

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi pada era globalisasi dan informasi telah mengantarkan kita dalam persaingan baru dimana peluang bisnis dieksploitasi lebih cepat dari sebelumnya [1]. Pemenuhan kebutuhan masyarakat memerlukan sesuatu yang mudah dan praktis untuk digunakan. Saat ini banyak perusahaan-perusahaan rintisan yang menyediakan layanan dan menawarkan berbagai keunggulan yang membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Perusahaan yang dibuat untuk menciptakan suatu model bisnis yang tepat dan dapat menghasilkan pertumbuhan yang cepat biasa dikenal dengan perusahaan *startup* [2].

Menurut Paul Graham dalam perusahaan *startup* merupakan perusahaan yang didirikan agar tumbuh dan berkembang dengan cepat [3]. Pada tahun 2021 Indonesia memiliki 2.229 *startup*, hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah *startup* terbanyak ke-5 di dunia [4]. Pada saat ini di Indonesia terdapat beberapa perusahaan *startup* unicorn diantaranya Gojek, Bukalapak, Tokopedia, Traveloka, OVO, J&T, dan Pajak. Dengan hadirnya perusahaan *startup* di Indonesia memberikan dampak yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi, serta memberikan banyak peluang kerja khususnya bagi generasi muda saat ini.

Dua perusahaan *startup* besar di Indonesia yaitu Gojek dan Grab sangat diminati oleh masyarakat, karena Gojek dan Grab memiliki layanan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Gojek dan Grab memiliki fitur-fitur layanan yang hampir sama, seperti layanan ojek *online*, layanan taksi *online*, memesan makanan secara *online* dan banyak lagi fitur lainnya. Fitur pemesanan makanan *online* atau *Delivery food* di fitur Gojek dan Grab dikenal sebagai Gofood pada Gojek dan Grab Food pada Grab.

Penelitian ini menggunakan Grabfood dan Gofood sebagai objek penelitian karena aplikasi Grabfood dan Gofood merupakan aplikasi pesan antar makanan terpopuler. Menurut hasil riset Foodizz dan Deka Insight menjelaskan bahwa Gofood berada di daftar layanan pesan antar makanan terpopuler di Indonesia. Dari 748 responden yang terlibat dalam penelitian, responden yang menggunakan Gofood sebanyak 61 persen, kemudian yang menggunakan Grabfood sebanyak 49 persen dan yang menggunakan ShopeeFood sebanyak 22 persen [5]. Penelitian dari Nielsen pada tahun 2019, Nilai rata-rata aplikasi Gofood seluruh indikator seperti aplikasi yang mudah digunakan, banyak pilihan menu, metode pembayaran dalam aplikasi, dan personalisasi preferensi makanan yang memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan industri pemesanan makanan lainnya (Berry Kitchen, Gofood, Grabfood, serta Kulineran). Nilai rata-rata indikator terbaik ada pada indikator aplikasi yang mudah digunakan, tampilan *User-Friendly*, dan banyaknya pilihan menu. Indikator selanjutnya adalah metode *top-up*, metode ini dianggap mudah digunakan untuk pembayaran aplikasi [6].

Menurut pendataan pra penelitian pada Lampiran 15 karakteristik yang digunakan dalam kuesioner pra penelitian adalah Nama, Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, laki-laki terdiri dari 28 responden sedangkan perempuan terdiri dari 37 responden. Pada kuesioner pra penelitian terdapat permasalahan dalam menggunakan Gofood seperti lamanya pengiriman pesanan, lamanya pencarian *driver*, posisi *GPS* tidak sesuai, dan bermasalah saat bertransaksi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya ditemukan permasalahan yang mengacu pada Gofood seperti pelayanan yang diterima Gofood kurang baik, semakin berkurang jumlah promosi, biaya langganan *paylater* yang semakin mahal, tidak mendapatkan *point* padahal melakukan transaksi diaplikasi gojek, nomor *driver* tidak dapat dihubungi dan penanganan masalah lambat [7]. Selain keluhan di atas, layanan Gofood masih memiliki kelebihan seperti pelayanan yang diberikan oleh *driver* saat mengantarkan makanan sangat baik dan ramah, aplikasi mudah digunakan oleh pengguna pengguna baru, mempermudah pengguna saat memesan makanan dan transaksi pembayaran juga sangat mudah bisa melalui Gopay.

Selain permasalahan yang ada pada Gofood, permasalahan juga muncul pada Grabfood. Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian, ditemukan adanya beberapa keluhan yang mempengaruhi turunnya tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan layanan pesan-antar makanan Grabfood seperti adanya pembatalan pesanan, *voucher* promo yang tidak bisa digunakan dan GPS tidak sesuai.

Berdasarkan penelitian sebelumnya ditemukan permasalahan yang mengacu pada Grabfood seperti pengantaran yang kurang tepat waktu dan juga *driver* yang kurang ramah terhadap pelanggan pada saat memberikan pesanan yang diantarkan [8]. Walaupun adanya keluhan tentang layanan pesan-antar makanan di Grabfood, fitur ini masih memiliki kelebihan seperti aplikasi yang mudah digunakan dan banyaknya *voucher* diskon yang diberikan oleh aplikasi Grab yang membuat pelanggan merasa puas. Berdasarkan permasalahan yang ada, perlu dilakukannya penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang disediakan dan dapat memberikan masukan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Gofood dan Grabfood.

Kualitas layanan adalah hal pertama yang diperhatikan konsumen ketika membuat keputusan [9]. Kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam hubungan yang mempengaruhi tingkat kesetiaan konsumen, karena jika kualitas pelayanan perusahaan lebih meningkat, maka lebih tinggi juga kesetiaan konsumen [10]. Berdasarkan penjelasan kualitas yang berbeda layanan ini dapat diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pengguna serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengguna.

Ada dua faktor yang berhubungan dengan kualitas layanan yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dipersepsikan [11]. Kualitas layanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi (umpan balik) pengguna layanan yang mereka terima dengan layanan yang sebenarnya mereka harapkan dari atribut layanan instansi tersebut. Jika pelayanan diterima atau dirasakan seperti yang diharapkan, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan, jika pelayanannya diterima melebihi harapan pengguna, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik

dan berkualitas baik, di sisi lain jika layanan yang diterima kurang baik dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk [11].

Pengukuran perbandingan kualitas layanan yang dilakukan menggunakan metode *E-Servqual*. Metode *E-Servqual* menghubungkan pendapat pengguna dan penyedia layanan pada kualitas pelayanan elektronik, dan memberikan dasar yang baik dalam memahami, mengukur, dan meningkatkan kualitas pelayanan [12]. Jika dibandingkan dengan metode lain, metode *E-Servqual* mempunyai beberapa keunggulan, misalnya dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode ini digunakan untuk menempatkan setiap atribut pelayanan ke dalam diagram kartesius sehingga perusahaan dapat mengetahui atribut pelayanan yang harus diperbaiki tetapi metode ini tidak dapat mengukur nilai tingkat pelayanan dalam perusahaan secara keseluruhan (jurnal metode), Sedangkan metode *E-Servqual* dapat mengukur tingkat pelayanan dalam perusahaan secara keseluruhan.

Metode *E-Servqual* menggunakan beberapa dimensi untuk mengukur kualitas layanan, sehingga kualitas pelayanan yang ada di perusahaan dapat terus ditingkatkan untuk memberikan kepuasan bagi pengguna. Kualitas layanan dapat dicapai dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna serta ketepatan dalam penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pengguna [12]. Penelitian ini, menggunakan metode *E-Servqual* untuk menganalisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap pengguna Gofood dan Grabfood sehingga metode *E-Servqual* dapat menghasilkan rekomendasi dari kualitas pelayanan yang paling unggul di antara kedua fitur aplikasi tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka didapatkan rumusan masalah pada Gofood seperti lamanya pengiriman pesanan, lamanya pencarian *driver*, posisi *GPS* tidak sesuai, dan bermasalah saat bertransaksi sedangkan permasalahan pada Grabfood seperti adanya pembatalan pesanan, *voucher* promo yang tidak bisa digunakan dan *GPS* tidak sesuai. sehingga perlu dilakukan perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Grabfood

dan Gofood dengan menggunakan metode *E-Servqual*. Berdasarkan perbandingan tersebut akan menghasilkan rekomendasi kualitas pelayanan yang paling unggul diantara fitur Grabfood dan Gofood.

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan di atas, maka terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini:

1. Apakah persepsi dapat memenuhi harapan kepuasan pengguna pada Grabfood dan Gofood?
2. Bagaimana penerapan *E-Servqual* dalam menganalisis perbandingan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Grabfood dan Gofood?

1.4 Batasan Masalah/ Ruang Lingkup

Adapun batasan masalah/ ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Batasan responden pada penelitian ini adalah pengguna layanan pesan antar makanan yaitu Grabfood dan Gofood di wilayah Indonesia.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *E-Servqual*
3. Perhitungan yang dilakukan menggunakan 7 dimensi yaitu *efficiency, Reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup penelitian didapatkan tujuan dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna terhadap kualitas pelayanan Grabfood dan Gofood dengan menerapkan metode *E-Servqual*.
2. Untuk mengetahui perbandingan analisis kualitas pelayanan antara aplikasi Grabfood dan Gofood
3. Memberikan rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan pelanggan terhadap aplikasi Grabfood dan Gofood.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dan rumusan masalah penelitian ini memberikan manfaat antara lain:

1. Dapat memperdalam pengetahuan terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Grabfood dan Gofood menggunakan metode *E-Servqual* dan berfungsi sebagai implementasi dari teori yang diperoleh selama studi di perguruan tinggi
2. Dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai kualitas pelayanan terhadap Grabfood dan Gofood berdasarkan persepsi pelanggan.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian lainnya yang akan meneliti masalah terkait dengan perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.