



## BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

### A. Latar Belakang Masalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Di masa sekarang dimana semua membutuhkan teknologi untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Dengan begitu, gaya hidup dari masyarakat semakin lama-lama berubah juga. Seperti, di saat ini masyarakat bisa memesan makanan yang diinginkan bahkan bisa menyesuaikan *custom* yang diharapkan. Perkembangan teknologi inilah yang menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat.

Tidak sedikit bahwa masyarakat merasa bahwa dengan meminimalisir pengeluaran sewaktu yang di luar rumah, maka, masyarakat merasa bisa mempergunakan waktu tersebut dengan kegiatan yang lebih baik dan produktif. Dengan kata lain, bahwa masyarakat menginginkan hal yang praktis dan cepat saja dalam hal apapun itu. Contohnya adalah makanan, tidak hanya ada satu ataupun dua fitur yang sudah disediakan dalam hal mengelola pemesanan makanan, seperti Gojek, Grab, ShopeeFood, dan TravelokaFood dimana aplikasinya membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Perkembangan yang sangat pesat pada industri makanan dan minuman, yang dahulunya masyarakat mengetahui bahwa makanan hanyalah untuk menghilangkan rasa lapar belaka, namun, di era sekarang, makanan bukanlah hanya untuk penghilang rasa lapar, melainkan dilihat dari segi keunikan, banyaknya variasi dari jenis makanan itu sendiri. Sehingga tidak sedikit para restoran besar hingga UMKM menyajikan hidangannya tidak hanya dilihat dari rasa.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pesatnya perkembangan industri makanan dan minuman telah membuktikan

perannya dalam meningkatkan PDB Kuartal II di tahun 2022, seperti gambar berikut ini.

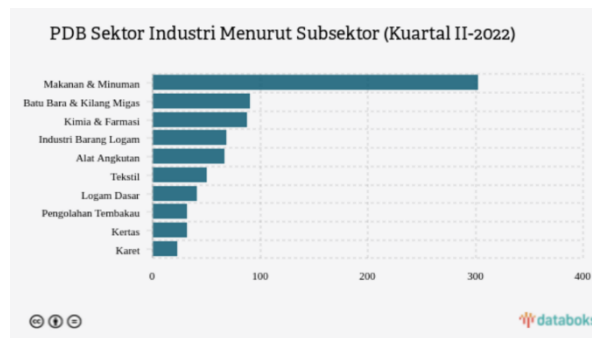
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 1 1

### Grafik Sektor Industri



Sumber: databoks, Kusnandar, 2022

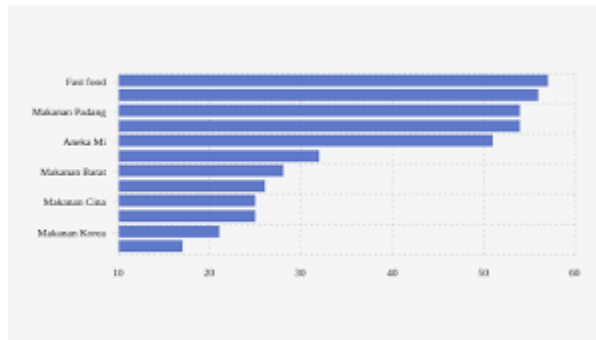
Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada industri makanan dan minuman unggul dalam bidang ini. Seiring perkembangan pola hidup masyarakat yang mengalami perubahan, mempengaruhi perkembangan bisnis makanan dan minuman. Restoran menjadi salah satu alternatif untuk menjual makanan. Di kondisi pandemi covid-19, tidak sedikit orang yang membuka restoran dikarenakan masyarakat mengalami PHK secara besar-besaran. Jenis restoran yang menyediakan makanan cepat saji secara online mengalami perkembangan di situasi covid-19 ini. Hal ini terbukti pada gambar 1.2 berikut ini.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Gambar 1 2

Grafik Perkembangan Makanan Cepat Saji



Sumber: databoks, Annur, 2022

Pada gambar 1.2, bahwa survei dilakukan dengan mendapatkan 1.624 responden. Hasil dari survei tersebut menunjukkan fast food merupakan jenis makanan yang paling sering dipesan secara online atau melalui layanan pesan antar makanan memakai aplikasi pada saat jam makan siang. Eatlah sebagai salah satu restoran penyedia fast food yang lebih fokus pada penjualan online sangat memperhatikan para pelanggannya dengan cara mengendalikan kualitas produk

bisnis makanan dan minuman akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan mereka. Oleh sebab itu, dalam mempertahankan kepercayaan konsumen,

Pada bagian *online customer review* dan *online customer rating* menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh Eatlah dikarenakan hal itulah yang menjadi penilaian konsumen kepada Eatlah. *Online customer review* dan *online customer rating* bisa dilihat dari platform yang sudah disediakan oleh google. Berikut adalah bentuk *online customer review* dan *online customer rating* pada google.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

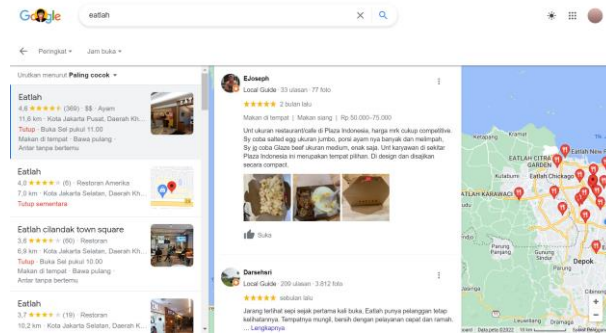
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1 3

Online Customer Review dan Online Customer Rating Pada Produk Eatlah



Sumber: Google Maps, 2022

Terlihat pada gambar 1.3 bahwa google sudah menyiapkan wadah untuk para masyarakat yang sudah pernah melakukan pembelian pada *chicken salted egg* Eatlah. Tidak hanya kualitas produk saja yang dinilai, melainkan penyajian hingga pelayanan pada pelanggan bisa dinilai oleh mereka. Jika pengalaman pelanggan kurang mengenakan, pelanggan bisa menilai Eatlah dengan memberi bintang satu, namun jika sudah merasa sangat puas maka pelanggan akan memberi bintang 5 seperti pada gambar yang ada di atas. Dapat dilihat di aplikasi grab, outlet Eatlah yang ada di seluruh Jakarta mendapatkan bintang yang rata-rata 4.5. Dengan secara tidak langsung Eatlah sudah mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam pembelian produk Eatlah. Selain dari bahan, Eatlah juga memperhatikan dalam packaging atau bisa disebut kemasan. Dengan kemasan yang seperti box maka berfungsi untuk menahan suhu makanan hingga produk tersebut di tangan pelanggan.

Kecenderungan masyarakat saat ini relative tidak memiliki cukup waktu untuk memasak dan masyarakat ingin yang semudah mungkin untuk bisa dimakan pas kapanpun. Pada awalnya masyarakat hanya memakan ayam yang digoreng begitu saja, sekarang masyarakat menikmati makanan ayam yang diberi rasa berbeda. Salah satu perubahan ini dilakukan oleh Eatlah, merekalah tempat makan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pertama yang menawarkan hidangan menu yang berasal dari Singapura, yaitu chicken salted egg.

Eatlah mulai dibangun pada tahun 2016 dan hingga sekarang Eatlah sudah mampu memiliki 24 gerai yang tersebar mulai dari kota Jakarta, Bandung, Jogja, Semarang, Surabaya, hingga Bali. Eatlah didirikan oleh tiga anak muda yang berasal dari Indonesia, mereka memang menuntut ilmu di Singapura, sehingga usahanya mencirikan khas Singapura. Tiga anak pemuda inilah yang menjadikan Eatlah sebagai makanan pertama yang menyajikan makanan yang berlumur salted egg di Indonesia. Untuk salted egg sendiri, Eatlah membuatnya sendiri dengan berbahan dasar telur asin atau telur bebek, namun hanya menggunakan kuning telurnya saja. Tidak membutuhkan berjam-jam salted egg pun sudah jadi.

Selain dengan lauk ikan dori dan ayam, Eatlah juga memberikan varian bumbu, yaitu egg, sambal, dan brown butter. Eatlah juga memikirkan untuk orang yang sedang memperhatikan asupan makanannya seperti orang yang sering berolahraga, Eatlah ada menu yang tanpa nasi, hanya menawarkan menu yang menyediakan protein saja.

Eatlah sangatlah memperhatikan kebutuhan pelanggannya sendiri, karena bagi Eatlah semakin jika kebutuhan pelanggan sudah terpenuhi dengan baik pelanggan akan ada rasa timbul puas, dengan begitu pelanggan tersebut akan memberikan ulasan atau *review* yang baik. Eatlah tidak akan masalah mulai dari dengan penempatan harga. Eatlah sudah memuaskan kebutuhan pelanggan mereka. Bisa dilihat di aplikasi grab, gerai Eatlah yang ada di seluruh Jakarta mendapatkan bintang yang rata-rata 4.5. Dengan secara tidak langsung Eatlah sudah mendapatkan kepercayaan pelanggan dalam pembelian produk Eatlah. Selain dari bahan, Eatlah juga memperhatikan dalam packaging atau bisa disebut kemasan. Dengan kemasan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang seperti box maka berfungsi untuk menahan suhu makanan hingga produk tersebut di tangan pelanggan.

Jika dilihat dari aplikasi pesan antar makanan, review eatlah tidak ada yang di bawah 4.0. Salah satu pendiri Eatlah, yaitu Michael mengatakan bahwa Eatlah merupakan makanan *fast food* namun bukan berarti makanan *junk food*. Melainkan yang *fast food* ia maksud adalah makanan yang menyajikan produk dengan lebih cepat dan efisien. Di dalam perusahaan ada 3 pendiri yang sterdiri dari Michael, Charina, dan yang terakhir ada Riesky saat ini mereka mempunyai jabatan masing-masing, antara lain sebagai *Chief of Branding and Design*, *Chief of Marketing*, dan *Chief of Operation and Business Development*.

Rahasia dibalik kesuksesan pada Eatlah selama ini sebagai industri makanan dan minuman di masa sekarang adalah kualitas makanan. Para pimpinan separate konsistens dalam menjaga kualitas makanan. Memang dalam menjaga kualitas dan rasa memang membutuhkan usaha yang besar dan manajemen yang bagus. Namun, Eatlah tetap melakukannya dengan sungguh-sungguh, sikap professional yang harus dijalani.

**Gambar 1 4**

**Packaging Eatlah**



Sumber: Purnamasari, 2018

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ketika menciptakan konsep branding produk ini, Michael mengaku bawah pemikiran dirinya sangat terperinci, termasuk dalam membuat rancangan pada mulai dari logi, warna, kemasan produk, hingga efisiensi dari penggunaan kemasan tersebut. Selain itu, Michael mengutamakan kualitas produk makanan itu sendiri. Menurut Michael, dengan menggabungkan produk yang berkualitas dan branding yang baik maka akan menciptakan kesuksesan itu sendiri.

Hasil penelitian terdahulu yang berjudul “Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia” menjelaskan bahwa *online customer review* dan *online customer rating* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan (Putra, Suprihartini, and Kurniawan 2021). Dengan kata lain adalah bahwa kedua variabel tersebut tidak adanya pengaruh terhadap kepercayaan pengguna Tokopedia.

Lain hal nya hasil penelitian terdahulu Munte et al. (2020) yang berjudul “Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Marketplace Shopee” menjelaskan bahwa *online consumer rating* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan *marketplace* shopee. Artinya bahwa tidak adanya pengaruh antara *online customer review* dan *online customer rating* dengan kepercayaan pelanggan. Tidak adanya pengaruh dikarenakan dianggap bintang biasanya diberikan karena adanya pengaruh psikologis emosional pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengkaji tantan bagaimana Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan Pelanggan pada produk *chicken salted egg* pada gerai “Eatlah” Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## B. Identifikasi Masalah

**C** Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terjadi perkembangan bisnis makanan siap saji di Indonesia?
2. Faktor apa yang menentukan kepercayaan pelanggan pada *chicken salted egg* di gerai Eatlah Jakarta?
3. Apakah terjadi pengaruh *online customer review* terhadap kepercayaan pelanggan pada *chicken salted egg* di gerai Eatlah Jakarta?
4. Apakah terjadi pengaruh *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan pada *chicken salted egg* di gerai Eatlah Jakarta?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Apakah terjadi pengaruh *online customer review* terhadap kepercayaan pelanggan pada *chicken salted egg* di gerai Eatlah Jakarta?
2. Apakah terjadi pengaruh *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan pada *chicken salted egg* di gerai Eatlah Jakarta?

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, rumusan masalah yang akan dibahas untuk penelitian ini:

1. Apakah terjadi pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan pada *chicken salted egg* di gerai Eatlah Jakarta?





## E. Batasan Penelitian

Agar tujuan penelitian ini menjadi lebih terarah, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup dalam penelitian pada:

1. Obyek yang diteliti adalah *online customer review* dan *online customer rating* pelanggan pada produk *chicken salted egg* pada gerai Eatlah di Jakarta.
2. Subyek yang diteliti adalah produk *chicken salted egg* di gerai Eatlah.
3. Wilayah yang diteliti adalah gerai Eatlah di Jakarta.
4. Periode penelitian adalah dari bulan Oktober 2022 hingga Maret 2023.
5. Jumlah masyarakat yang pernah melakukan pembelian pada produk chicken salted egg Eatlah yang diteliti sebanyak 110 orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan gambaran yang lebih jelas dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *online customer review* dan *online customer rating* terhadap kepercayaan pelanggan pada produk Eatlah.

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang ada di atas, bahwa penelitian ini dilakukan bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan Pelanggan Eatlah di Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Rating* terhadap produk pada Kepercayaan Pelanggan Eatlah di Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## G. Manfaat Penelitian

Ⓒ Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

### 1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai masukan untuk mempertimbangkan dalam penyusunan rencana pemasaran yang berkaitan dengan *online customer review*, *online customer rating*, dan kepercayaan pelanggan.

### 2. Bagi Para Penelitian Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi peneliti lain sehingga dapat menambah wawasan bagi para peneliti lain untuk menjadikan sumber referensi yang berkaitan dengan variabel *online customer review*, *online customer rating*, dan kepercayaan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.