

BAB I

PENDAHULUAN

1.7 Latar Belakang

Pada era globalisasi, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dan telah menjadi faktor utama dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dapat diketahui secara jelas dampak signifikan dari perkembangan teknologi ialah kemudahan akses terhadap internet. Hal ini memungkinkan masyarakat dapat memperoleh informasi secara cepat, komunikasi tanpa batas, dan melakukan berbagai aktivitas secara daring[1]. Kemudahan serta efisiensi waktu menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk lebih memilih layanan berbasis online daripada layanan konvensional. Seiring berjalannya waktu dengan adanya kemajuan teknologi, layanan berbasis online bermunculan sangat pesat, salah satunya dalam layanan pemesanan dan pengantaran makanan secara *online* atau disebut *online food delivery*. Inovasi dalam layanan *online food delivery* merupakan salah satu bentuk adaptasi industri kuliner terhadap perkembangan teknologi, yang terus berkembang untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan masyarakat modern.

Di Indonesia hingga saat ini berbagai platform penyedia layanan pemesanan dan pengantaran makanan secara online terus berkembang pesat, menghadirkan banyak pilihan bagi konsumen. Beberapa platform yang paling populer di antaranya adalah GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood, yang dapat diakses dengan mudah melalui aplikasi di perangkat seluler[2]. Beberapa platform layanan *online food delivery* yang telah disebutkan, menawarkan berbagai fitur yang canggih dan lengkap yang dapat digunakan oleh pengguna secara mudah. Melalui *platform* layanan ini, pengguna dapat menjelajahi berbagai pilihan kuliner dengan lebih cepat, efisien, dan praktis.

Shopee merupakan salah satu platform jual beli secara online yang dimiliki perusahaan SEA Group sejak tahun 2015. Hingga saat ini, Shopee terus berinovasi dengan mengembangkan teknologi layanan *e-commerce* yang semakin canggih, termasuk menghadirkan fitur pemesanan makanan secara online. ShopeeFood

merupakan salah satu fitur terbaru dari platform *e-commerce* Shopee yang dirancang sebagai platform pesan antar makanan serta minuman secara online untuk memudahkan pengguna dalam menikmati kuliner yang diinginkan dengan lebih mudah dan praktis[3]. Fitur ini telah diluncurkan sejak April 2020 dan layanan ini didukung oleh berbagai opsi pembayaran yang terintegrasi dengan dompet digital maupun pembayaran secara tunai, sehingga memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi pengguna dalam bertransaksi. Selain itu, untuk meningkatkan kualitas layanan ShopeeFood juga menawarkan berbagai promo menarik serta fitur-fitur yang dapat diakses secara mudah untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan pengguna.

Kualitas layanan digital yang baik tidak hanya menjadi pertimbangan penting bagi pengguna untuk melakukan pembelian produk secara *online*, tetapi juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang dapat memengaruhi tingkat penggunaan terhadap layanan tersebut[4]. Hingga akhir tahun 2022, persentase penggunaan layanan ShopeeFood masih lebih rendah dibandingkan dengan aplikasi layanan pesan antar makanan lainnya yang telah lebih dulu di kalangan masyarakat[5].

Berdasarkan grafik yang dirilis oleh Statista dan Tim Riset IDX Channel pada tahun 2023, menunjukkan persentase penggunaan paling banyak terhadap aplikasi pesan antar makanan di Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa GoFood merupakan layanan yang paling banyak digunakan, dengan persentase mencapai 75%. Berikutnya layanan GrabFood penggunaannya sebesar 57%, sementara ShopeeFood berada di peringkat ketiga dengan persentase sebesar 28%. Adapun layanan lainnya, seperti pesan antar dari restoran cepat saji, Kulina, Traveloka Eats, serta kategori "lainnya", masing-masing memiliki tingkat penggunaan di bawah 3%[6]. Dengan demikian, dari data tersebut diketahui bahwa persentase pengguna layanan ShopeeFood masih lebih rendah dibandingkan dua pesaing utamanya, yaitu GoFood dan GrabFood.

Tidak hanya itu, data laporan Momentum Asia merupakan sebuah platform yang menunjukkan nilai transaksi (*Gross Merchandise Value/GMV*) untuk layanan *online food delivery* di Asia Tenggara, pada tahun 2023 di Indonesia, GrabFood mendominasi nilai transaksi tertinggi dengan persentase sebesar 50%. Di urutan

kedua, GoFood mengikuti dengan 38%, sementara ShopeeFood menempati posisi terakhir dengan 12%[7]. Data tersebut menunjukkan bahwa nilai transaksi pada *platform* ShopeeFood masih rendah dibandingkan layanan *online food delivery* lainnya.

Terdapat ulasan pengguna yang ditemukan oleh penulis melalui *playstore*, *Appstore*, maupun sosial media mengenai fitur ShopeeFood, masih terdapat banyak keluhan terkait berbagai aspek layanan, seperti seringnya terjadi error pada aplikasi, ketidakakuratan titik lokasi, serta fitur baru terkait *double order* pada pengirim yang dinilai kurang optimal. Ulasan tersebut mengindikasikan bahwa masih banyak aspek yang perlu diperbaiki untuk menjadi layanan *online food delivery* yang lebih baik. Beberapa ulasan yang diterima dari pengguna mengindikasikan tingkat kepuasan terhadap kinerja layanan belum cukup baik dan masih membutuhkan evaluasi untuk dilakukan perbaikan lebih lanjut.

Rendahnya penggunaan suatu layanan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah kepuasan pengguna yang tidak terpenuhi. Tingkat kepuasan pengguna dapat diukur melalui berbagai metode seperti metode Kano yang bertujuan untuk mengelompokkan berbagai atribut yang dimiliki oleh produk atau jasa berdasarkan sejauh mana produk atau layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Pengukuran melalui metode kano dapat melihat dan memotret evaluasi yang lebih menekankan kepuasan[8]. Tidak hanya itu, pengukuran tingkat kepuasan juga dapat dilakukan menggunakan pendekatan *E-Servqual* yang menilai kualitas pelayanan berdasarkan beberapa dimensi untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna terhadap layanan yang diberikan guna menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan[9].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dapat diketahui dasar penelitian ini dilakukan karena persentase pengguna shopeefood yang masih tergolong lebih rendah dibandingkan dengan layanan *online food delivery* lainnya. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan sejauh mana pengguna merasa puas terhadap fitur-fitur yang terdapat pada ShopeeFood. Rendahnya persentase

tersebut diduga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya ialah tingkat kepuasan pengguna, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah menganalisis tingkat kepuasan pengguna ShopeeFood.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan ShopeeFood wilayah Yogyakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna melalui beberapa variabel kualitas layanan yang dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pengguna terhadap layanan ShopeeFood.

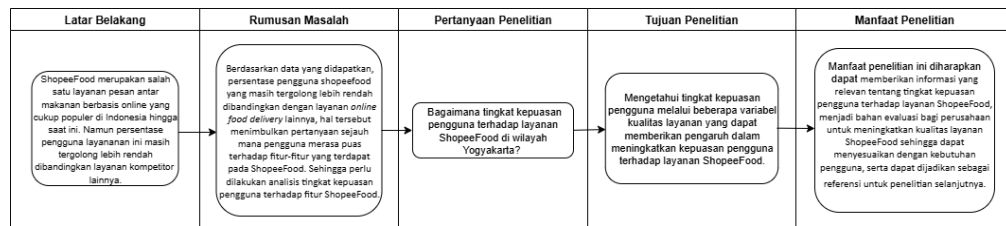
1.5 Batasan Masalah

Batasan penelitian ini berfokus pada analisis tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan ShopeeFood dengan mempertimbangkan berbagai variabel yang memengaruhi pengalaman pengguna dengan pendekatan model kano berdasarkan dimensi *e-servqual* meliputi *Efficiency, System Availability, Fulfillment, Privacy, Responsiveness, Contact, Compensation*. Batasan penelitian ini ditentukan dengan pemilihan responden yaitu masyarakat wilayah Yogyakarta dan memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan ShopeeFood. Pemilihan kelompok responden ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh lebih terarah dan sesuai sehingga jawaban yang diberikan diharapkan lebih relevan dan akurat.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan tentang tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan ShopeeFood.
2. Penelitian ini dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan ShopeeFood sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna.
3. Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan

