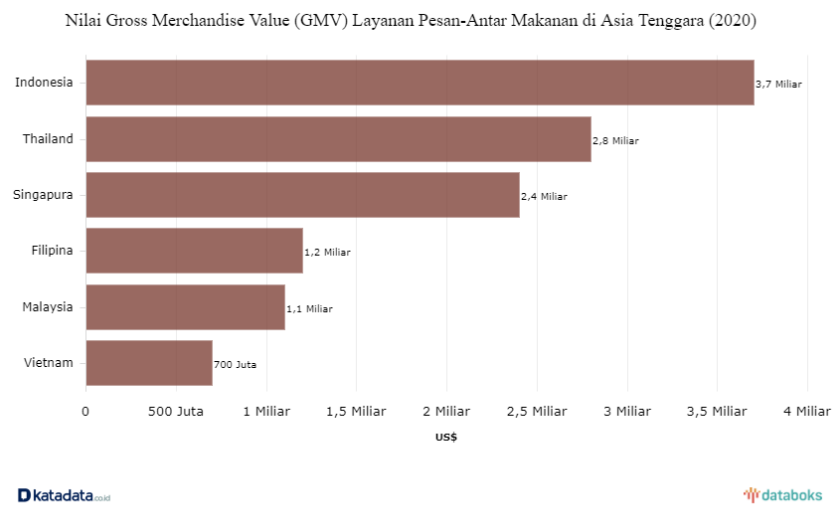


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Online food delivery merupakan layanan pesan antar makanan yang dapat diakses secara online melalui aplikasi pada perangkat mobile. Munculnya pengiriman makanan online bertepatan dengan munculnya Internet. Layanan pesan antar makanan online ini pertama kali dilakukan oleh restoran Pizza Hut di Amerika Serikat pada tahun 1994. Sejak itu, layanan pengiriman makanan online telah menjadi bisnis bernilai miliaran dolar (huffpost, 2013).



Gambar 1. 1 Nilai GMV Layanan Pesan Antar Makanan di Asia Tenggara Tahun 2020

Sumber : databoks.katadata.co.id (2021)

Gambar 1.1 menunjukkan hasil studi oleh Momentum Works yang menunjukkan bahwa pada tahun 2020, GMV layanan pesan-antar makanan di enam negara Asia Tenggara mencapai \$11,9 miliar. Indonesia adalah pasar ekonomi digital terbesar untuk pemesanan makanan secara online. Hal ini dibuktikan dengan total nilai Gross Merchandise Value (GMV) Indonesia tertinggi di Asia Tenggara, yaitu sebesar \$3,7 miliar atau Rp 52 triliun pada tahun 2020.

Besarnya populasi di negara Indonesia merupakan faktor utama yang membuat Indonesia menjadi pasar layanan pesan-antar makanan terbesar di Asia Tenggara. Berdasarkan data hasil sensus penduduk pada 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia ada sekitar 270,2 juta orang, di 27,94% adalah Gen Z dan 25,87% adalah generasi milenial yang merupakan pengguna pemesanan makanan online terbesar di Indonesia (Statista, 2021).

Pengiriman makanan online menciptakan peluang bagi banyak orang Indonesia. Hal ini memperluas pilihan dan kenyamanan dalam memilih makanan yang tersedia bagi konsumen untuk memasukkan *food court*, penjual makanan rumah tangga, restoran, dan warung kaki lima. Layanan pesan antar di Indonesia didominasi oleh dua pemain besar, yaitu Grab dan Gojek (katada.co.id, 2021). E-Commerce Shopee kini memperluas bisnisnya dengan menawarkan layanan pesan-antar makanan online melalui Shopee Food yang beroperasi mulai April 2021.

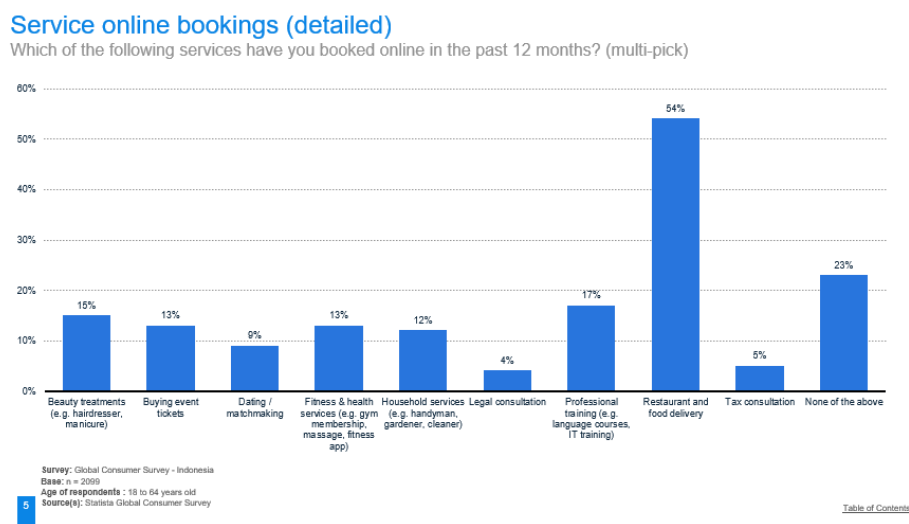
Berdasarkan uraian di atas maka dapat dikatakan bahwa saat ini masyarakat Indonesia banyak melakukan transaksi pada layanan pesan antar makanan online dan sudah banyak perusahaan yang menawarkan layanan serupa. Oleh karena itu, berdasarkan gambaran umum objek yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk memilih *online food delivery* sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang

Pada era modern seperti saat ini, teknologi yang semakin berkembang memberikan kemudahan untuk melakukan segala sesuatu. Teknologi sangat membantu kebutuhan manusia dan tidak bisa dipisahkan dari gaya hidup manusia, bahkan saat ini manusia sangat bergantung kepada teknologi sehingga membuat perubahan pada perilaku konsumen. Fenomena perubahan perilaku belanja sebagian rutin membeli barang di toko retail secara langsung (offline) kini mulai bergeser ke kebiasaan membeli melalui aplikasi online (Lokadata.id, 2019).

Perkembangan teknologi tersebut diikuti dengan adanya konektivitas internet menjadi pendorong munculnya pemesanan dan pengiriman makanan secara online melalui aplikasi marketplace (platform yang menjual barang termasuk makanan, seperti Shopee) dan aplikasi *food aggregator* (platform yang menawarkan akses ke beberapa restoran dan menangani pengiriman logistik, seperti

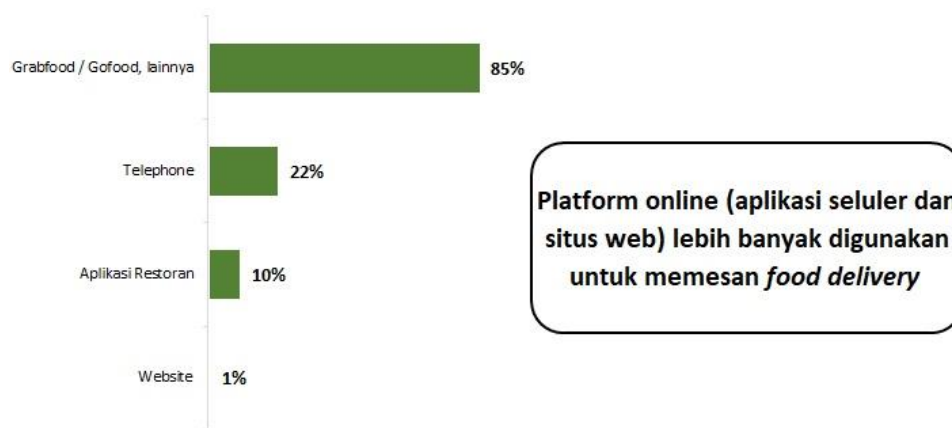
GoFood dan GrabFood (Aprilianti & Amanta, 2020). Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), Suhariyanto, menyatakan bahwa kemajuan teknologi dan kemudahan komunikasi belakangan ini telah mengubah pola belanja masyarakat, terutama dalam hal makanan. BPS melihat bahwa masyarakat kini cenderung membeli makanan melalui aplikasi digital daripada memasak atau pergi sendiri. (Lokadata.id, 2019).



Gambar 1. 2 Layanan Pemesanan Online

Sumber : Statista (2021)

Gambar 1.2 merupakan hasil survey yang dilakukan oleh Statista Global Consumer Survey yang menunjukkan bahwa *restaurant* dan *food delivery* merupakan layanan online yang paling banyak dipesan (54%). Survei tersebut dilakukan kepada 2099 responden masyarakat Indonesia yang berusia 18 sampai dengan 64 tahun. Hal tersebut membuktikan bahwa saat ini jasa pesan antar makanan semakin diminati karena dinilai lebih praktis dan cepat. Selain itu, layanan pesan antar makanan juga sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan makanan pada saat masyarakat memiliki aktivitas yang padat, adanya hambatan cuaca, dan kendala lainnya (cnbcindonesia.com, 2021).

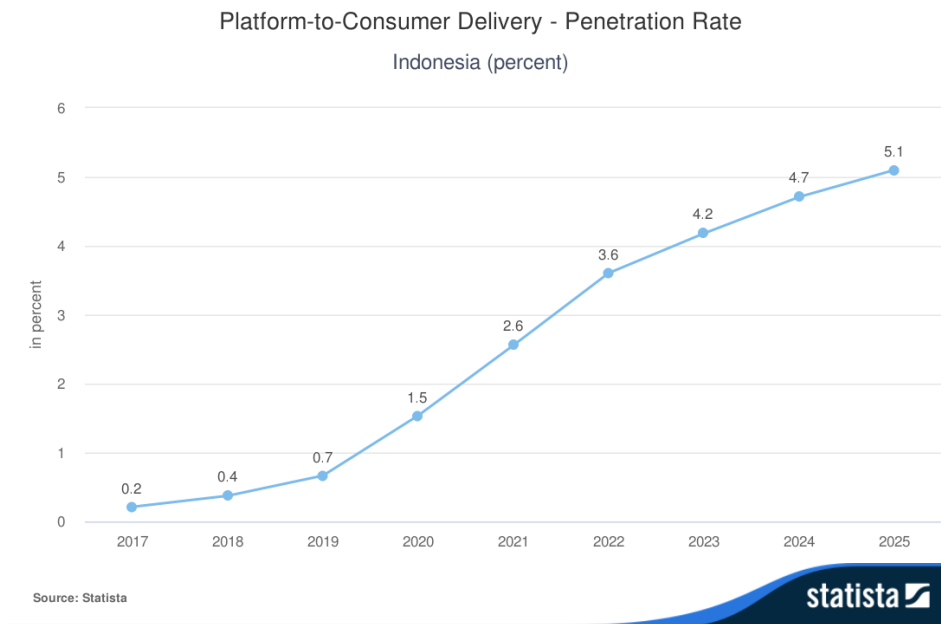


Sumber: Nielsen Food Trip Study 2018

Gambar 1. 3 List Platform Online Untuk Memesan Pengiriman Makanan

Sumber : swa.co.id (2019)

Berdasarkan gambar 1.3, penelitian yang dilakukan oleh Nielsen di 6 kota besar Indonesia menunjukkan bahwa GrabFood atau GoFood atau aplikasi sejenis merupakan platform online yang paling banyak digunakan untuk melakukan pemesanan makanan secara online dengan persentase sebanyak 85%. Yang kedua diikuti oleh pemesanan telepon sebesar 22%. Kemudian, untuk urutan ketiga dan keempat ditempati oleh pemesanan melalui aplikasi restoran sebanyak 10% dan melalui website sebanyak 1%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan pesan antar online seperti GoFood dan GrabFood merupakan layanan pesan antar makanan yang paling banyak digunakan di Indonesia dibandingkan layanan lainnya.



Gambar 1. 4 Statistika Jumlah Pengguna *Online Food Delivery*

Sumber : Statista (2021)

Jumlah pengguna layanan pesan antar makanan melalui *platform delivery* mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2021. Seperti yang terlihat pada gambar 1.4, bahwa tingkat penetrasi pengguna *platform to consumer delivery* di tahun 2021 adalah sebesar 2,6% meningkat 1,1% dari tahun 2020 dan diperkirakan akan mencapai 5,1% pada tahun 2025. Peningkatan signifikan tersebut disebabkan oleh kehadiran pandemi Covid-19 yang mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat. Sebelum pandemi, masyarakat memesan *delivery food* hanya sesekali, tetapi sekarang telah hal tersebut telah menjadi sebuah rutinitas yang dilakukan secara berulang. Hal ini karena selama adanya pandemi yang menyebabkan munculnya aturan *social distancing*, kebijakan PSBB dan PPKM membuat konsumen tidak bisa makan di luar rumah dan mengubah perilaku konsumen yang membuat layanan pemesanan makanan menjadi sesuatu yang sangat diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari. (Yuswohady,2020).

Saat ini sudah banyak perusahaan penyedia jasa sejenis, sehingga persaingan semakin ketat. GoJek dan Grab yang kini berkembang di Indonesia menjadi pilihan masyarakat untuk memesan makanan dari berbagai restoran yang

diinginkan. Kedua startup besar ini juga terus berinovasi untuk membuat konsumen semakin nyaman dan puas dengan layanan yang mereka berikan, termasuk *food delivery*. Namun kini muncul pendatang baru yaitu Shopee Food. Shopee Food adalah layanan pesan-antar makanan online milik Shopee yang mulai beroperasi pada April 2021.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) mengenai preferensi Gen Z untuk layanan digital menunjukkan bahwa GrabFood dan GoFood masih menjadi layanan *online food delivery* yang paling sering digunakan. Hasil ini menunjukkan sebanyak 50% generasi Z memilih GrabFood sebagai jasa *online food delivery* yang paling sering mereka gunakan, diikuti oleh GoFood sebanyak 46%, ShopeeFood 3%, dan penyedia jasa *online food delivery* yang lain kurang dari 1%. (Katada.co.id, 2021).

Masing-masing dari ketiga aplikasi layanan pesan antar makanan tersebut tentu memiliki keunggulan dan layanan yang berbeda-beda. Beberapa layanan yang ada pada ketiga jasa penyedia layanan *online food delivery* dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. 1 Layanan dari GoFood, GrabFood, dan Shope Food

Gofood	GrabFood	Shopee Food
Voucher Diskon	Promo potongan harga	Voucher gratis ongkir dan diskon potongan harga
Fitur ganti lokasi	Pesan terjadwal	Metode pembayaran dengan ShopeePay atau bayar di tempat (COD)
Fitur order sekaligus	Multi order	N/A
GoFood Pickup	GrabFood ambil sendiri	N/A
Metode pembayaran beragam (PayLater, GoPay, kartu debit atau kredit, LinkAja, Bank Jago, atau tunai)	Metode pembayaran dengan tunai, OVO, LinkAja, dan kartu debit atau kredit	N/A

Sumber : Data olahan penulis hasil rangkuman dari website gojek.com, grab.com, dan aplikasi Shopee (2022)

Ketiga jasa pesan antar tersebut memiliki keunggulan dan layanan tersendiri. Masing-masing keunggulan dan layanan bisa menjadi stimulus bagi masyarakat sehingga bisa menimbulkan proses seseorang dalam memilih untuk menggunakan jasa *online food delivery*. Semakin banyaknya penyedia jasa layanan *online food delivery*, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen semakin dihadapkan pada berbagai pelayanan yang beragam dari masing-masing jasa *online food delivery*. Beragamnya pelayanan yang diberikan oleh seluruh jasa *online food delivery* membuat konsumen lebih selektif dalam memilih. Konsumen akan merasa puas jika dapat memilih layanan yang diinginkan. Pemilihan pada jasa *online food delivery* pun akan memberikan beberapa pilihan atribut dengan level atau dimensi pada masing-masing atribut kepada konsumennya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui atribut yang paling penting bagi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*, kemudian mengetahui level atau tingkatan pada masing-masing atribut apa yang sebenarnya paling bermanfaat bagi konsumen, dan mengetahui stimuli *online food delivery* seperti apa yang paling disukai oleh konsumen. Karena dengan mengetahui atribut, level dan stimuli apa saja yang disukai oleh konsumen, maka akan membantu para pelaku usaha industri transportasi online untuk dapat mengetahui secara persis apa yang disukai konsumen dan dapat memenuhi keinginan konsumen sesuai dengan preferensi mereka. Sehingga peneliti mengambil judul “**Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Jasa Online Food Delivery.**”

1.3 Perumusan Masalah

Banyaknya penyedia layanan *online food delivery* saat ini menunjukkan bahwa konsumen semakin dihadapkan pada beragamnya pilihan layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa *online food delivery*. Beragamnya layanan tersebut membuat pembeli lebih selektif dalam memilih, sehingga konsumen perlu mempertimbangkan banyak faktor saat memilih jasa *online food delivery*. Oleh

karena itu, perusahaan harus mampu mengetahui dan memahami kesukaan dan kebutuhan konsumen agar dapat menarik lebih banyak konsumen.

Berdasarkan perumusan masalah, maka masalah yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini adalah mengenai kombinasi atribut seperti apa yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*, serta atribut dan level apa yang penting bagi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*.

Berdasarkan penjelasan perumusan masalah tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seperti apakah gambaran responden yang menyukai *online food delivery*?
2. Atribut apakah yang paling penting bagi konsumen di jasa *online food delivery*?
3. Level apakah yang paling berguna bagi konsumen di jasa *online food delivery*?
4. Kombinasi atribut apakah yang paling disukai konsumen di jasa *Online Food Delivery*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang, perumusan masalah serta pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran responden yang menyukai *online food delivery*.
2. Untuk mengetahui atribut yang paling penting bagi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*.
3. Untuk mengetahui level yang paling berguna bagi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*.
4. Untuk mengetahui kombinasi atribut yang paling disukai konsumen dalam memilih jasa *online Food Delivery*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan, serta sebagai salah satu upaya pengembangan ilmu di bidang pemasaran, khususnya

mengenai preferensi konsumen dalam memilih jasa *online food delivery*. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai topik yang sejenis.

1.5.2 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu memberikan informasi kepada pengguna dan penyedia layanan jasa *online food delivery* mengenai preferensi masyarakat dalam memilih dan menggunakan layanan *online food delivery*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Gambaran umum mengenai penulisan hasil penelitian dituliskan dalam sistematika tugas akhir berikut ini.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi pemaparan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab II berisi pemaparan mengenai teori terkait penelitian secara umum ke khusus, dilanjutkan dengan penelitian terdahulu dan pembuatan kerangka pemikiran, serta hipotesis apabila diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisi pemaparan mengenai pendekatan metode dan Teknik analisis data yang digunakan untuk pengumpulan data yang berisikan uraian tentang jenis penelitian, operasional variabel yang digunakan, populasi, sampel, pengumpulan data, uji validitas, uji reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi penjelasan mengenai hasil dan pembahasan. Pada bab ini terdiri atas dua bagian, yaitu bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi kesimpulan yang merupakan hasil jawaban dari pertanyaan penelitian yang kemudian dijadikan sebagai saran yang berkaitan dengan manfaat dari penelitian ini.