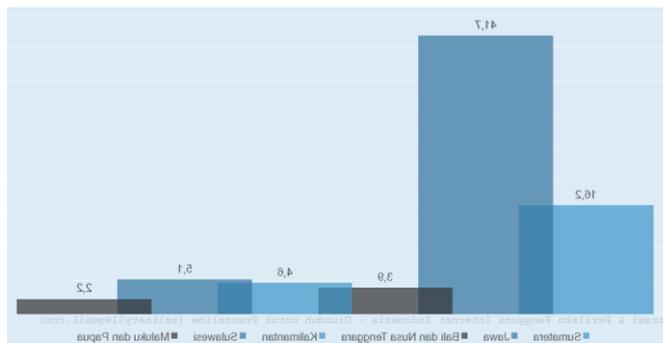


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum

Perkembangan pesat dan penggunaan *Artificial Intelligence* yang dulunya merupakan tren di kalangan generasi muda, menjadi diterima secara luas oleh semua kalangan masyarakat. Dalam konteks penelitian, sebuah teknologi disebut sebagai 'pintar' ketika itu adalah perangkat atau sistem elektronik yang dapat terhubung ke internet dan digunakan secara interaktif (Foroudi et al., 2018).



Gambar 1.1 Pengguna Internet Tiap Pulau di Indonesia

Pulau Jawa merupakan wilayah dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Indonesia menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 seperti pada Gambar 1.1. Pemerintah Indonesia sedang mengembangkan konsep *digital province* dengan inti teknologi komunikasi informasi (kegiatan TIK). Dengan masyarakat yang menjadi lebih paham dengan teknologi dan internet, masyarakat sekarang memiliki kesempatan untuk merasakan layanan efisien yang disediakan oleh perusahaan. Tren ini mengakibatkan konsumen mengharapkan layanan yang baik, lebih responsif, dan efisien. Penciptaan *customer experience* yang unggul diharapkan menjadi salah satu tujuan penting dalam lingkungan perusahaan baik *offline* atau *online* (Roy et al., 2017).

#### 1.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Go Food adalah layanan aplikasi Gojek yang menawarkan pesan antar makanan. Go Food menyajikan makanan dan minuman dan bermitra dengan

berbagai industri makanan dan minuman untuk menyajikan makanan dan minuman, menarik dan melayani banyak mitra pengemudi. (Arviollisa et al., 2021)

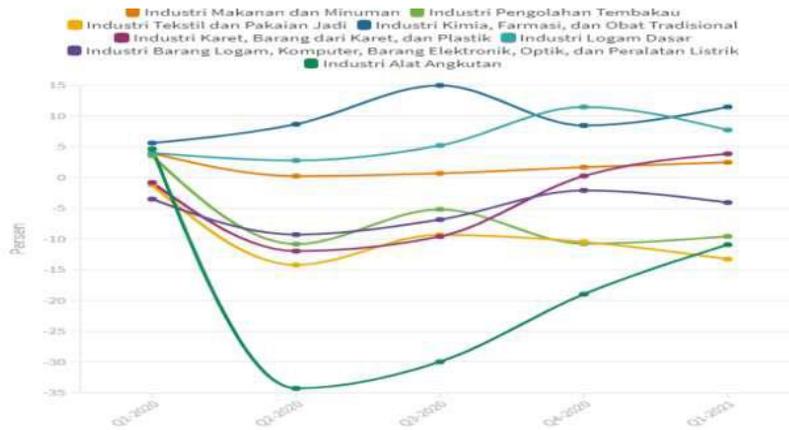
Pada tahun 2015 Gojek meluncurkan layanan aplikasi pesanan makananan berbasis online dengan nama GoFood. Pemesanan makanan menggunakan Go Food dapat dilakukan konsumen dengan memilih makanan atau minuman yang ingin dibeli. Selanjutnya, pedagang menyiapkan makanan. Ketika makanan sudah siap, pengemudi menerima makanan dan mengantarkannya ke konsumen. Pembayaran dapat dilakukan melalui sistem cash on delivery atau Go Pay.

### **1.1.2 Fitur dan Promosi Go Food**

Saat ini, Go Food telah menawarkan beberapa fitur sejak pertama kali dirilis. Artinya, makanan diantar langsung ke mitra pengemudi, ditawarkan langsung dengan diskon atau gratis ongkos kirim, kupon tersedia, pilihan menu beragam, dan banyak retailer dan restoran unggulan. Go Food juga mempromosikan penggunaan platform media sosial yang menggunakan iklan dan media sosial untuk menawarkan promosi kepada penggunanya.

### **1.2 Latar Belakang Penelitian**

AI dalam bisnis membuat kesempatan besar dalam bidang pemasaran karena seiring dengan semakin matangnya AI memudahkan pelaku bisnis untuk mengenali dan memahami konsumen. (Holmlund et al., 2020). Dalam perkembangan teknologi, tersebut pelanggan dan bisnis yang ada harus dapat beradaptasi dengan kecepatan pertumbuhan yang sangat cepat. Munculnya pasar online dapat menciptakan peluang pemasaran yang signifikan bagi pengecer dan penyedia layanan logistik, meningkatkan pembelian dan penjualan, serta memberikan kontrol lebih besar kepada penyedia layanan logistik. (Daqar & Smoudy, 2019)



Gambar 1.2 Pertumbuhan Industri Pengolahan dan Makanan-Minuman (Kuartal 1)

Sumber : katadata.co.id (2021)

Menurut penelitian dan survey yang dilakukan seperti katadata pada tahun 2021 pada Gambar 1.2, industri makanan dan minuman dinilai memiliki tingkat kestabilan paling baik sejak dimulainya pandemi COVID-19. Industri makanan dan minuman dinilai dapat beradaptasi dengan cepat mengikuti perkembangan digital seperti Go Food dengan memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence. GoFood menjadi salah satu layanan jasa terbesar di Indonesia, dan layanan GoFood yang ditawarkan memberikan pilihan baru yang menarik bagi masyarakat Indonesia. AI dalam sistem Go Food menyederhanakan pemilihan mitra driver yang tepat untuk memenuhi pesanan konsumen, mengidentifikasi lonjakan harga yang memenuhi kriteria penawaran dan permintaan, serta merekomendasikan Go Food. Go Food ingin menggunakan AI untuk membangun pengalaman pelanggannya sendiri dalam waktu dan biaya yang lebih sedikit.



Gambar 1.3 Aplikasi Pesan Antar Makanan Terpopuler (748 responden)

Sumber : Foodizz dan Deka Insight (2021)

Pada sumber data Foodizz dan Deka Insight telah tertera melalui survey, yang menunjukkan Go Food menjadi pilihan utama aplikasi pesan antar di dalam masyarakat. Berhubungan dengan persepsi konsumen, yang memiliki persepsi berbeda tiap orangnya atas kualitas pelayanan dengan hasil yang didapat. Apabila kualitas layanan tersebut baik, maka konsumen merasa puas dan sebaliknya (Ariyanti & Wr, 2015).

Namun melihat beberapa fenomena di berita dan penelitian terdahulu, ditemukan konsumen masih mengalami beberapa gangguan dalam menggunakan fitur Go Food, termasuk proses yang diselesaikan dengan AI. Dilansir dari Kompas, menurut (Butarbutar & Simatupang, 2021) banyak pengguna Go Food yang sering mengalami gangguan, sehingga pengguna Go Food dan mitra *driver* merasa kesulitan dan tidak puas dengan pelayanannya. Dilansir dari Kompas (Layanan Gofood, 2020) terdapat beberapa kasus terjadinya kesalahan pemesanan baik antara pihak konsumen dengan mitra driver yang membuat kedua belah pihak merasa tidak puas dengan pelayanan dalam Go Food, seperti pada kasus dimana konsumen memesan makanan dan mitra driver tidak menerima pesanan Go Food, sehingga konsumen menunggu lama tanpa adanya konfirmasi dan pada akhirnya pesanan ditolak dan tak dapat dilanjutkan. Kasus-kasus seperti ini dapat merugikan kedua belah pihak, sehingga apabila Go Food ingin menjadi pilihan utama jasa pesan antar bagi konsumen maka layanan yang ditawarkan harus mudah digunakan semua kalangan dan memiliki kepastian dalam transaksi (Cahayani, 2021).

Berdasarkan penggambaran latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini hendak mengkaji pengaruh penerapan *Artificial Intelligence* terhadap *Smart Customer Experience* GoFood.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan primer di dunia ini. Masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk memastikan akses mudah ke layanan digital. Semakin banyak perusahaan mulai menggunakan *Artificial Intelligence* yang cerdas untuk berkomunikasi dengan cepat dengan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi dengan kesiapan masyarakat dalam beradaptasi menghadapi cepatnya

perkembangan teknologi yang disebut *Technology Readiness*, dimana setiap orang memiliki ciri-ciri kepribadian dari individu terkait terhadap penggunaan teknologi mereka.

Dengan memperhatikan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *Artificial Intelligence* dan *Smart Customer Experience* pada aplikasi GoFood?
2. Apakah terdapat pengaruh penerapan *Artificial Intelligence* terhadap *Smart Customer Experience* pada aplikasi GoFood?
3. Seberapa besar pengaruh penerapan *Artificial Intelligence* terhadap pada *Smart Customer Experience* aplikasi GoFood?
4. Bagaimana penerapan *Technology Readiness* terhadap *Artificial Intelligence* dan *Smart Customer Experience* pada aplikasi GoFood?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian masalah dan rumusan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Artificial Intelligence* dan *Smart Customer Experience* pada aplikasi GoFood
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penerapan *Artificial Intelligence* terhadap *Smart Customer Experience* pada aplikasi GoFood
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan *Artificial Intelligence* terhadap pada *Smart Customer Experience* aplikasi GoFood
4. Untuk mengetahui penerapan *Technology Readiness* terhadap *Artificial Intelligence* dan *Smart Customer Experience* pada aplikasi GoFood

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini akan digunakan untuk menguji dan melihat dampak penggunaan AI dalam meningkatkan customer experience dalam menggunakan jasa layanan fitur dari Go Food. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan bagi studi dan penelitian di masa depan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dalam pengetahuan

teknologi informasi mengenai AI yang kedepannya menjadi basic atau hal yang umum digunakan oleh para pemilik bisnis atau platform digital.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berikut adalah sistematika yang disusun oleh penulis untuk penulisan skripsi. Ini terdiri dari lima bab yang saling berhubungan. Sistem penulisannya adalah sebagai berikut:

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan gambaran tentang topik penelitian, latar belakang fenomena penelitian, masalah berdasarkan latar belakang, keuntungan teoritis dan praktis dan tujuan penelitian penelitian, dan garis besar sistem deskriptif.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang teori, kerangka penelitian dan hipotesis tentang topik yang dibahas.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan teknik untuk mengumpulkan dan menganalisis wawasan yang dapat memecahkan masalah.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil survei dan pembahasan dipaparkan secara sistematis sesuai dengan pertanyaan dan tujuan penelitian serta disajikan dalam subjudul tersendiri. Bab ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama menyajikan hasil dan bagian kedua penjelasan atau analisis hasil. Setiap aspek pembahasan harus dimulai dengan hasil, interpretasi dan kesimpulan dari analisis data.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memberikan kesimpulan untuk menjawab pertanyaan survei. Dan itu merupakan indikasi kegunaan penelitian.