

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi pada zaman globalisasi terus meningkat, seiring berjalannya waktu inovasi terus dilakukan dengan menerapkan teknologi pada bidang industri. Salah satu inovasi yang dilakukan yaitu ekonomi digital yang membawa perubahan besar terhadap gejala perekonomian yang kian meningkat sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis secara global melalui internet.

Perkembangan internet meningkat dalam beberapa tahun belakangan. Hal ini terjadi karena adanya pandemi pada tahun 2020 dan seluruh kegiatan dialihkan menjadi online, ini juga berdampak kepada total pengguna internet di dunia khususnya di Indonesia.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mendata sebanyak 221.563.479 orang Indonesia sudah terhubung ke internet pada tahun 2024. Terhitung 79,5% dari jumlah populasi Indonesia, yang pada tahun 2023 sekitar 278.696.200 jiwa. Jumlah pengguna internet mengalami peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Dengan banyaknya orang yang menggunakan internet, teknologi juga terus berkembang dan berinovasi untuk meningkatkan eksistensi manusia serta efektivitas dan efisiensi kerja manusia. Selain itu, inovasi ini juga muncul di berbagai bidang. Salah satunya di industri pesan antar makanan online. (Hanryani & Anggraini, 2022, hal. 243). Platform pesan-antar makanan *online* menawarkan beragam jenis makanan dari beberapa restoran dan mengantarkan pesanan makanan melalui satu platform tunggal. Pengguna dapat memesan melalui platform dan mereka dapat mengetahui di mana pesanan berada dan kapan pesanan akan tiba. Pengguna dapat memesan dan makan tanpa harus berpindah tempat. Platform pesan-antar makanan *online* menjadi pemecah masalah bagi masyarakat dengan menghemat energi dan waktu mereka dari jadwal yang sibuk (Eaint, 2022, hal. 3).

Menurut databoks, pada tahun 2023, Indonesia mendominasi industri *online food delivery* di kawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2022 sebelumnya menurut laporan Momentum Works, nilai transaksi kotor (GMV) dari layanan pesan-antar makanan online di Indonesia diperkirakan mencapai US\$4,6 miliar, atau sekitar Rp72,12 triliun dengan kurs Rp15.680 per dolar AS.

Di Indonesia tersedia berbagai aplikasi pesan antar makanan online, salah satunya yaitu Gofood. Aplikasi tersebut memberikan kemudahan kepada kita untuk memesan makanan dari beragam restoran yang ada dari rumah saja. Gofood merupakan layanan pesan antar makanan *online* yang

dikembangkan oleh PT Gojek Indonesia dan sudah ada sejak tahun 2015 hingga sekarang telah hadir di 158 kota yang tersebar di seluruh Indonesia.

Menurut databoks, berdasarkan riset Tenggara Strategics pada tahun 2022 GoFood merupakan layanan *online food delivery* yang paling mudah terlintas dalam ingatan konsumen (*top of mind*).

Tabel 1. 1

Porsi Transaksi Grabfood, Gofood dan Shopeefood

Layanan	2022		2023	
	Porsi	Nilai	Porsi	Nilai
Grabfood	49%	US\$ 2,2 miliar	50%	US\$ 2,3 miliar
Gofood	44%	US\$ 1,98 miliar	38%	US\$ 1,75 miliar
Shopeefood	7%	US\$ 315 juta	12%	US\$ 552 juta

Sumber: Katadata, 2024

Seperti yang terlihat pada tabel bahwa transaksi Gofood mengalami penurunan pada tahun 2023 dari yang nilainya sebesar US\$ 1,98 miliar dengan porsi 44% menjadi US\$ 1,75 miliar dengan porsi 38%. Sedangkan Grabfood mengalami peningkatan pada tahun 2023 sebesar US\$ 2,3 miliar dengan porsi 50% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar US\$ 2,2 miliar dengan porsi 49% dan juga Shopeefood yang mengalami peningkatan yang awalnya sebesar US\$ 315 juta dengan porsi 7% pada tahun 2022 menjadi sebesar US\$ 552 juta dengan porsi 12% pada tahun 2023.

Banjarmasin ialah salah satu kota terbesar di Provinsi Kalimantan Selatan yang tersedia berbagai layanan pesan antar makanan *online*, salah satunya yaitu Gofood. Gojek pernah mengadakan Gofood festival pada

tahun 2019 di Duta Mall 2 Banjarmasin dengan mengusung konsep pujasera (pusat jajanan rakyat) atau *food court* yang bertujuan untuk mendorong UMKM kuliner lokal agar bisa memperluas pasarnya (Diskominfo Banjarmasin, 2019).

Walaupun Gofood menyediakan layanan jasa antar makanan *online* yang banyak memberikan kenyamanan dan kepuasan, namun faktanya masih banyak keluhan terkait layanan Gofood tersebut. Dari observasi yang telah dilakukan penulis, beberapa pengguna mengeluhkan tentang layanan Gofood di Banjarmasin. Beberapa keluhan yang muncul yaitu kedatangan driver yang tidak tepat waktu, pengantaran yang tidak sesuai titik alamat pelanggan, driver yang tidak sesuai standar pengantaran, kenaikan harga jasa secara tiba tiba, aplikasi yang sering error, tidak bisa konfirmasi ke resto jika ingin mengganti atau menambah menu makanan, dan makanan yang datang tidak sesuai dengan deskripsi di aplikasi. Hal ini menjadi tantangan bagi PT Gojek Indonesia untuk selalu meningkatkan kualitas layanan Gofood untuk keberlangsungan kedepannya.

Kepuasan adalah hasil yang diharapkan, dan setiap orang memiliki ekspektasi spesifik tentang apa yang akan dicapai oleh produk atau layanan ketika digunakan. Penilaian setelah konsumsi, di mana preferensi yang dipilih paling tidak memenuhi atau bahkan melebihi harapan, dikenal sebagai kepuasan. (Sunnyoto, 2015, hal. 115). Kepuasan pelanggan adalah isu yang sangat penting untuk perusahaan yang mengukur tingkat probabilitas antara layanan perusahaan dan kepercayaan pelanggan, dimana semakin puas

pelanggan dengan kualitas suatu layanan, maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh (Suciptawati, dkk., 2019, hal. 2).

Dalam bidang jasa, salah satu elemen yang harus diperhatikan sehubungan dengan kepuasan konsumen adalah kualitas layanan. Jika pelanggan menerima layanan yang memuaskan atau sesuai dengan yang mereka harapkan, mereka akan senang. Dalam persaingan bisnis, para pengusaha terus berupaya untuk memenangkan loyalitas pelanggan yang setia. (Indrasari, 2019, hal. 90).

Dalam Islam, telah diajarkan bahwa jika ingin menghasilkan suatu barang atau memberikan layanan, mestinya memberikan yang bermutu, tidak boleh memberikan yang buruk untuk pelanggan (Isnaini, dkk, 2022, hal. 133). Hal ini terkandung dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah/2: 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفَقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji” (Kementerian Agama RI, 2019, hal 42).

Dari ayat diatas ditafsirkan bahwa kita diperintahkan untuk memberikan Sesuatu yang terbaik, paling unggul, dan memiliki kualitas tertinggi. Kita tidak boleh memberikan sesuatu yang buruk untuk orang lain, karena

kita juga pasti tidak ingin apabila diberi sesuatu yang buruk dari orang lain (Al-Sheikh, 2001, hal. 534).

Dalam ekonomi syariah, kepuasan pelanggan disebut sebagai *qana'ah*, yaitu kepuasan yang bukan hanya bersifat lahiriah atau material, tetapi juga meliputi aspek batiniah atau nonmaterial. *Qana'ah* mendorong seorang Muslim untuk berperilaku konsumsi yang adil serta menumbuhkan rasa syukur, karena hal ini memiliki keterkaitan erat dengan keyakinan kepada Allah SWT. (Ramdania, 2021, hal. 287).

Salah satu cara dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). Martilla & James adalah orang pertama yang menyarankan pendekatan ini pada tahun 1977. Responden diminta untuk menilai tingkat kinerja perusahaan (kinerja yang dirasakan) pada masing-masing kriteria serta pentingnya berbagai atribut terkait. *Importance-Performance Matrix* kemudian akan digunakan untuk memeriksa nilai rata-rata dari pentingnya kualitas dan kinerja perusahaan. (Tjiptono & Chandra, 2016, hal. 222). Manfaat dari pendekatan ini adalah dapat menunjukkan aspek-aspek mana dari produk atau layanan yang harus dipertahankan, ditingkatkan, atau dipertahankan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Skalanya cukup sederhana untuk dipahami, temuannya mudah ditafsirkan, dan pendekatannya tidak mahal. (Jufriyanto, 2020, hal. 81).

Dari penjelasan yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Analisis Kepuasan Pengguna Layanan Gofood Dengan Metode *Importance Performance Analysis* di Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana kepuasan pengguna layanan Gofood dengan metode *Importance Performance Analysis* di Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna layanan Gofood dengan metode *Importance Performance Analysis* di Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

- a. Secara teoritis, yaitu sebagai tambahan literatur untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan, pengembangan dan penalaran pengetahuan di UIN Antasari khususnya pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Secara praktis, yaitu bagi perusahaan Gojek Indonesia, sebagai sumber informasi untuk menjadi bahan perhatian dalam meningkatkan kualitas layanan Gofood agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar pembahasan pada skripsi ini lebih mudah dilihat dan dipahami secara keseluruhan. Berikut ini adalah sistematika penulisannya.

Pendahuluan, Bab I. Latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, relevansi, dan metodologi penulisan, semuanya tercakup dalam bab ini.

Landasan Teori, Bab II. Bab ini mencakup kajian teori tentang kepuasan pelanggan, metode *Importance Performance Analysis*, kualitas pelayanan (*service quality*) dan *e-service quality*, kemudian ada kerangka pemikiran, dan studi penelitian terdahulu.

Metode Penelitian, Bab III. Pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengambilan sampel, data dan sumber data, variabel dan indikator, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan tahapan penelitian, semuanya tercakup dalam bab ini.

Analisis dan Penyajian Data, Bab IV. Temuan dan analisis dari penelitian yang dilakukan disajikan dalam bab ini.

Penutup, Bab V. Kesimpulan dan rekomendasi berbasis penelitian disajikan dalam bab ini.