

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi berbasis internet memberikan dampak positif bagi manusia, yaitu memudahkan dalam berinteraksi, bertukar informasi dalam berbagai aktivitasnya dan menambah *trend* perkembangan teknologi dengan segala bentuk kreativitas manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi tersebut maka manusia semakin mudah dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Kemajuan teknologi informasi di antaranya ditandai dengan penggunaan telepon genggam pintar (*smartphone*) yang memungkinkan penggunanya untuk mengakses segala informasi yang dibutuhkan hanya dari telepon genggam yang dimilikinya. Para pelaku dunia usahapun memanfaatkan kemajuan ini dengan mengkoneksikan bidang usaha yang mereka jalani pada jaringan internet melalui aplikasi khusus yang dapat diakses oleh pengguna *smartphone* dengan cara mengunduhnya pada layanan yang ada.

Bidang jasa transportasi di Indonesia sedang di gemparkan dengan munculnya transportasi berbasis teknologi menggunakan media internet atau biasa disebut dengan transportasi *online*, transportasi *online* merupakan transportasi yang memanfaatkan aplikasi sebagai media pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam hal pemenuhan kebutuhan, melalui teknologi yang tersedia segala sesuatu yang ingin di akses dapat ditempuh dengan waktu yang sangat cepat dan mudah. Perkembangan transportasi online di Indonesia yang terbaru diantaranya yaitu Uber, Maxim, FastGo, BitCar, Bonceng, Anterin.id, Oke Jack, Indo-Jek Gojek dan Grab. Namun diantara transportasi berbasis teknologi tersebut Gojek, Grab merupakan layanan transportasi online terbesar di Indonesia.

Perkembangan bisnis dan layanan dengan harga yang sangat terjangkau dan pemesanan yang sangat mudah yang dilakukan oleh aplikasi transportasi online tentu nya dapat menarik konsumen di indonesia untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi tersebut sesuai kebutuhan konsumen. Selain layanan transportasi online motor dan mobil, fitur yang sangat ramai digunakan oleh semua konsumen adalah layanan *food delivery* yaitu Go-food dan Grabfood. Berikut data pengguna Go-food dan Grabfood pada tahun 2020.

Tabel 1.1.
Perbandingan Pengguna jasa Go-food dan Grab-food Online

Merek	Persentase 2020
Go-Food	74,8%
Grab-Food	20,9%

Sumber: www.wartaekonomi.co.id , 20 januari 2020

Tabel 1.1 berkaitan dengan perbandingan pengguna jasa Go-food dan Grabfood di Indonesia memberikan gambaran bahwa pengguna jasa Go-food pada aplikasi Gojek lebih dominan di bandingkan Grabfood. Data tersebut secara tidak langsung memberikan gambaran bahwa terjadinya peningkatan penjualan Gojek (*go food*) selama tahun 2020. Melihat dari fenomena dominan nya pengguna jasa Gojek di Indonesia serta meningkat nya pengguna jasa Go-food, penelitian ini lebih di fokuskan pada Go-food.

Go-food merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan. Dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur Go-food di dalam aplikasi Gojek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Gojek. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh driver Gojek untuk memudahkan konsumen membeli produk makanan yang tersedia di fitur Go-food. Singkatnya, layanan ini sama seperti dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran. Go-food diciptakan di Indonesia pada bulan Maret 2015, pada tahun 2019 kini sudah memiliki 400 ribu *merchant* di berbagai kota

Indonesia termasuk kota Bandar Lampung. Dari 400 ribu merchant itu 80% diantaranya tempat yang paling banyak di order merupakan *franchise* makanan UMKM. Go-food merupakan layanan pemesanan antar-jemput makanan online dari aplikasi Gojek. Layanan Go-food dibuat untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan untuk memesan makanan tanpa harus menghabiskan tenaga dan waktu untuk datang langsung ke tempat penjual makanan yang diinginkan.

Sebagai mitra gofood tentunya Gojek mendata dan mengatur siapa saja bisa mendaftar restoran nya untuk bekerjasama dengan aplikasi gojek dengan mengisi dan mengirimkan kelengkapan data restoran penjual yaitu mengisi kelengkapan menu pada makanan, lokasi mitra go-food ada pada gps, data diri, outlet dan pembayaran. Pada peraturan Gojek, pihak Gojek berhak memberikan sanksi berupa suspend bagi driver Go-food atau penjual yang tidak mematuhi aturan yang ditetapkan. Go-food memiliki fitur rating restoran dan pelayanan driver yang dapat membantu mitra Go-food menarik atau mengetahui keluhan pelanggan dengan mudah. Rating bisa memberikan unsur kepercayaan buat para pelanggan tentang kualitas pelayanan dan juga kualitas produk yang ingin dibeli oleh pelanggan. Karena 80% merchant di Go-food adalah UMKM, sehingga fitur rating ini diperlukan sekali untuk meningkatkan transaksi mitra Go-food, rating berbentuk bintang akan muncul setelah ada pelanggan yang memberikan nilai pada pemilik restoran.

Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang memiliki *budget* terbatas untuk mengembangkan layanan delivery order, Go-food bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu. Pengusaha UMKM bisa memiliki layanan delivery order tanpa harus menyiapkan armada. Maka pengusaha tidak perlu mengatur atau memberikan gaji SDM untuk *delivery* dan pengusaha bahkan tidak perlu memiliki store atau toko untuk berjualan. Go-food juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas dengan promo yang tersedia, seperti diskon harga, diskon ongkos kirim, dan mendapat voucher gratis bagi konsumen yang selalu

menggunakan layanan Go-food. Pada awal tahun 2020 Go-food menciptakan layanan pemesanan untuk meningkatkan pengalaman konsumen dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2.
Layanan Terbaru Go-food

<i>Go-food PickUp</i>	<i>Go-food Turbo</i>	<i>Go-food Plus</i>
Tidak menggunakan jasa driver, tetapi konsumen bisa langsung memesan lalu mengambil makanan tanpa antri.	Menjamin makanan diterima oleh pelanggan dalam waktu lebih cepat.	Memperoleh potongan harga tambahan dengan berlangganan, Go-food plus bisa digabungkan dengan voucher Go-food sehingga pelanggan mendapatkan 2 benefit sekaligus.

Sumber: <https://tekno.kompas.com/>, 14 Februari 2020, 19:03:21

Tabel 1.2. menunjukkan perkembangan yang dilakukan oleh Go-food untuk menarik minat pembeli dan menguntungkan baik dari pelanggan maupun mitra Go-food. Beberapa efek positif selain promo dan fitur menarik yang diberikan Gofood pada masyarakat adalah biaya transportasi yang hemat, menghemat tenaga dan waktu, pemesanan yang mudah dan praktis. Kemudahan yang ditawarkan oleh Go-food dalam memenuhi kebutuhan pemesanan memberikan dampak yang signifikan di beberapa wilayah kota di Indonesia salah satunya kota Bandar Lampung. Kota Bandar Lampung adalah kota metropolitan yang merupakan kota terbesar di Provinsi Lampung dan terkenal dengan kulinernya sehingga banyak para konsumen memilih menggunakan Go-food untuk membeli makanan dan minuman, karena kemudahan pesanan yang siap antar.

Kemudahan yang ditawarkan oleh *Go-food* baik dari konsumen, *driver* dan *merchant* Go-food, masih terdapat kekurangan yang diterima oleh konsumen dalam menggunakan pemesanan di Go-food, hal ini dapat dilihat berdasarkan

hasil wawancara langsung dan terbuka dengan menanyakan pertanyaan kepada pelanggan Go-food yang memiliki aplikasi Gojek di Bandar Lampung dimana keluhan pelanggan di Bandar Lampung didominasi oleh beberapa permasalahan baik dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat dilihat pada tabel 1.3

Tabel 1.3.
Daftar Keluhan Pelanggan Go-food di Bandar Lampung

No	Materi Pertanyaan	Kategori				
		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
	Kualitas Pelayanan					
1	Kemudahan dan kecepatan mengakses aplikasi <i>Go-food</i>	2	4	1	0	0
2	Kecepatan waktu <i>driver Go-food</i> mengantarkan makanan	1	6	0	0	0
3	Kemudahan menerima uang kembalian setelah menerima pesanan	2	5	0	0	0
	Kualitas Produk					
4	Keawetan dan cita rasa makanan dan minuman <i>Go-food</i>	2	4	1	1	1
5	Kerapihan kemasan yang dipesan tidak dalam keadaan berantakan	3	4	1	1	1

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 1.3. maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa masih ada pengguna layanan *Go-food* merasakan kinerja kualitas pelayanan dan produk pada *Go-food* kurang maksimal, hal ini dapat dilihat dari berbagai fenomena tersebut, masih adanya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan *Go-food* melalui survey wawancara langsung pada jasa dan produk *Go-food* di Bandar Lampung.

Menurut Kotler (2012), kualitas produk (*product quality*) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Ada tiga hal mendasar yang mempengaruhi tingkat kesuksesan suatu produk atau layanan di layanan *Go-food*, yaitu: harga, ketersediaan dan kualitas.

Konsumen adalah satu-satunya yang dapat menilai baik tidaknya kualitas pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima (*perception*) dengan pelayanan yang mereka harapkan (*expectation*). Bila konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan mengakibatkan konsumen tersebut akan kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*). Dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan memiliki konsumen yang loyal.

Tercapainya kebutuhan dan keluhan pelanggan akan layanan yang ditawarkan tentu diperlukannya sebuah analisis secara menyeluruh untuk mengetahui kepuasan pelanggan untuk tetap setia pada jasa dan produk perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pelanggan *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan data yang diperoleh menunjukkan suatu masalah yaitu kepuasan pada jasa dan produk yg diberikan. Maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah Kepuasan Pelanggan *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah pelanggan pada *Go-food* di

Gojek online.

2. Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan *Go-food* di Bandar Lampung.

3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat penelitian adalah di Bandar Lampung.

4. Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu penelitian ini akan dilakukan pada bulan September 2019 sampai Maret 2020.

5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah yang membahas tentang perilaku pelanggan meliputi kepuasan pelanggan *Go-food*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan *Go-food* pada Gojek di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran, terutama mengenai analisis kepuasan pelanggan *Go-food* di Bandar Lampung.

1.5.2 Bagi Institusi

Untuk menambah referensi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IBI Darmajaya, dan diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan di bidang manajemen umumnya di dalam bidang manajemen pemasaran.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai acuan dari pihak manajemen untuk memaksimalkan penerapan kepuasan pelanggan *Go-food* dan menentukan langkah strategi dalam meningkatkan pangsa pasar.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap BAB. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang mendukung penelitian yaitu tentang kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen *Go-food*.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional, variabel penelitian dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai hasil analisis kepuasan konsumen atas layanan *Go-food*.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta sasaran-sasaran yang mungkin nantinya berguna bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

