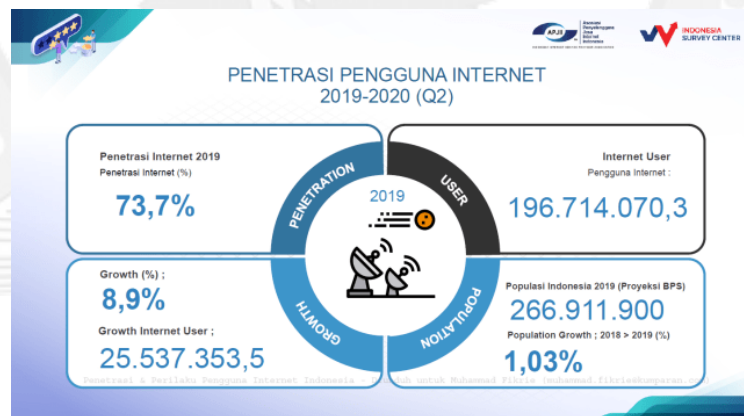


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman globalisasi ini, perekonomian di Indonesia berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, Dalam era digitalisasi ini, teknologi sangat cepat berkembang dan infrastruktur di Indonesia telah berkembang pesat yang memberikan efek pengaruh yang besar dan berdampak terhadap sistem perekonomian di Indonesia. Salah satu hal yang membantu perkembangan tersebut yaitu internet. Internet memberikan peluang untuk menjual bahan kebutuhan hidup sehari-hari secara langsung kepada pembeli yang ada pada pasar konsumsi atau konsumen pada pasar industri. Perkembangan teknologi digital yang membuat para masyarakat Indonesia mulai bergantung pada teknologi digital seperti *smartphone*.

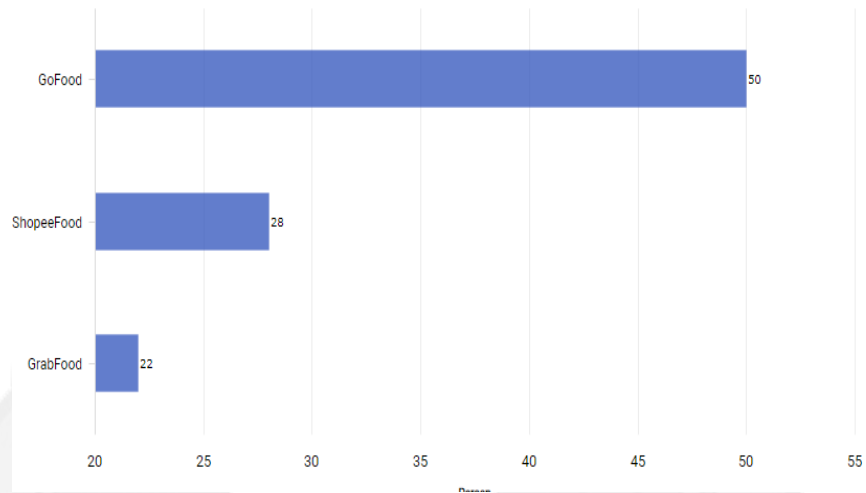


Gambar 1. 1 Data Statistik Survei APJII Pada Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: (APJII, 2021)

Dari gambar 1.1, survei yang dilakukan pada periode 2019-2020 oleh (APJII) pada Kuartal 2 tahun 2020, total pemakai internet di Indonesia bertambah berkisar menjadi 196,7 juta orang (APJII, 2021).

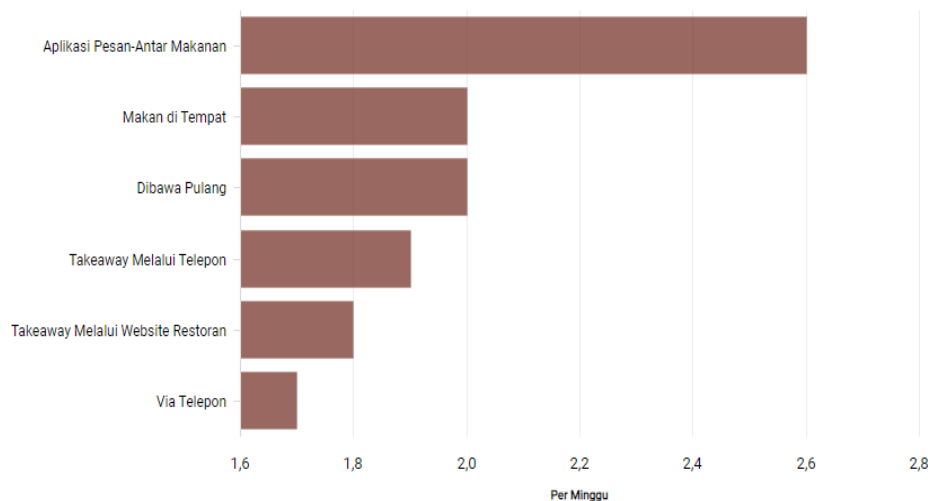
Saat ini aplikasi online seperti Grab telah membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari mulai dari transportasi, pengiriman barang belanjaan, jasa pengiriman paket, dan makanan. Grab adalah perusahaan transportasi online yang terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya dan juga harga yang diberikan dapat berkompetisi dan bertahan perusahaan transportasi online lainnya (Saputri, 2019). Pesaingan bisnis juga semakin berkompetisi dan ketat, seperti Gojek yang menjadi saingan terbesar Grab karena fitur-fitur yang dimiliki cukup sama. Salah satu fiturnya adalah pemesanan dan mengantarkan makanan. Grab memiliki fitur yang bernama GrabFood yang berguna untuk memesan makanan via aplikasi GrabFood, setelah mendapatkan *driver*, *driver* akan menuju ke restoran atau toko yang dipilih oleh konsumen yang memesan makanan tersebut yang setelah dibuatkan makanan tersebut setelah beberapa menit, akan diantarkan oleh *driver* tersebut ke rumah atau lokasi konsumen.



Gambar 1. 2 Data Layanan Pesan Antar Makanan Online yang Pertama Kali Diingat

Sumber: (Azkiya Dihni V, 2022)

Berdasarkan riset dari *Tenggara Statagics*, hasil menunjukkan 50% responden lebih memilih Platform layanan pesan antar makanan GoFood. Selain itu juga GoFood menjadi paling banyak diunduh oleh konsumen sebanyak 76%. Konsumen menilai GoFood yang palingan banyak menawarkan berbagai macam menu, kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi (Azkiya Dihni V, 2022).

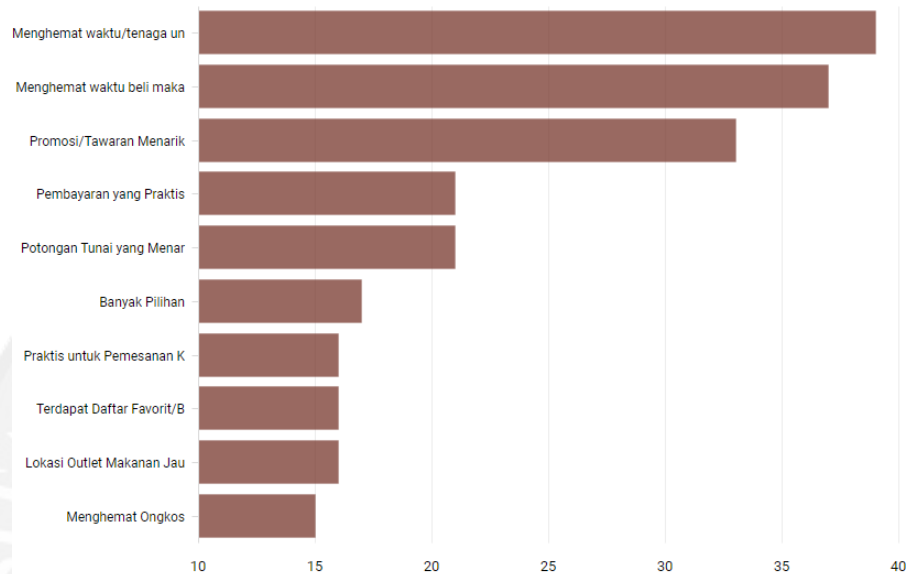


Gambar 1.3 Data Rata-Rata Memesan Makanan Siap Santap Selama Seminggu

Sumber: (Katadata, 2019)

Berdasarkan hasil survey *Nielsen Singapore Report* pada gambar 1.3, ada 58% masyarakat Indonesia memesan dan membeli makan dengan aplikasi online menggunakan *smartphone*. kemudian rata-rata jumlah masyarakat yang membeli makanan siap saji melalui aplikasi pesan-antar makanan menggunakan *smartphone* secara *online* berjumlah 2,6 kali dalam satu minggu. Rata-rata yang konsumen lakukan adalah makan di restoran, lalu membawa pulang makanan, dan pemesanan makanan menggunakan aplikasi pesan-antar makanan, sekitar 2 kali per minggu. Lalu untuk *takeaway* menggunakan telepon atau *website* restoran sekitar 1,9 dan 1,8 kali dalam satu minggu. Lalu untuk memesan makanan siap saji menggunakan alat komunikasi yaitu *Smartphone* dan *website* restoran yaitu 1,7 kali dalam satu minggu. Riset Nielsen Singapura memakai metodologi survei secara *online* dan mandiri yang

telah disebarikan pada 17-29 Mei 2019. Sampel pada riset ini mendapatkan responden sekitar 1.000 responden yang berkisaran berusia 18-45 tahun (Katadata, 2019).

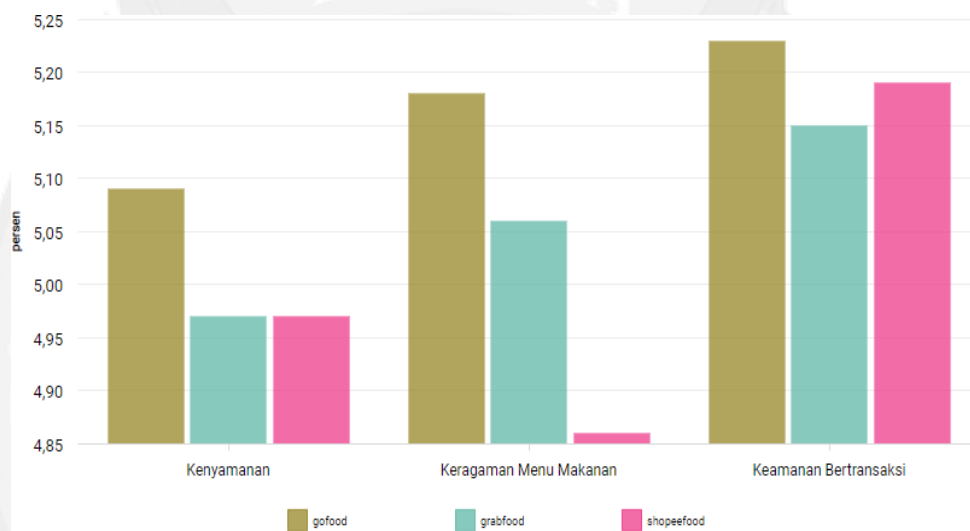


Gambar 1.4 Data 10 Alasan Membeli Makanan Secara Online

Sumber: (Katadata, 2019)

Berdasarkan data di gambar 1.4, Alasan mengapa warga lebih memilih memesan makanan secara online karena tidak membuang-buang waktu atau tenaga untuk mengantri atau berpergian. Peringkat paling atas dipegang oleh 39% responden. Lalu yang sebanyak 37% responden beralasan bahwa menghemat waktu beli makanan. Untuk yang ketiga, Sebanyak 33% responden berasalan bahwa promosi atau tawaran yang menarik, seperti diskon harga atau promo gratis ongkir. Yang keempat sebanyak 21% responden beralasan bahwa pembayaran yang lebih praktis.

Walaupun memesan makanan secara online itu praktis, sejumlah pengguna mengeluh karena harga makanan online dan biaya pengantaran seperti GrabFood semakin mahal, salah satu layanan yang disediakan tersebut adalah *platform fee* atau biaya aplikasi sehingga sebagian komisi merchant diambil oleh perusahaan (Kompas, 2022).



Gambar 1.5 Data Tingkat Keunggulan Layanan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood

Sumber: (Katadata, 2022)

Berdasarkan pada data di gambar 1.4, kenyamanan layanan GoFood memiliki persentase yang tinggi, yaitu 4,97%. Lalu untuk GrabFood berada di peringkat kedua yaitu 5,06% dan yang paling terakhir adalah ShopeeFood yaitu 4,97%. Untuk bagian keragaman menu GoFood memiliki persentase yang tinggi, yaitu 5,18%. Lalu untuk GrabFood berada di peringkat kedua yaitu 5,06% dan yang paling terakhir adalah

ShopeeFood yaitu 4,86%. Pada bagian keamanan transaksi GoFood memiliki persentase yang tinggi, yaitu 5,23%. Lalu untuk GrabFood berada di peringkat kedua yaitu 5,19% dan yang paling terakhir adalah ShopeeFood yaitu 5,15% (Katadata, 2022). Berdasarkan data pada gambar diatas, kualitas layanan GoFood lebih tinggi dibandingkan dengan GrabFood.

Berdasarkan survei dari CLSA, banyak responden memilih GoFood dengan proporsi sebesar 35%, sementara Grab mendapatkan 20% dari preferensi responden. Namun, sebanyak 43% responden menggunakan kedua aplikasi tersebut. Namun, Menurut Jonathan, pihak yang melakukan survei mengatakan bahwa pelanggan GoFood cenderung lebih setia, dengan tiga keuntungan utama penggunaan aplikasi tersebut adalah familiaritas dengan aplikasi, ketergantungan pada GoPay, dan antarmuka pengguna yang ramah (Liputan6, 2021). Karena pelanggan lebih setia pada GoFood, kepercayaan terhadap GrabFood berkurang karena banyak yang lebih beralih ke GoFood.

Berdasarkan fakta dari penjelasan diatas, penelitian ini akan mengambil variabel harga, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap konsumen GrabFood di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis akan menyimpulkan beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah harga produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood di Indonesia?
2. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood di Indonesia?
3. Apakah kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari harga terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood di Indonesia.
2. untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood di Indonesia.
3. untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada GrabFood di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

- **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan suatu pelajaran dan wawasan yang lebih luas baik untuk peneliti maupun pihak-pihak yang ingin menggunakan referensi penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

- **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat baik dari peneliti, perusahaan GrabFood, dan pihak-pihak lainnya yang ingin menggunakan penelitian ini untuk mendapatkan perspektif dari masing-masing individu pengguna GrabFood.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini peneliti akan membahas tentang latar belakang, Masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kerangka sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II ini peneliti akan membahas tentang landasan teori dan pengembangan hipotesis yang diikuti oleh landasan konseptual

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini peneliti akan membahas tentang metode penelitian, seperti metode apa saja yang akan digunakan untuk menganalisa dan mengukur variable.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini peneliti akan membahas mengenai hasil penelitian dan penjelasan antar variable.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini akan berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

