

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Budaya makan masyarakat di perkotaan termasuk Jakarta sudah mengalami banyak perubahan. Salah satu pemicunya adalah dari peningkatan ekonomi masyarakat dan *tren* ala barat yang cepat masuk ke Indonesia. Gaya hidup yang modern yang cukup mempunyai selera dan hidup serba praktis menjadi pertimbangan utama dalam masyarakat modern. Maka secara tidak langsung menuntut jasa kuliner untuk memenuhi keinginan masyarakat yang mengikuti *tren* era globalisasi. Dan hal ini memicu tumbuhnya restoran dan kuliner dengan berbagai macam variasinya. Sesuai dengan kebutuhan dan selera masyarakat, restoran atau kuliner dengan makanan unik sudah semakin menjamur di kota besar. Banyaknya restoran yang bertumbuh pesat, dan juga tingkat persaingan pun semakin tinggi. Masyarakat pun juga semakin selektif dalam memilih restoran. Kesuksesan bisnis kuliner tergantung bagaimana bisnis itu menguasai pasar dan serta pemenuhan harapan konsumen akan produk.

Mulai dari masakan khas tradisional hingga sajian khas luar negeri yang sudah banyak menjamur tak lepas dari pertukaran budaya. Sejak jaman dahulu hingga sekarang hal ini tetap berlangsung sehingga banyak makanan populer dari luar negeri yang sudah banyak dikenal masyarakat. Menjamurnya makanan luar negeri yang *populer* di kalangan masyarakat Jakarta salah satunya adalah kuliner Jepang. Di Jakarta banyak sekali restoran yang menyediakan khas Jepang baik di mall, hotel atau gedung sendiri. Beberapa contoh restoran yang menyajikan makanan khas Jepang adalah *Sushi-Tei*, *Gyu-Kaku*, *Marugame Udon*, *Ikkudo Ichi*, *Hoka-hoka Bento*, *Shaburi* dan masih banyak lagi.

Pada awalnya orang-orang hanya bisa menikmati makanan khas Jepang di restoran. Tetapi dengan seiringnya zaman, dan berkembangnya teknologi sangatlah cepat, banyak yang memulai bisnis kuliner melalui *online*. Rata-rata setengah penduduk Indonesia menggunakan internet. Data ini dari didapatkan dari

survey yang dilaksanakan pada Asosiasi Penyelenggara Jaringan (APJII) bahwa di tahun 2017 sebanyak 171,17 atau 64,8% juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Jumlah kenaikan di tahun 2017, 64.8% lebih besar dibandingkan pengguna internet pada tahun 2014. (Pratomo, 2019)

Dikarenakan sistem internet ini sangat mempermudah kita terhubung dengan yang lain. Banyak orang yang memanfaatkan celah fasilitas-fasilitas media *social* untuk membuka peluang bisnis. Pencapaian luar biasa dengan membuka bisnis *online* bisa dijalankan dengan mudah dan biaya yang tidak terlalu besar. Dan proses pembelian suatu makanan terhadap para konsumen ke penjual *real-time*, bisa melakukan pelayanan dengan menggunakan internet.

Semenjak adanya teknologi membuktikan bahwa jarak bukanlah penghalang lagi, beda dengan zaman dahulu yang terbilang susah dan lebih banyak mengeluarkan *cost* untuk pemasaran. Semenjak masuknya *social medial* seperti aplikasi *Instagram*, banyak digunakan pengusaha kuliner kecil atau besar untuk memasarkan produk makanan secara *online*. Menurut (Loudon, 2009) suatu proses penjualan barang menggunakan perangkat elektronik terhadap pelanggan dari suatu perusahaan ke perusahaan lain menggunakan komputer menjadikan alat sebagai kesepakatan untuk bertansaksi dalam berbisnis.

Instagram juga memiliki fitur yang sangat disukai banyak orang, fitur *snapgram*. Jadi secara tidak langsung pengguna *Instagram* menggunakan fitur *snapgram* untuk merekam apa yang mereka jual dan mempromosikannya kepada orang-orang yang melihat di fitur *snapgram*. Hal itu menjadi penyempurna untuk mempromosikan suatu makanan. Konsep ini sangat diperlukan agar pemilik suatu usaha kuliner di *online* untuk menggunakan *Instagram* sebagai sarana promosi.

Selain itu dunia usaha kuliner banyak menggunggah di *Instagram* semakin berkembang pesat. Hal ini disebabkan banyaknya ide kreatif dan konsep makanan yang terus berkembang. Banyaknya peminat makanan Jepang dikalangan masyarakat, mendorong pembisnis kuliner menimbulkan ide-ide untuk mengeluarkan menu yang bervariasi, misalnya saja makanan *mentai* yang sedang *tren*. Bisnis *mentai* belakangan ini sedang naik daun di awal tahun 2019 dan

banyak orang atau pengusaha kecil yang memanfaatkan peluang ini untuk mengambil keuntungan (Anggraini, 2020). Banyak sekali yang menjual *mentai* di *Instagram*, karena peluang bisnisnya yang berpotensi sangat besar dan tidak sulit untuk mencari yang menjual makanan *mentai* lewat *Instagram*. Aslinya *mentai* bukanlah makanan baru, karena komposisinya serupa dengan *sushi* yaitu nasi, irisan salmon yang dibakar setengah matang lalu diolesi saus *mentai* lalu di *bake* atau di *tourch* hingga warna kecoklatan keemasan. Banyak penjual *online* yang membuat menu *mentai* lebih bervariasi. Perilaku belanja *online* adalah proses membeli produk melalui internet. Porsinya yang besar dan *packaging*-nya yang pas dan cocok untuk dibuat bekal dan dibawa kemana-mana.

Akan tetapi tidak sedikit pula pembisnis yang sudah gulung tikar atau gagal karena startegi pemasaran yang kurang gencar karena banyaknya persaingan penjualan. Artinya kita harus memenangkan persaingan strategi dan kualitas makanan yang tinggi di *Instagram*, jika hal itu terjalan dengan baik akan menimbulkan hubungan yang baik dengan konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi bagian penting sehingga bisnis terus berkelanjutan. Dalam pencapaian tujuan perlu strategi pemasaran suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk pedoman bagi kegiatan – kegiatan pemasaran guna mencapai suatu tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan

Bahwa kualitas makanan adalah hal terpenting untuk mempengaruhi kepuasan pada pelanggan. Dalam hal ini sering dilihat kualitas yang terdapat pada makanan sangatlah penting, maka karena hal ini yang mendasar bagi keseluruhan pengalaman konsumen. Dalam bidang kuliner, rasa pada makanan adalah hal yang paling terpenting untuk diperhatikan oleh pelanggan dalam meningkatkan kepuasan. Makanan bisa di nilai dari aroma, bentuk, penampilan, porsi, rasa, tekstur, temperatur, dan warna.

Banyaknya peminat di dunia kuliner, maka terbentuklah sebuah usaha kuliner berbasis online, yaitu Eat Lovah. Dengan mengadaptasi konsep PO (*Purchase Order*) atau *ready stock* tergantung situasi dan keadaan owner itu sendiri. PO adalah sebuah perjanjian yang telah disepakati dari kedua belah pihak yaitu pelanggan ke pelaku bisnis yang akan dibelanjakan oleh para pelanggan atau

konsumen. *Purchase Order* berbasis online bermanfaat dan mengefesienkan pembelian atau pemesanan. *Purchase* menurut (Assauri, 2008) salah satu fungsi krusial yaitu terletak pada kesuksesan pada kerja satu industri atau bisnis. Manfaat ini memiliki tanggungan untuk memberikan kualitas pada bahan yang ada dengan waktu yang diperlukan dan dengan memberikan harga yang sinkron. Dan *ready stock* adalah merupakan persediaan suatu barang produksi yang akan dijual atau dipasarkan pada masa yang akan datang (Ristono 2009:2).

Eat Lovah sendiri dibuat atas banyaknya minat masyarakat dalam *mentai* yang sedang *tren* akhir-akhir ini. Eat Lovah sangat selektif dalam pemilihan bahan-bahan makanan. Yang membuat berbeda dari cita rasa *mentai* Eat Lovah dengan yang lain ialah *mayonnaise mentaikonya* dibuat dengan *home made* dan minyak yang terkandung dalam *mayonnaisenya* terdapat minyak kedelai, jadi aman dan baik untuk kesehatan. Pengadukan *mayonnaisenya* pun tidak menggunakan *mixer*, melainkan menggunakan *baloon whisk*. Hal itu dilakukan agar cita rasa dan konsistensi *mayonnaisenya* tetap terjaga. Selain itu pengolahan makanan sangat diperhatikan agar kualitas makanan tetap terjaga dengan baik. Dengan menjaga kualitas makanan, cita rasa pun tetap terjaga dengan baik juga. Hal ini yang mewujudkan *mentai* buatan Eat Lovah begitu nikmat dengan rasanya yang gurih dan sedikit pedas yang membuat pelanggan sangat menggemari *mentai* Eat Lovah. Pemilik usaha selaku penyedia barang seharusnya mengutamakan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan tidak memutuskan membeli barang di tempat yang lain. Dengan demikian, berdasarkan paparan yang sudah dijelaskan sebelumnya timbul keinginan dari penulis untuk mengangkat topik ini.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan masalah pada “Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Makanan Mentai Eat Lovah” yang sudah dijelaskan, dapat dilihat dalam rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas adalah:

1. Belum diketahui kualitas makanan dalam mempengaruhi kepuasa pelanggan.

2. Persaingan antar bisnis ini semakin meningkat sehingga dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas makanan.

### **1.3 Rumusan Penelitian**

1. Apa yang menjadi faktor pengaruh dalam kualitas makanan di *Eat Lovah*?
2. Mengukur sejauh mana pengaruh pada kualitas yang ada dimakanan memberikan kepuasan terhadap pelanggan di *Eat Lovah*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan studi kasus makanan mentai *eat lovah* terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengukur faktor utama dalam kepuasan pelanggan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam hal ini hasil dari penelitian untuk bisa di inginkan untuk secara:

#### **A. Teoritis.**

Penelitian ini bisa untuk referensi dan pembelajaran atau patokan untuk mendalami ilmu dalam bidang ini.

#### **B. Praktis.**

Hasil dari penelitian ini bisa menjadi pembelajaran bagi pengelola *Eat Lovah*. Dan diharapkan dapat membantu pengelola untuk mengembangkan usaha *Eat Lovah* dan mendapatkan informasi. Serta memberikan informasi yang bersangkutan dengan judul penelitian kualitas pada makanan terhadap kepuasan pelanggan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini untuk mengetahui materi apa yang akan di laporkan pada Tugas Akhir ini dan dapat dilihat pada beberapa bab dan dengan penyampaian yang dapat dilihat dibawah ini:

**BAB I** : Pada bab I ini merupakan suatu garis besar yang disajikan dengan padat dan jelas, lalu mengenai latar belakang yang akan diteliti dan menjadi alasan untuk judul yang sudah dipilih, dengan ini bisa diketahui menjadi suatu gambaran apa yang akan diteliti dan akan ditindak lanjuti.

**BAB II** : Pada bab II ini berisikan mengenai deskripsi yang menajdi suatu konsep yang akan diteliti, lalu pernyataan beberapa teori dari ahli yang akan memperkuat Tugas Akhir ini untuk menjadi bukti dan hasil manfaat penelitian yang akan disampaikan.

**BAB III** : Pada bab III ini mengenai metodologi penelitian yang merupakan upaya langkah untuk tercapainya suatu tujuan pada Tugas Akhir yang akan diproses dari beberapa pembahasan yang akan diolah.

**BAB IV** : Pada bab IV berguna untuk hasil dari penelitian dan hasil pembahasan yang nantinya sudah diolah dan akan menjadi bukti pernyataan.

**BAB V** : Pada bab V adalah akhir dari Tugas Akhir ini yang berisikan tentang kesimpulan yang sudah dibahas dari beberapa bab sebelumnya dan saran bagi penelitian ini.