

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang terjadi di berbagai bidang yaitu teknologi, pendidikan, sosial dan budaya sudah menjadi hal lumrah bagi hampir seluruh masyarakat di dunia. Perkembangan tersebut juga terjadi di Indonesia, masyarakat dari pedesaan hingga perkotaan merasakan perkembangan tersebut terutama dalam bidang teknologi informasi. Hasil pengembangan teknologi tersebut kemudian dikombinasikan kembali dengan bidang lain dan menghasilkan sesuatu yang baru sehingga hasil tersebut digunakan dalam mencukupi berbagai kebutuhan dan memecahkan masalah-masalah yang dihadapi oleh manusia. Menurut Kartajaya et al. (2020) teknologi yang terus berkembang dapat memudahkan kegiatan manusia dalam melakukan berbagai kegiatan sehari-hari, kehidupan pun semakin mudah dan praktis.

Salah satu teknologi yang biasa digunakan oleh masyarakat adalah telepon pintar atau *smartphone*. Pada saat ini, penggunaan *smartphone* sudah bukan hal baru lagi bagi semua orang baik ditingkat pedesaan hingga perkotaan, hampir semua orang menggunakan dan membutuhkan *smartphone* untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan kesehariannya. Hal ini didukung oleh survei oleh lembaga digital marketing Emarketer (2018) yang memperkirakan bahwa pada tahun 2018, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang pengguna. Beriringan dengan penggunaan internet yang juga sudah menjadi hal biasa dilakukan oleh hampir setiap manusia di dunia dan tentunya di Indonesia, berbagai kalangan hampir semua mengakses internet. Dibuktikan dengan data dari Badan Pusat Statistik (2020) dari jumlah populasi di Indonesia yang mencapai 266 juta jiwa, diperoleh data bahwa 73,7 persen jiwa merupakan pengguna internet.

Pengguna *smartphone* pasti mengakses dan menggunakan Internet yang berguna sebagai pusat akses informasi sehingga mendapatkan berbagai layanan

yang dibutuhkan oleh penggunanya. Internet dapat digunakan untuk mengakses berbagai macam hal seperti mengakses pendidikan, pelayanan umum, hingga pelayanan pemesanan makanan online. Sehingga pengguna Internet di Indonesia sudah sangat lumrah dan hampir seluruh masyarakat menggunakan layanan Internet.

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) yang dilakukan pada tahun 2018 didapatkan data bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia cukup tinggi. Dari total seluruh penduduk di Indonesia atau berjumlah 264,16 juta orang, 171,17 juta penduduk Indonesia menggunakan internet atau sekitar 64,8%. Tentunya pengguna Internet semakin mengingkat pertahunnya, misalnya jika dibandingkan pada tahun 2017 dimana pengguna internet sebesar 54,68% saja atau tumbuh 27.916.716 pengguna. Sedangkan pada tahun 2020, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020) memberikan hasil survei mereka dimana jumlah pengguna internet di Indonesia kembali naik menjadi 196,7 juta jiwa. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa dari tahun ke tahun pengguna Internet di Indonesia semakin meningkat seiring dengan laju perkembangan zaman yang semakin cepat.

Selain menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet, para pengguna *smartphone* menurut CNN (2016) masyarakat Indonesia paling sedikit memasang 10 aplikasi di *smartphone* mereka. Hal ini dikarenakan *smartphone* dapat digunakan dan dimanfaatkan untuk berbagai hal karena dapat memasang berbagai aplikasi penunjang kegiatan manusia, mulai dari bangun tidur hingga beraktivitas sehari-hari. Berbagai aplikasi tersedia di *Google Play Store* untuk *operating system* berbasis Android dan *App Store* bagi *smartphone* berbasis iOS. Toko aplikasi pada *smartphone* juga menyediakan berbagai aplikasi dalam berbagai bidang mulai dari transportasi hingga bidang jasa dan penjualan produk, salah satu bidang aplikasi yang terkait adalah layanan pemesanan makanan yang dilakukan secara online.

Ada banyak hal yang membuat dan menghambat seseorang untuk keluar rumah atau kantor. Seperti pada tahun 2020 ini, dunia digemparkan oleh wabah COVID-19 yang melanda seluruh dunia tak terkecuali negara Indonesia.

Penutupan pusat keramaian sementara untuk mencegah penularan penyakit yang diakibatkan oleh virus tersebut membuat perekonomian lumpuh. Penutupan tersebut diberlakukan seperti pada mall, perkantoran, sekolah, dan pusat-pusat perekonomian lainnya. Seperti yang dilansir dari Kompas.com (2020) di wilayah Jabodetabek, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Depok, dan Bekasi mengeluarkan peraturan dimana sekolah dan universitas diliburkan dan digantikan secara online, penutupan tempat wisata, dan kegiatan dipusat keramaian pun ditiadakan salah satunya yaitu tempat makan. Pemerintah mengeluarkan himbauan agar masyarakat tetap berada dirumah dan tidak keluar rumah untuk hal-hal dan keperluan yang tidak mendesak sehingga semakin sedikit masyarakat yang terjangkit virus COVID-19 tersebut.

Hal tersebut semakin mendorong masyarakat untuk berkegiatan didalam rumah saja dan menghindari berpergian keluar rumah. Masyarakat tetap melakukan aktivitasnya sehari-hari namun saja dengan bantuan teknologi yang menyebabkan perubahan pola perilaku dalam berbelanja. Membeli berbagai keperluan rumah tangga secara online dengan menggunakan aplikasi belanja online seperti melalui Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dalam bidang pangan, masyarakat memanfaatkan layanan pemesanan makanan secara online sehingga masyarakat dapat membeli makanan dari rumah dan diantarkan kerumah sehingga tidak perlu keluar rumah hanya untuk membeli makanan saja. Hal ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (2020) yang merujuk pada Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19 yang mengatakan bahwa aktivitas belanja makanan meningkat tajam hingga 51%. Selain itu, dikarenakan banyak sekali resto cepat saji yang menutup sementara layanan makan di tempat atau *dine in* dan hanya melayani pemesanan makanan untuk dibawa pulang atau *take away* dan layanan pemesanan makanan secara online baik melalui website atau aplikasi restoran cepat saji tersebut sehingga mendorong masyarakat untuk membeli makanan secara online.

Kemajuan zaman mendorong adanya kemudahan dalam memesan makanan dan diantarkan ke rumah sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah atau kantor di jam makan ataupun di saat sibuk hanya untuk membeli makanan saja.

Layanan pemesanan makanan online merupakan terobosan baru dalam memesan makanan sehingga orang-orang yang akan melakukan makan tidak perlu membuang waktu mereka hanya untuk datang ke tempat makan sehingga mereka mempunyai banyak waktu luang untuk mengerjakan hal lainnya. Jika sebelumnya pemesanan hanya bisa dilakukan via telepon, namun sekarang pemesanan dapat dilakukan secara online dengan mengunjungi situs website restoran yang ingin dituju atau dengan mengakses aplikasi dari restoran tersebut sehingga calon konsumen dapat memesan makanan tersebut tanpa harus datang ke restoran yang dituju hal ini tentu saja memudahkan para konsumen.

Salah satu tempat makan yang memberikan aplikasi bawaan guna memesan makanan yaitu restoran cepat saji. Restoran cepat saji juga membuka layanan pemesanan makanan secara online, seperti restoran cepat saji McDonald, Pizza Hut, KFC, hingga HokBen. Salah satu layanan pemesanan makanan online yang tersebar di hampir seluruh dunia adalah McDonald dengan layanan pemesanan makanan secara onlinenya yang bernama McDelivery. Menurut The Associated Press dalam portal berita Bustle (2018), McDonald pertama kali menguji coba layanan pengantaran makanan ke rumah dari 80 restoran di wilayah Tidewater, Virginia, Amerika Serikat. Dalam uji cobanya tersebut, McDonald menerima kurang lebih 2.000 telepon dalam sehari. Kemudian, pada tahun-tahun selanjutnya McDonald memperluas layanan pemesanan makanan online ke wilayah-wilayah lainnya.

Jika dulu pemesanan hanya bisa dilakukan via telepon, namun sekarang para pembeli yang ingin menggunakan layanan tersebut bisa juga melalui website dan aplikasi pada *smartphone* dan gadget. Hanya dengan mengunduh aplikasi McDelivery, maka pelanggan dapat langsung memesan makanan dari McDonald. Terdapat berbagai menu yang dapat dipilih oleh para pembeli dan makanan akan diantarkan tanpa harus keluar rumah dan mengunjungi cabang McDonald terlebih dahulu. Dalam website resmi McDonald (www.mcdonalds.co.id) saat ini 85% cabang McDonald yang tersebar di hampir seluruh wilayah melayani layanan McDelivery dan beberapa diantaranya buka selama 24 jam.

Pada toko aplikasi *Google Play*, *McDelivery Indonesia* mendapat rating 3+ dan terunduh sebanyak oleh lebih dari 1 juta pengguna. Apabila dibandingkan dengan *App Store*, *McDelivery Indonesia* mendapatkan rating 3+. Hal ini cukup membuktikan bahwa banyak pengguna yang *download* dan menggunakan aplikasi pemesanan makanan online *McDelivery* tersebut dan merasa puas dengan aplikasi tersebut. Dengan menggunakan aplikasi tersebut, masyarakat yang ingin memesan melalui *McDelivery* dapat lebih mudah sehingga menghemat tenaga dan waktu.

McDelivery sendiri di Indonesia merupakan salah satu layanan resto cepat saji yang banyak digunakan bagi masyarakat Indonesia. Pada tahun 2019, berdasarkan artikel yang dibuat oleh Trisandy (2020) *McDonald* cabang Dago Kota Bandung berhasil memecahkan rekor *McDonald* dunia dimana layanan *McDelivery* berhasil berada di peringkat 8 (delapan) di dunia dalam kategori pengiriman terbanyak dalam kurun waktu 1 jam. Tentunya hal ini dapat dijadikan sebagai bukti bahwa masyarakat Indonesia masih mempercayakan dan menggunakan layanan pemesanan makanan online dari *McDonald*. Selain itu, *McDelivery* cabang Dago Kota Bandung juga berhasil mencetak rekor *McDonald* seluruh dunia pada kategori pengiriman terbanyak dalam 1 hari pada peringkat keempat di dunia pada penjualan tanggal 12 Oktober 2019.

Tabel 1. Rekor Pengiriman *McDelivery* Paling Banyak dalam 1 Jam (Global)

Peringkat	Negara Cabang <i>McDonald</i>	Jumlah Pemesanan
1	Pakistan (Corniche Park)	250 (21 September 2019)
2	China (Haidainzhen, Beijing)	200 (15 Agustus 2019)
3	Australia (Victoria Market, Melbourne)	143 (2 Juni 2019)
4	Inggris (Bow Road, UK)	128 (4 Mei 2019)
5	Italia (Milano Maggio XXIV)	113 (29 Mei 2019)
6	Singapura (Sun 2)	109 (15 September 2019)
7	Portugal (Saldanha)	107 (19 September 2019)
8	Indonesia (Dago, Bandung)	104 (25 Agustus 2019)
9	Rusia (Moscow Premiera Delivery Kitchen)	102 (28 Desember 2019)

10	Spanyol (Heron City, Barcelona)	98 (14 Juli 2019)
10	Uni Emirat Arab (Media City)	98 (28 Juli 2019)

Sumber : (Trisandy 2020)

Tabel 2. Rekor Pengiriman McDelivery Paling Banyak dalam 1 Hari (Global)

Peringkat	Negara Cabang McDonald	Jumlah Pemesanan
1	Pakistan (Corniche Park)	2,405 (21 September 2019)
2	China (Haidainzhen, Beijing)	1,526 (15 Agustus 2019)
3	Singapura (Sun 2)	1,218 (27 Juli 2019)
4	Indonesia (Simpang, Dago)	1,158 (12 Oktober 2019)
5	Rusia (Moscow Premiere Delivery Kitchen)	1,180 (28 Desember 2019)
6	Inggris (Canning Town, London)	1,133 (19 September 2019)
7	Portugal (Saldanha)	906 (1 Januari 2019)
8	Uni Emirat Arab (Media City)	835 (19 Agustus 2019)
9	Korea Selatan (Shilim, Seoul)	821 (27 Juni 2019)
10	Kanada (Waterloo, Ontario)	795 (28 September 2019)

Sumber : (Trisandy 2020)

Ada berbagai hal lain yang mendorong masyarakat menggunakan layanan McDelivery. Pada survei awal yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden yang sebelumnya pernah menggunakan layanan McDelivery, didapatkan hasil bahwa kecepatan merupakan hal yang paling banyak dipertimbangkan oleh responden dalam menggunakan layanan McDelivery. Selain itu, kemudahan, promosi harga/diskon, dan kenyamanan merupakan alasan lain penggunaan layanan McDelivery.

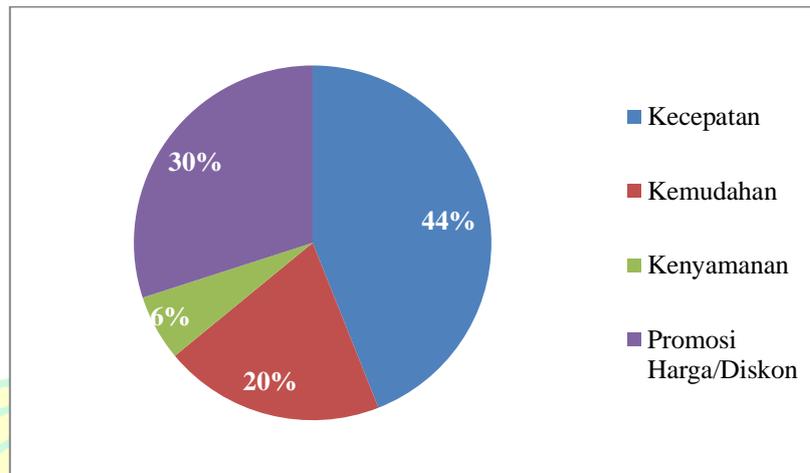


Diagram 1. Alasan Penggunaan Layanan McDelivery

Selain itu, berdasarkan survei yang telah dilakukan juga didapat hasil berdasarkan pengalaman, pelanggan paling merasa puas terhadap produk yang ditawarkan oleh layanan McDelivery. Setelah itu, alasan lainnya yaitu kecepatan pengiriman, harga yang diberikan, dan yang terakhir respon yang diberikan.

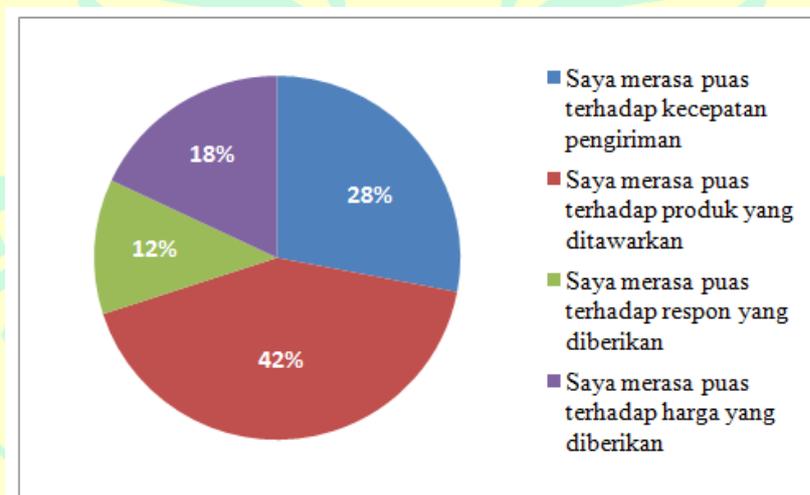


Diagram 2. Kepuasan Penggunaan Layanan McDelivery

Seiring dengan hasil survei yang mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga terbukti terhadap penelitian yang dilakukan oleh Lu et al. (2020) yang meneliti tentang kepuasan pelanggan terhadap layanan pembelian online pada restoran dengan skala kecil dan menengah yang dilakukan pada pembeli restoran online di Kota Bandung, Indonesia. Dalam salah satu hipotesisnya menguji pengaruh kualitas makanan

atau produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya membuktikan ada pengaruh yang positif antara kualitas produk pada kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga ingin mengetahui dampak kualitas layanan elektronik pada kepuasan pelanggan. Pada penelitian Lu et al. yang dalam hipotesisnya menguji pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hasil penelitiannya, didapatkan fakta bahwa kualitas layanan elektronik sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini juga ditunjukkan oleh studi Suhartanto et al. (2019) dimana meneliti layanan pengiriman makanan online, dalam penelitiannya didapatkan hasil bahwa kualitas layanan elektronik sangat penting dalam hal mengukur kepuasan pelanggan.

Nilai yang dirasakan oleh pelanggan juga dapat mempengaruhi kepuasan yang merupakan salah satu hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis tersebut didukung oleh studi oleh Wang et al. (2019) yang meneliti para pelanggan aplikasi katering selular dan memvalidasi model keberhasilan aplikasi katering selular. Dalam penelitiannya, terdapat hipotesis nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujiannya menyatakan bahwa nilai yang dirasakan secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna layanan aplikasi katering selular.

Berdasarkan penjelasan tersebut, disimpulkan bahwa ada beberapa penyebab yang menyebabkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan elektronik, kualitas produk dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Kualitas Produk, dan Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Pemesanan Makanan Online" yang difokuskan pada layanan pemesanan milik McDonald yaitu McDelivery.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, terdapat beberapa pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan juga signifikan?

2. Apakah ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan juga signifikan?
3. Apakah ada pengaruh antara nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan juga signifikan?
4. Apakah ada pengaruh positif secara bersama-sama antara kualitas pelayanan elektronik, kualitas produk, dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah disebutkan diatas, ada beberapa tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Hubungan antara kualitas pelayanan elektronik dengan kepuasan pelanggan
2. Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan
3. Hubungan antara nilai yang dirasakan dengan kepuasan pelanggan
4. Hubungan antara kualitas pelayanan elektronik, kualitas produk, dan nilai yang dirasakan dengan kepuasan pelanggan secara bersamaan

1.4 Kebaruan Penelitian

Ada banyak penelitian yang menyelidiki kepuasan pelanggan layanan pemesanan elektronik, setiap penelitian juga memeriksa berbagai objek dan variabel bebas yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti menggunakan variabel yang telah dijelaskan sebelumnya dan menggunakan objek penelitian yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Lu et al. (2020) meneliti tentang kepuasan pelanggan terhadap layanan pembelian online. Objek penelitian yang diteliti adalah restoran dengan skala kecil dan menengah yang dilakukan pada pembeli restoran secara online di Kota Bandung, Indonesia. Dalam penelitiannya, menguji pengaruh kualitas makanan atau produk terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Suhartanto et al. (2019) yang meneliti layanan pengiriman makanan online. Dalam penelitiannya menguji hipotesis antara kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya melibatkan 405 responden yang menggunakan layanan pemesanan makanan online seperti GrabFood dan GoFood. Hasil penelitiannya didapatkan hasil bahwa kualitas layanan elektronik sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Selain penelitian diatas, terdapat juga penelitian lain yang dilakukan oleh Wang et al. (2019). Dalam penelitiannya yang meneliti para pelanggan aplikasi katering selular dan memvalidasi model keberhasilan aplikasi katering selular. Penelitiannya menguji antara nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hasil pengujiannya menyatakan bahwa nilai yang dirasakan secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna layanan aplikasi katering selular.

