

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi khususnya internet telah memberikan dampak yang besar terhadap segala aspek kehidupan, baik faktor ekonomi, sosial, politik, dan budaya serta mengubah perilaku masyarakat, sebagai pembeli dan penjual. Indonesia memiliki salah satu tingkat penetrasi internet tertinggi di dunia. *We Are Social* mengungkapkan bahwa ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada Februari 2022[1].



Gambar 1. 1 Data pengguna internet di Indonesia tahun 2022

Jumlah ini naik 1% dari tahun sebelumnya. Per Januari 2021, terdapat 202,6 juta pengguna internet di Indonesia. Dalam 5 tahun terakhir, Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat. Jumlah pengguna internet meningkat 54,25% pada tahun 2018. Mulai tahun 2022, 73,7% penduduk Indonesia akan memiliki akses internet. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

Pesatnya perkembangan teknologi internet untuk belanja online telah menyebabkan banyak perubahan perilaku pelanggan dan sisi bisnis. Tersedianya platform *e-commerce* sebagai wadah transaksi jual beli yang memungkinkan pelanggan berbelanja dengan cepat dan nyaman, serta membandingkan produk atau harga secara efisien, dan mengatur pengiriman produk sesegera mungkin.

Di era globalisasi, jasa transportasi terus berkembang. Untuk mendukung pembangunan ekonomi, perlu adanya keseimbangan antara penawaran dan permintaan jasa transportasi. Jasa transportasi merupakan sarana kehidupan yang sangat penting karena transportasi digunakan untuk memperlancar kegiatan sehari-hari dan tentunya setiap orang membutuhkan transportasi untuk kegiatan lainnya seperti berangkat kerja, sekolah, mudik dan kegiatan lainnya[2]. Jika masyarakat Indonesia membutuhkan layanan transportasi yang cepat untuk menghindari kemacetan lalu lintas, transportasi online di Indonesia dapat menjadi solusi yang efektif bagi masyarakat.

Saat ini, jasa pengiriman online sangat digemari oleh masyarakat. Banyak masyarakat Indonesia yang tertarik menggunakan layanan transportasi online karena hanya berbekal *smartphone* dan akses internet yang membuat masyarakat dapat dengan mudah memesan layanan tersebut. Aplikasi transportasi online ini juga dilengkapi dengan fitur *Global Positioning System* atau GPS untuk memberikan informasi lokasi pengemudi dan pengguna dengan rute terdekat. Jadi setiap orang dapat melacak perpindahan dan pergerakan di semua aktivitas hanya dalam satu aplikasi.

Surabaya menempati urutan kedua sebagai kota terbesar di Indonesia setelah Jakarta. Surabaya merupakan pusat bisnis, seperti jasa, perdagangan, industri dan pendidikan. Maka tidak heran jika Kota Surabaya masih belum lepas dari masalah kemacetan dan aktivitas yang tinggi. Adanya kemacetan dan tingkat aktivitas yang tinggi membuat masyarakat memilih untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhannya secara efektif dan efisien, salah satunya dengan melakukan layanan *food delivery* atau pesan antar makanan secara online.

Gojek hadir untuk menjadi perusahaan inovatif yang mengandalkan teknologi dan memberikan dampak positif yang besar bagi masyarakat dengan memenuhi kebutuhannya. Gojek menciptakan berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, diantaranya GoFood yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan layanan pesan antar makanan dan minuman secara online. Gojek tidak hanya menyediakan layanan transportasi ojek seperti GoRide, Gojek juga menyediakan beragam layanan seperti GoCar, GoSend, GoBox, GoBluebird, GoFood, GoShop, GoMart, GoMed, GoPay, GoTix, GoTagihan, GoPaylater, GoGive, GoInvestasi, GoSure, GoCorp[3]. Tentu saja, perluasan layanan pesan-antar makanan online sangat bergantung pada bagaimana pelanggan dilayani. Jenis layanan ini memengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat pertumbuhan

pendapatan industri layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Mengubah harapan pelanggan membutuhkan penyesuaian terus-menerus dari kualitas layanan. Pelanggan dapat mengevaluasi layanan perusahaan dengan membandingkannya dengan perusahaan sejenis lainnya dan membandingkan layanan dengan apa yang diharapkan. Indikator kepuasan pelanggan, yaitu produk atau jasa yang berasal dari kinerja dan harapan. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan maka mereka akan senang atau puas, sedangkan jika harapan lebih tinggi dari kinerja maka pelanggan tidak akan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Semakin banyaknya ojek online berdampak pada persaingan yang semakin ketat. Ini membuat pelanggan memiliki lebih banyak pilihan. Pelanggan akan memilih salah satu opsi alternatif tergantung pada apa yang mereka inginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut, perusahaan ojek online termasuk Gojek harus menciptakan kepuasan pelanggan untuk salah satu layanannya yaitu Gofood. Saat ini, semakin banyak perusahaan yang memahami pentingnya kepuasan pelanggan dan menerapkan strategi untuk memuaskan pelanggan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian bagi perusahaan yang paling tidak memberikan hasil yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Jika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan oleh Gojek, maka pelanggan Gojek akan menggunakan layanan Gojek berulang kali atau pembelian berulang yang kemudian dapat menjadi pelanggan setia sehingga Gojek perusahaan Indonesia berpeluang untuk menjadi market leader dan dipercaya oleh pelanggan di Indonesia[4].

Oleh sebab itu penelitian ini ditujukan kepada pelanggan Gojek dalam layanan GoFood sebagai objek penelitian. Meskipun Gojek sebagai penggagas ojek berbasis aplikasi *mobile* namun Gojek tidak terlepas dari permasalahan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *E-Servqual* guna menilai tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan analisis itu penulis membuat penelitian dengan judul : "***Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Dengan Metode E-Servqual Pada Layanan GoFood Studi Kasus Pengguna Gojek Di Surabaya***".

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Permasalahan

Semakin banyaknya jasa transportasi khususnya di layanan pengantaran makanan berbasis online, maka suatu perusahaan akan semakin meningkatkan layanan mereka dikarenakan persaingan bisnis, seperti yang disebutkan dalam hal ini yakni layanan Gofood dari Gojek. Oleh karena itu dalam penelitian ini ditujukan kepada pelanggan Gojek dalam layanan GoFood sebagai objek penelitian untuk mencari faktor kepuasan pelanggan pada layanan Gofood.

1.2.2. Metode Usulan

Dengan metode *E-SERVQUAL* permasalahan kepuasan pelanggan pada layanan Gofood dapat diidentifikasi dan dievaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan faktor kepuasan pelanggan. Yang di dalamnya terdapat tahapan-tahapan yang akan dilakukan selama penelitian, identifikasi masalah, studi pustaka dan teknik pengumpulan data, serta pengujian data seperti *outer model*, *inner model* dan *bootstrapping* atau pengujian hipotesis.

1.2.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis faktor kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *E-Servqual* pada layanan Gofood ?

1.3. Tujuan Dan Manfaat

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk:

- 1) Menganalisis faktor-faktor yang membuat pelanggan merasa puas dan tidak puas dalam menggunakan layanan GoFood dari Gojek.

Manfaat yang diharapkan dari skripsi ini adalah:

- 1) Bagi Peneliti: Memberikan pengalaman dan pengetahuan baru bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan menambah wawasan mengenai layanan pemesanan makanan online.
- 2) Bagi Gojek: Memberikan masukan bagi Gojek dalam meningkatkan layanan GoFood dan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah kepuasan pelanggan pada layanan GoFood dari aplikasi Gojek di wilayah kota Surabaya. Serta tidak membahas lebih dalam tentang *word of mouth communication* pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini disusun secara runtut berdasarkan format penulisan yang telah ditetapkan oleh Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Trunojoyo Madura. Berikut sistematika penulisan skripsi ini :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini, membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini, akan membahas mengenai kajian teori-teori yang berkaitan dengan penelitian skripsi.

BAB III METODE USULAN

Bab ini mengulas tahapan-tahapan yang akan dilakukan selama penelitian, identifikasi masalah, studi pustaka dan teknik pengumpulan data, analisis system.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang metode analisis data yang akan digunakan, hasil *outer model* dan *inner model* yang di dalamnya ada pengujian validitas dan reliabilitas dengan pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang hasil penelitian, yang menyajikan kesimpulan hipotesis serta memberikan saran penelitian

1.6. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
----	----------	---------	-----------	---------	----------	----------	---------	----------

		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Studi Literatur																												
2.	Pengajuan Topik																												
3.	Pembuatan proposal																												
4.	Penelitian																												
5.	Pembuatan Laporan																												