

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Di masa perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju atau modern semacam saat ini, seiring dengan perkembangan zaman memberikan dampak positif bagi masyarakat dan para pebisnis yang memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menciptakan inovasi baru dan memberikan suatu peluang bisnis seperti pelayanan jasa.

Layanan pesan antar makanan ialah salah satu layanan yang banyak digunakan masyarakat pada saat ini. Tidak hanya memudahkan konsumen dalam memperoleh santapan, layanan pesan antar makanan ini juga dapat meningkatkan penjualan bagi industri rumah makan. Mayoritas warga modern dikala ini cenderung lebih menggemari memesan makanan untuk diantar kerumah serta menikmatinya di rumah dibandingkan dengan harus mengunjungi tempat makanan tersebut secara langsung.

Pengaruh globalisasi dan teknologi yang semakin canggih memberikan masyarakat kemudahan dalam melakukan kegiatan sehari-hari yang serba praktis dan cepat. Kebutuhan konsumen yang berbeda-beda dapat berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup atau *lifestyle*. Salah satunya, ketika ingin makan, masyarakat dapat dengan mudah memesan makanan melalui aplikasi *online*. Kini masyarakat tidak perlu lagi pergi ke luar untuk mencari makanan dan menghadapi kemacetan di jalan. Dengan kemajuan teknologi dan penggunaan internet memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hampir semua kebutuhan dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi. Pertumbuhan penggunaan layanan aplikasi transportasi *online* terus berkembang setiap tahunnya, mulai dari Gojek, Grab dan lainnya.

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang lebih dikenal dengan Gojek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh pendirinya Nadiem Makarim. Gojek telah tersedia di 167 kota dan kabupaten di Indonesia, tumbuh

menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap melalui fitur-fitur Gojek mulai dari GoRide, GoFood, GoSend, GoCar, GoMart, GoBusway, GoBluebird, GoTix, GoBox, GoClean, GoGlam, GoMassage, GoBills, GoPoint, GoPay dan lain-lain ([www.gojek.com](http://www.gojek.com)).

GoFood menjadi layanan kedua setelah GoRide yang paling banyak digunakan konsumen Gojek. Sebanyak (73,2%) konsumen mengaku GoFood menjadi layanan yang pernah digunakan mereka. Posisi pertama adalah GoRide sekitar (85,20%) konsumen menggunakan GoRide, posisi ketiga ditempati oleh GoCar (54,70%), ke empat GoPay (38,70%) dan GoSend sebesar dua puluh dua persen ([katadata.co.id](http://katadata.co.id)).

Grab merupakan salah satu perusahaan transportasi yang melayani angkutan melalui jasa transportasi secara *online*. Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hook Ling Tan pada tahun 2012 yang bermarkas Singapura. Berangkat dari keluhan pendiri Grab dalam susahnya mencari transportasi taksi akhirnya mereka mencetuskan ide yang luar biasa untuk menjawab keresahan tersebut. Grab adalah sebuah aplikasi berbasis *online* yang dapat diunduh melalui *smartphone* berbasis Android atau IOS.

Kehadiran Grab Indonesia memberi banyak sisi positif untuk negara. Dari survei yang dilakukan Centre for Strategic and International Studies (CSIS) dan Tenggara Strategics menunjukkan, Grab berkontribusi Rp 49 triliun terhadap ekonomi Indonesia pada 2018. Kontribusi terbesar berasal dari layanan GrabFood, yakni Rp 20,8 triliun. Survei dilakukan terhadap 3.418 responden selama November hingga Desember 2018, Grab dinilai dapat mempertemukan dan menghasilkan permintaan terhadap produk dan jasa pekerja informal melalui teknologi.

Perusahaan dituntut untuk dapat mengkombinasikan bauran pemasaran jasa dengan tepat. Oleh karena itu *feedback* dari pengguna layanan tidak boleh diabaikan oleh para pelaku usaha. Karena keberadaan konsumen mempunyai pengaruh pada pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk perlu mengetahui faktor-faktor apa yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa layanan pesan antar makanan.

Berkaitan dengan fenomena kepuasan pelanggan karena adanya faktor kualitas layanan, Ketua Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Tulus Abadi mencatat, ada lebih dari 41% pelanggan transportasi *online* pernah dikecewakan oleh operasionalnya. Salah satu diantaranya adalah masih banyak layanan pesan antar mengabaikan standar ideal pengiriman makanan. Pengemudi banyak tak dilengkapi dengan kotak khusus penyimpanan makanan. Mereka lazim hanya menggantung makanan yang dipesan pada sisi motor. Belum lagi, jarak pemesanan bisa mencapai 25 km jauhnya. Kondisi tersebut berisiko menyebabkan masalah pada kualitas makanan. Prof. Dr.Ir. Nuri Andarwulan, Direktur Southeast Asian Food & Agricultural Science & Technology (SEAFEST) mengatakan jarak yang terlalu jauh dapat menurunkan kualitas makanan karena pengemudi menghabiskan waktu lebih lama untuk mengantarkan makanan ke rumah pelanggan. Selain itu, layanan GoFood sering kali dihadapkan dengan keluhan konsumen karena kesalahan teknis, aplikasi sulit diakses, bahkan banyak juga yang melaporkan aplikasi Gojek tiba-tiba *log out* sendiri.

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 puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan mengakibatkan konsumen tersebut akan kembali lagi untuk melakukan pembelian ulang (*rebuying*). Dengan kata lain, perusahaan yang dapat memuaskan konsumen akan memiliki konsumen yang lebih loyal.

Permasalahan yang terjadi saat ini, banyaknya pesaing yang menggunakan layanan pesan antar makanan tidak hanya GoFood. Para pesaing lainnya yang menggunakan sistem yang sama seperti GrabFood dan layanan pesan antar dari restoran tersebut memberikan harga makanan dan ongkos kirim yang murah.

Banyak pelanggan merasa kurang puas dengan harga ongkos kirim tersebut yang terbilang mahal. Tetapi sebagian masyarakat menilai harga makanan di aplikasi Gojek relatif standar. Selain itu, aplikasi yang terkadang *error* membuat pelanggan berpindah ke aplikasi lainnya untuk pemesanan makanan atau terjadi kesalahan dalam transaksi ketika pemesan GoFood yang membuat pelanggan merasa kecewa.

Selain itu, pada tahun 2020 ini juga sedang marak terjadi penipuan kasus pembobolan akun. Kanit II Subdit IV Ditreskrimsus Polda Metro Jaya, AKBP Dhany Aryanda mengatakan bahwa terdapat 2.300 laporan penipuan dengan modus *social engineering*. Modus *social engineering* adalah pelaku memengaruhi psikologi pengguna supaya mau memberikan kode *One Time Password* (OTP) ataupun mengikuti instruksi mereka. Hal ini menyebabkan para pengguna layanan pesan antar makanan *online* menjadi khawatir dan ragu untuk menggunakan layanan pesan antar makanan dari GoFood maupun GrabFood karena di khawatirkan dapat terkena penipuan seperti yang dialami oleh sebagian orang.

Peranan strategi pemasaran tidak terlepas dari bauran pemasaran yang digunakan perusahaan, karena bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Bagaimana cara perusahaan agar dapat mempengaruhi konsumennya merupakan hal yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan konkret dan terprogram. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran jasa yang optimal pada aplikasi layanan pesan antar makanan yang tersedia yakni pada GoFood dan GrabFood, seperti memberikan tarif ongkos kirim yang lebih rendah, memberikan berbagai promo potongan harga, serta *point loyalty* yang dapat ditukarkan dengan *reward* yang menarik akan membuat konsumen mempertimbangkan untuk menggunakan layanan tersebut karena dirasa lebih menarik dan memberikan keuntungan yang lebih besar jika dibandingkan menggunakan jasa layanan pesan antar makanan yang disediakan dari restoran langsung. Untuk keperluan tersebut perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari tujuh unsur bauran pemasaran jasa yaitu tindakan mengenai : produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dan menganalisis mengenai perbedaan variabel-variabel bauran pemasaran jasa yang dipertimbangkan dalam menggunakan layanan jasa pesan antar makanan antara GoFood dan GrabFood.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka rumusan masalah penelitian yang hendak diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel manakah yang merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan pesan antar makanan GoFood dan GrabFood ?
2. Apakah ada perbedaan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Variabel yang merupakan faktor dominan pada penentuan keputusan pembelian dalam penggunaan layanan pesan antar makanan GoFood dan GrabFood.
2. Perbedaan keputusan pembelian antara layanan pesan antar makanan GoFood dan GrabFood dari variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat baik bagi peneliti maupun objek penelitian, yaitu :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah temuan atau kajian penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian keputusan pembelian konsumen dalam hal bauran pemasaran jasa (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik) pada layanan pesan antar makanan secara *online*.

2. Bagi objek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dan PT Solusi Transportasi Indonesia untuk menjadi masukan bagi perusahaan agar dapat memberikan layanan yang lebih baik lagi dalam aplikasi Gojek dan Grab pada menu layanan GoFood dan GrabFood. Dengan demikian, hal ini akan dapat meningkatkan kepuasan dari para pelanggan.