

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini semakin hari semakin mengalami peningkatan. Kehidupan masyarakat saat ini tidak lepas dari adanya teknologi dan juga internet yang membantu kegiatan mereka sehari-hari. Peran Internet bagi masyarakat dalam berbagai bidang seperti ekonomi, pendidikan dan hiburan. Pengguna internet di Indonesia semakin hari semakin meningkat seperti yang dilansir melalui (We Are Social, 2021) dimana 73,7% masyarakat Indonesia merupakan pengguna internet. Hal itu menunjukkan bahwa internet sudah bukan lagi hal asing bagi masyarakat dan sangat berguna bagi kebutuhan masyarakat.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia
Sumber: Hootsuite.com

Perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat meningkatkan kontribusi dalam aspek digital ekonomi yang memudahkan masyarakat dalam melakukan pembelian, pemasaran, pembayaran dan sebagainya. Masyarakat saat ini sangat dimudahkan dalam transaksi jual beli produk yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan jaringan elektronik yang disebut *e-commerce*. Menurut Badan Pusat Statistik (Sidharta, 2021) menyatakan bahwa industri *e-commerce* mengalami peningkatan sebesar 17% dalam sepuluh tahun terakhir. Salah satu *e-commerce* yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu layanan pesan antar makanan online yang dapat di akses melalui *smartphone*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya pengguna layanan pesan antar makanan yaitu banyak orang merasa malas untuk keluar rumah, adanya promosi yang diberikan aplikasi seperti potongan harga dan gratis biaya pengiriman, cuaca yang sedang tidak menentu, menghemat waktu dan jarak gerai makanan yang cukup jauh (Sidharta, 2021). Menurut (Suhartanto, Dean, et al., 2019) menunjukkan bahwa kondisi pasar layanan pesan antar makanan di Indonesia mencapai \$US968.000.000 dan terus berkembang sebesar 13% per tahun. (Suhartanto, Helmi Ali, et al., 2019) menyatakan bahwa dalam perkembangan terakhir, makanan menjadi salah satu belanja yang paling disukai dalam belanja online dan menunjukkan perkembangan pesat sebesar 12% per tahun. Terdapat dua *e-commerce* yang paling sering digunakan dalam kategori layanan pesan antar di Indonesia yaitu GoFood dan GrabFood. Baru- baru ini banyak aplikasi layanan pesan antar makanan baru yang dirilis seperti Maxim Food dan Shopee Food, namun GrabFood tetap bertahan pada

peringkat pertama dalam aplikasi layanan pesan antar makanan yang paling banyak digunakan di Indonesia GrabFood (Tasc, 2021).



Gambar 1.2 Data Pengguna Layanan Pesan Antar Makanan
Sumber: Snapcart

GrabFood merupakan salah satu kategori layanan pesan antar makanan yang terdapat pada aplikasi Grab. Grab merupakan *startup decacorn* pertama di Asia Tenggara yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling pada tahun 2012. Grab sendiri merupakan *platform on demand* yang berawal dari layanan transportasi. Seiring berjalannya waktu Grab melakukan ekspansi ke layanan antar makanan, pembayaran dan pengiriman. Layanan pesan antar makanan GrabFood mulai dirilis sejak tahun 2018. Saat ini layanan GrabFood sudah tersedia di 125 kota di seluruh Indonesia dan memiliki cabang di negara-negara Asia Tenggara kecuali Brunei dan Laos.

Penggunaan *e-commerce* pada kategori layanan pesan antar makanan semakin meningkat pada masa *pandemic covid-19* ini. (*PERILAKU KONSUMEN E-COMMERCE INDONESIA*, 2021) menunjukkan bahwa kondisi *pandemic covid-19* saat ini membuat konsumen cenderung menghabiskan waktu mereka di rumah. Kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang diterapkan mendorong banyak konsumen membeli produk secara online. Kategori penjualan makanan meningkat secara substansial pada tahun 2020 (*PERILAKU KONSUMEN E-COMMERCE INDONESIA*, 2021). Salah satu layanan pesan antar makanan yang paling digemari selama *pandemic* yaitu GrabFood.

(Grab, 2020) menyatakan bahwa transaksi GrabFood naik sebesar 4% dan jumlah makanan yang dipesan dalam satu kali transaksi meningkat sebesar 7%. Peningkatan transaksi GrabFood juga terlihat dalam pesanan masyarakat yang biasanya hanya membeli kudapan sore sedangkan sekarang masyarakat juga memesan menu pada saat makan siang. Jumlah pesanan makanan siang ini meningkat sebesar 9,4% dalam satu kali transaksi. Kondisi *pandemic covid-19* yang sedang terjadi di Indonesia mempengaruhi pola hidup masyarakat dalam kategori makanan. *Pandemic Covid-19* ini membuat masyarakat Indonesia cenderung memilih makanan sehat dengan kenaikan jumlah pesanan sebesar 7,4%.



Gambar 1.3 Data Transaksi GrabFood
Sumber: Grab.com

Melihat adanya peningkatan substansial pengguna layanan pesan antar makanan GrabFood dari tahun ke tahun, maka penelitian ini akan membahas mengenai “Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat variabel apa saja yang mempengaruhi kesetiaan pelanggan GrabFood hingga membuat GrabFood menjadi layanan pesan antar makanan nomor satu di Indonesia dan memiliki transaksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian ini merupakan pengembangan dari jurnal penelitian yang berjudul “Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Pengiriman Makanan Online” yang ditulis oleh So Mario Sidharta, Danial Bagas Adityo, dll. Penelitian ini ditulis pada tahun 2021 dalam *Turkis Journal of Computer*

and Mathematics Education Volume 12 No.3(2021), 4003-4013. Penelitian ini meneliti hubungan variabel kualitas layanan, kualitas makanan, promosi penjualan, nilai keuntungan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, pada penelitian ini ada beberapa variabel yang akan diuji antara lain kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, promosi penjualan, nilai keuntungan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap nilai keuntungan?
2. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap nilai keuntungan?
4. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap nilai keuntungan?
6. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
7. Apakah nilai keuntungan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan elektornik berpengaruh terhadap nilai keuntungan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap nilai keuntungan.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap nilai keuntungan.
6. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui apakah nilai keuntungan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
8. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis maupun praktis bagi perkembangan layanan antar makanan online, sehingga manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, promosi penjualan, kepuasan pelanggan dan nilai keuntungan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan PT. Grab Indonesia dalam mengambil keputusan terkait pengembangan layanan Grabfood melalui peningkatan kualitas layanan elektronik, kualitas makanan, promosi penjualan, nilai keuntungan dan kepuasan pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap aplikasi Grabfood.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri dari lima bab yang dibagi dari beberapa sub bab. Tujuan dari sistematika penelitian ini agar memudahkan pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap layanan pesan antar makanan GrabFood. Penjelasan sistematika penulisan penelitian ini dibagi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berguna menjelaskan latar belakang dari penelitian ini, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini terdiri dari penjelasan teori mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, ringkasan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian, pengembangan hipotesis dan model riset penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini terdiri dari lokasi penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, metode pengambilan sampel, definisi operasional, metode pengujian instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan ini akan menjelaskan mengenai hasil analisis data seperti statistik deskriptif, hasil pengukuran variabel penelitian dan analisis pembahasan dari olahan data mengenai variabel yang ada di penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini akan menjelaskan kesimpulan yang didapat dari pembahasan di bab sebelumnya, memamparkan implikasi manajerial dari penelitian ini dan saran yang ditujukan kepada penelitian selanjutnya

