

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin cepat merupakan sebuah gambaran suatu kemajuan peradaban di era globalisasi ini. Kunci dan kekuatan utama suatu negara dalam pembangunan ekonomi adalah ilmu pengetahuan teknologi dalam menghadapi persaingan global. Saat ini alat transportasi serta komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan karena sering kali digunakan manusia untuk mempermudah segala pekerjaannya sehari-hari.

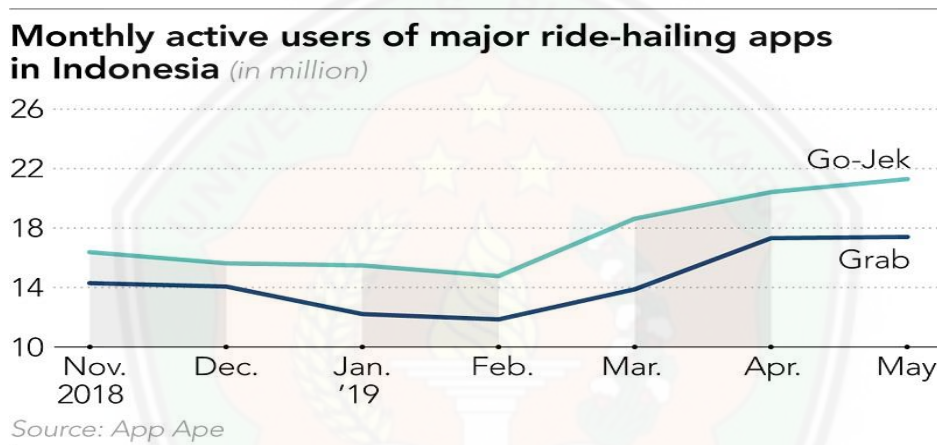
Semakin canggihnya perubahan alat transportasi dalam pemanfaatan teknologi menjadikan para pelaku bisnis dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan suatu bisnis baru, terutama bisnis yang berkaitan dengan jasa transportasi karena masyarakat saat ini ingin hidup dengan mudah dan praktis sehingga mereka membutuhkan alat transportasi yang efektif dan efisien untuk digunakan.

Tentunya selain didorong oleh perkembangan teknologi para pebisnis juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan aktivitas konsumen. Kemudahan bertransaksi membuat konsumen tidak hanya tertarik pada bidang penjualan barang saja, tetapi juga pada bidang jasa, dan transaksi kini dapat diselesaikan secara online, sebagai contoh yakni aplikasi Gojek yang disediakan untuk ojek online.

Gojek pertama kali didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Industri ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang dapat menghubungkan antara para pengemudi ojek dengan pelanggan. Aplikasi Gojek ini sudah tersebar di beberapa kota di Indonesia diantaranya Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bandung, Bali, Surabaya dan Medan. Termasuk juga pada daerah Bekasi yang dimana jumlah penduduk yang cukup padat sering terjadi kemacetan karena banyaknya masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi dan bagi pengguna transportasi umum juga ikut mengalami dampak kemacetannya.

Munculnya permasalahan tersebut, memberi peluang bagi para pelaku bisnis di bidang jasa transportasi untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya serta memberikan inovasi dimana bukan hanya sekedar proses penciptaan sesuatu yang baru, namun juga produk atau hasil yang diberikan dapat bermanfaat bagi masyarakat.

Di Indonesia ojek online tidak hanya Gojek tetapi ada juga ojek online yang serupa seperti Grab, Uber. Tetapi pada saat ini Gojek dan Grab yang masih bertahan bahkan menjadi sebuah persaingan antara ojek online. Berikut ini adalah gambar perbandingan pada pengguna aplikasi Gojek dan Grab sebagai berikut :



Gambar 1.1 Penggunaan Aplikasi Gojek

Sumber : <http://money.kompas.com>

Gambar diatas menunjukkan adanya perbandingan antara pengguna aplikasi Gojek dan Grab. Bahwa pada aplikasi Gojek ini lebih banyak fitur-fitur yang memudahkan para konsumen seperti : *Go-Ride* (jasa antar penumpang), yaitu *Go-Send* (jasa antar barang), *Go-Food* (jasa pemesanan pengiriman makanan), *Go-Mart* (jasa pembelian barang yang dibutuhkan konsumen), *Go-Box* (jasa pemesanan mobil pick-up untuk membawa banyak barang), *Go-Clean* (jasa pembersihan rumah), *Go-Glam* (jasa kecantikan), dan *Go-Massage* (jasa pijatan).

Dengan bantuan Gojek, aplikasi Gojek dapat menghubungkan pengemudi dan penumpang melalui smartphone, sehingga menjadi pilihan alternatif saat orang bepergian dan menjadi solusi saat mereka terjebak. Penggunaan Gojek telah

menimbulkan perhatian publik yang luas, dan perusahaan mulai mengembangkan bisnisnya di bidang kuliner melalui fitur *Go-Food*.

*Go-Food* adalah layanan pemesanan antar-jemput makanan online yang disediakan oleh aplikasi Gojek. *Go-Food* diluncurkan di Indonesia pada Maret 2015 dan saat ini memiliki 100.000 merchant di 50 kota. Di antara 100.000 pedagang, 20% dari pesanan terbanyak adalah franchise makanan. Kecintaan masyarakat terhadap aplikasi Gojek telah mendukung pertumbuhan bisnis melalui ketersediaan *Go-Food* dalam jangka panjang. Hal ini tercermin dari peningkatan penggunaan aplikasi *Go-Food* setiap tahun.

Dalam empat tahun terakhir, jumlah pesanan yang diselesaikan untuk *Go-Food* telah meningkat sebanyak 30 kali lipat. Hingga akhir tahun 2019, rata-rata jumlah pesanan yang diselesaikan per bulan mencapai 50 juta. Keragaman jumlah mitra bisnis memungkinkan *Go-Food* menyediakan hingga 16 juta menu untuk dipilih pelanggan.

Fenomena yang terkait pada aplikasi *Go-Food* ini di kalangan masyarakat Indonesia ini di sebabkan adanya kepraktisan yang ditawarkan dari pihak Gojek dalam layanan *food delivery service*. Pemesanan hanya dilakukan menggunakan smartphone yang canggih dengan membuka fitur *Go-Food* di dalam aplikasi Gojek ini. Hal ini menunjukkan adanya kemudahan dalam mengakses atau dijangkau oleh para penggunanya. Kemunculan fitur *Go-Food* ini karena perubahan teknologi yang lebih modern serta adanya internet yang dapat merubah pola hidup warga dalam melaksanakan transaksi pembelian, bila saat sebelum mengetahui kehebatan smartphone warga kota serta pedesaan masih memakai metode konvensional yang hendak berbelanja sandang pangan serta papan, hadirnya smartphone ini yang dapat mengasikkan aplikasi visual yang lebih instan dari segi waktu, tenaga dan biaya.

Keberadaan sebuah aplikasi Gojek dalam fitur *Go-Food* ini salah satu bentuk usaha perusahaan dalam menciptakan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik sekaligus sebagai sarana untuk menyediakan informasi tentang penggunaan aplikasi *Go-food* ini serta menarik perhatian dengan berbagai macam makanan yang tersedia yang berada di aplikasi *Go-Food* ini dan membangun *customer relationship* dengan para konsumennya. Untuk itu aplikasi

*Go-Food* ini harus bisa mempertahankan namanya dimata konsumen dari berbagai kalangan atas maupun bawah.

Di *Go-Food* pesanan konsumen akan langsung diantar oleh driver Go-Jek dengan maksimal jarak pengantaran pada layanan *Go-Food* sejauh 25 Km. *Go-Food* menjadi solusi bagi UMKM yang ingin mengembangkan layanan delivery ordernya namun terbatas dengan keuangan yang mereka miliki dimana pengusaha UMKM ini tidak perlu menyiapkan armada untuk memiliki layanan *delivery order*. (Dewi et al., 2018)

Pada aplikasi *Go-Food* ini juga telah menyediakan berbagai produk kuliner yang menarik seperti : Minuman, jajanan, aneka Nasi, Cepat Saji, Makanan Manis, Bakso & Soto, Pizza & Pasta bahkan tersedia juga Makanan Korea, Chinese, Timur Tengah, Thailand dan India. *Go-Food* ini menyediakan produk yang berbagai macam dan juga harganya terjangkau serta rasanya juga yang enak. Produk yang ditawarkan ini memiliki kualitas yang baik yang tersedia di menu aplikasi *Go-Food* ini. Maka dari itu untuk mempertahankan serta menjaga kualitas produknya sangat dibutuhkan dengan cara memilih bahan-bahan yang baik hingga kemasan yang pilih memiliki penanganan yang baik agar tidak terjadinya kebocoran.

Kualitas produk ini juga salah satu alat yang digunakan oleh pemasar untuk menentukan *positioning* produknya di pasar. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas produk yang dihasilkannya sehingga akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan *positioning* produk. Untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang dipasarkan, maka perusahaan harus bisa menyesuaikan kebutuhan atau keinginan pada konsumen, agar produk yang dipasarkan dapat berhasil terjual di pasaran.

(Ahmaddien & Widati, 2019) Kualitas produk mewujudkan keahlian produk dalam penuhi kebutuhan konsumen. Perihal ini mencerminkan keahlian produk buat melaksanakan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan ataupun kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan serta reparasi produk serta ciri atau karakteristik yang lainnya. Dapat diartikan bahwa dalam pembuatan suatu produk, perusahaan harus berorientasi dengan selera konsumen. Untuk itu dalam hal ini *Go-Food* harus bisa menyesuaikan aplikasi yang di usung dengan

penggunaan aplikasi yang sesuai dengan harapan konsumen, karena dengan adanya penyesuaian inilah akan tercipta kualitas produk yang baik sehingga konsumen akan percaya pada aplikasi yang digunakan. Tidak hanya kualitas produk, konsumen pastinya mencermati kualitas layanan pada aplikasi *Go-Food* ini.

Kualitas layanan *Go-Food* ini dibuat untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan untuk memesan makanan tanpa harus datang langsung ke tempat penjual makanan yang diinginkan. Konsumen memperhitungkan pelayanan tersebut dengan tata cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Apabila konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu industri hendak menimbulkan konsumen tersebut kembali lagi untuk mengadakan pembelian ulang (*rebuying*), dengan kata lain perusahaan yang dapat memuaskan konsumen hendak memiliki konsumen yang loyal. Usaha tersebut membuat konsumen tetap loyal terhadap layanan *Go-Food* sehingga industri wajib membagikan pelayanan yang terbaik biar konsumen merasa terpuaskan.

Kepuasan konsumen merupakan kondisi yang dialami oleh pelanggan sehabis mendapatkan produk sesuai atau melebihi harapannya. (Wijaya Kusuma, 2018). Kepuasan konsumen dapat dimaksud sebagai suatu kondisi dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai kenyataan yang diterima oleh konsumen. Bila produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut dipenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen bisa dikenal dari pengalaman mereka sendiri disaat memakai produk tersebut serta informasi dari orang lain, serta informasi yang diperoleh dari suatu iklan ataupun promosi yang lain.

Faktor dari kualitas produk yang baik dapat membuat konsumen yakin dan puas terhadap produk yang diberikan oleh penjual, selain itu kualitas layanan yang baik juga dapat menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan aplikasi terkait dengan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut.

Dalam jurnal (Salengko, 2020) adapun data mengenai kepuasan konsumen Gojek dapat dilihat dari tabel berikut:



**Tabel 1. 1 Persentase Tingkat Kepuasan Konsumen Gojek**

Rating (Bintang)	Tingkat Kepuasan Pelanggan Gojek	Frekuensi (F)	Persentase (%)
5	Sangat Puas	1,647,977	59,91%
4	Puas	409,876	14,90%
3	Cukup Puas	234,252	8,25%
2	Tidak Puas	134,252	4,88%
1	Sangat Tidak Puas	324,252	11,80%
Jumlah		2,750,898	100,00%

Sumber : PT.Gojek Tahun 2020

Ditinjau dari tabel tingkat kepuasan konsumen Gojek di atas pada persentase rating 4 dan 5 memiliki jumlah persentase yaitu 74.81%, hal tersebut menunjukkan bahwa persentase tersebut masuk dalam kategori sangat baik dengan grade 80-100.

Berikut adalah tabel penilaian terhadap kepuasan konsumen Gojek:

**Tabel 1. 2 Penilaian Kepuasan Konsumen Gojek**

Nilai	Keterangan
80-100	Baik
60-80	Cukup Baik
40-60	Kurang Baik
20-40	Tidak Baik
0-20	Buruk

Sumber dalam jurnal (Salengko, 2020).

Dari tabel 1.2 diatas, dapat dilihat dari penilaian kepuasan konsumen ini dapat diketahui dari segi nilai yang sudah tertera. Dari segi nilai tersebut bahwa dikatakan baik maka nilai di angka 80 ke atas sedangkan nilai dikatakan buruk maka nilai tersebut di angka 20 kebawah. Jika nilai dikatakan baik maka konsumen merasa puas karena layanan tersebut memenuhi kebutuhan yang sesuai yang konsumen inginkan dan jika nilai dikatakan buruk layanan yang diberikan kurang sesuai yang konsumen inginkan serta banyak kendala baik dari driver Gojek ataupun aplikasi Gojeknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui penilain konsumen dapat dilakukan dengan cara melihat layanan yang diberikan di aplikasi Gojek serta harapan dari konsumen tersebut. Konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja/ layanan yang diberikan oleh aplikasi Gojek ini tidak sama atau tidak sesuai yang diharapkan dan sebaliknya jika konsumen yang merasa puas apabila kinerja/layanan yang diberikan sama atau sesuai dengan diharapkan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan sangat Mempengaruhi Terhadap Kepuasan Konsumen untuk melakukan pembelian makanan atau minuman secara online melalui penggunaan aplikasi *Go-Food* ini. Maka penulis mengangkat konsep tersebut sebagai bahan penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan *Go-Food* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bekasi Utara**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh pada Kualitas Produk *Go-Food* terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* di Bekasi Utara ?
2. Apakah terdapat pengaruh pada Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* di Bekasi Utara ?
3. Apakah terdapat pengaruh pada Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* di Bekasi Utara ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* di Bekasi Utara
2. Untuk menganalisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* di Bekasi Utara
3. Untuk menganalisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen *Go-Food* di Bekasi Utara

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sangatlah penting dan bermanfaat bagi penulis karena dapat mengembangkan dan menambah pengetahuan yang dirumuskan dalam menganalisa masalah yang berhubungan dengan dunia manajemen pemasaran, dan penulis dapat memperbandingkan materi yang penulis dapatkan selama perkuliahan.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini juga sangat penting bagi pembaca, karena pembaca juga mendapatkan ilmu pengetahuan dalam Karya Ilmiah terutama pada bidang Pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan *Go-Food* di Bekasi Utara. Terutama untuk pengguna aplikasi *Go-Food*, agar penelitian karya ilmiah ini bisa dijadikan bahan masukan atau koreksi agar dapat meningkatkan penjualan.



#### 4. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi perputakaan dan sebagai bahan pembanding bagi mahasiswa yang ingin mengangkat topik yang sama sebagai penelitian, sehingga nantinya penelitian yang dihasilkan lebih baik.

### **1.5 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, untuk menghindari terjadi pembahasan yang terlalu luas, maka penulis memfokuskan penelitian atau membatasi masalah penelitian pada kualitas produk dan kualitas layanan *Go-Food* terhadap kepuasan konsumen di Bekasi Utara.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman pada penulisan penelitian ini, penulis membaginya dalam lima bab, dengan tahapan sebagai berikut:

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

#### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka sesuai dasar-dasar dari teori, landasan dan kajian yang digunakan sebagai dasar analisis, tinjauan penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran

#### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan data, teknik pengambilan data serta metode analisis data apa saja yang tepat untuk digunakan.

#### **BAB IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis membahas tentang profil organisasi, hasil analisis data, serta pembahasan hasil penelitian yang diuraikan secara singkat dan jelas.

## **BAB V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

Rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak terikat (organisasi) serta saran-saran dari penelitian selanjutnya.

