebagai lokasi penelitian, keberagaman alasan memberikan peluang

sekaligus tantangan dalam melihat bagaimana preferensi mereka yang berbeda-beda.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini, beberapa masalah yang ditemukan mencakup kepuasan pelanggan KFC Kota Batam.

1. Faktor kepuasan pelanggan dipengaruhi juga oleh kualitas produk seperti rasa yang memuaskan, penyediaan makanan yang bagus, kesegaran makanan, rasa yang sesuai ekspektasi, dapat menentukan apakah pelanggan akan merasa puas atau tidak. Ketika hal tersebut tidak sesuai dengan harapan pelanggan, hal ini bisa memicu keluhan dari pelanggan.
2. Kebersihan menjadi hal penting yang memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Area makan yang kotor, penampilan staf yang kurang rapi bisa menurunkan kepuasan pelanggan. Jika aspek kebersihan diabaikan, pelanggan bisa merasa tidak nyaman dan tidak mau kembali. Oleh karena itu, perlu diketahui apakah kebersihan di KFC Gelael, Palm Spring sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan seberapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan mereka.
3. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam industri makanan cepat saji. Masalah yang sering muncul terkait kualitas layanan meliputi sikap staf yang kurang ramah, lambat dalam merespons pesanan, serta kurangnya profesionalisme dalam melayani pelanggan. Pelayanan yang tidak konsisten dan tidak memenuhi ekspektasi pelanggan dapat menurunkan

kenyamanan, bahkan memengaruhi keputusan pelanggan untuk tidak kembali. Oleh karena itu, kualitas layanan perlu mendapat perhatian khusus agar pengalaman pelanggan tetap positif dan loyalitas terhadap merek dapat terjaga.

4. Harga merupakan faktor yang sering dijadikan sebagai pertimbangan utama untuk menentukan restoran cepat saji, termasuk KFC. Jika biaya yang dikeluarkan pelanggan tidak sebanding dengan apa yang mereka dapat, itu akan berdampak pada kepuasan mereka.
5. Suasana tempat menjadi salah satu elemen yang memengaruhi kenyamanan dan kepuasan pelanggan saat berkunjung ke restoran cepat saji. Masalah yang sering muncul berkaitan dengan suasana tempat meliputi tata letak ruang yang kurang nyaman, tingkat kebisingan yang tinggi, dan lagu yang terlalu kuat sehingga mengganggu komunikasi kita. Oleh karena itu, suasana tempat perlu diperhatikan agar mampu menciptakan lingkungan yang nyaman, tenang, dan mendukung pengalaman makan yang positif bagi pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan jangkauan yang telah ditentukan, hal ini bertujuan agar hasil yang diperoleh dari penelitian ini sesuai dengan apa yang diharapkan. Berikut jangkauan yang dimaksud seperti:

1. Penelitian ini khusus dilakukan pada cabang *Kentucky Fried Chicken* (KFC) kota Batam yang terletak di Gelael, Palm Spring, Batam Centre.

2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor pengambilan Keputusan terhadap kepuasan pelanggan pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) kota batam cabang Gelael, Palm Spring, Batam *Centre*.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan kemudian diubah menjadi angka untuk melakukan perangkingan atau pembobotan agar Keputusan lebih mudah diambil dengan metode *Simple Additive Weighting* (SAW).
4. Hasil yang didapat dari penelitian ini khusus digunakan untuk kepentingan dari KFC kota Batam cabang Gelael, Palm Spring, Batam *centre* dan untuk peneliti sebagai syarat kelulusan.

1.3.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan KFC kota batam yang telah dirangkum maka berikut merupakan rumusan permasalahan yang tertera seperti:

1. Bagaimana cara menerapkan dari *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam menentukan jenis kriteria apakah *cost* atau *Benefit* pada data kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Gelael, Palm Spring Batam dengan mengacu pada jenis-jenis kriteria yang ada?
2. Bagaimana cara membuat matriks keputusan sesuai dengan kriteria yang didapat dan selanjutnya akan dilakukan proses normalisasi matriks berdasarkan dengan persamaan yang sudah disesuaikan dengan jenis atribut sehingga akan diperoleh matriks normalisasi?

3. Bagaimana proses normalisasi dari data kepuasan pelanggan KFC Gelael, Palm Spring Batam dengan mengacu pada jenis-jenis kriteria yang ada?
4. Bagaimana proses perangkingan dari data kepuasan pelanggan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Gelael, Palm Spring, Batam dengan mengacu pada jenis-jenis kriteria yang ada?
5. Bagaimana dalam membuat kesimpulan dari perangkingan yang sudah didapat, dengan tujuan agar hasil tersebut dapat membantu pihak KFC Gelael, Palm Spring, Batam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, terlampir tujuan penelitian yaitu;

1. Untuk menerapkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dalam mengidentifikasi dan mengelompokkan kriteria kepuasan pelanggan KFC Gelael, Palm Spring Batam ke dalam kategori *benefit* atau *cost*, guna memudahkan proses normalisasi dan pembobotan
2. Untuk menyusun matriks keputusan dari data kuesioner kepuasan pelanggan KFC Gelael, Palm Spring Batam, serta menerapkan normalisasi sesuai tipe atribut *benefit* atau *cost* sebagai dasar perhitungan metode SAW.
3. Untuk menerapkan proses normalisasi data kepuasan pelanggan KFC Gelael, Palm Spring Batam menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), dengan menyesuaikan nilai berdasarkan jenis kriteria *benefit* atau *cost* guna menghasilkan perbandingan yang objektif.

4. Untuk menerapkan proses perangkingan kepuasan pelanggan KFC Gelael, Palm Spring Batam menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), guna menentukan alternatif dengan tingkat kepuasan tertinggi berdasarkan pembobotan kriteria *benefit* dan *cost*.
5. Untuk menyimpulkan hasil dari perangkingan kepuasan pelanggan berdasarkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), guna memberikan masukan strategis bagi manajemen KFC Gelael, Palm Spring Batam dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4.1 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan pada aspek-aspek tertentu, yaitu:

1.4.2 Manfaat Teoritis

Studi ini menambah literatur terutama di bidang makanan cepat saji. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut yang meneliti mengenai kepuasan pelanggan, produk, dan berhubungan satu sama lain dalam berbagai lingkungan geografis serta budaya. Selain itu, penelitian ini menciptakan cara untuk menilai kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Simple Additive Weighting* (SAW). Hal ini dapat digunakan sebagai landasan teoritis bagi peneliti lain yang ingin mencoba dalam berbagai konteks dengan metode analisis lainnya. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam tentang bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh aspek-aspek diatas. Ini mendorong penelitian lebih lanjut mengenai adaptasi strategi bisnis global ke konteks lokal. Selain itu, penelitian dapat dijadikan model bagi studi

serupa di tempat lain, menawarkan pendekatan yang komprehensif untuk meneliti kepuasan pelanggan.

1.4.3 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan untuk menerapkan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) di dunia nyata, yakni untuk menganalisis kepuasan pelanggan di industri makanan cepat saji. Selain dari itu, peneliti dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana teknik ini dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah pengambilan keputusan yang kompleks. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kesempatan untuk membuka peluang baru dalam penerapan metode *Simple Additive Weighting* yang dapat disesuaikan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

2. Bagi Prodi Sistem Informasi

Penelitian ini membantu pengembangan keilmuan serta kurikulum. Studi ini menunjukkan teori dan metode yang dipelajari dalam program, khususnya dalam pengambilan keputusan berbasis data dan analisis sistem informasi. Penemuan-penemuan ini dapat digunakan sebagai referensi mata kuliah terkait untuk memperkaya literatur akademik. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran bagi mahasiswa yang tertarik dengan sistem informasi dan pengambilan keputusan.

3. Bagi institut Pendidikan

Penelitian ini memberikan wawasan tentang cara mengukur serta menganalisis komponen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil

penelitian ini bisa digunakan oleh praktisi bisnis sebagai panduan untuk meningkatkan kualitas layanan produk mereka. Selain itu, bagi akademisi dan peneliti lain, penelitian ini bisa menjadi contoh penerapan metode SAW dalam berbagai konteks, dan dapat menjadi inspirasi untuk penelitian lebih lanjut tentang analisis sistem informasi dan pengambilan keputusan. Selain itu, pembaca umum dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana analisis berbasis data dapat membantu mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik dan meningkatkan pengalaman pelanggan.