

# Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Layanan Online GoFood Di Sidoarjo

Oleh:

Devina Finny Meitasari (182022000109)

Kukuh Sinduwiatmo

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



# Pendahuluan

- Dengan adanya jasa transportasi online, manusia menjadi sangat mudah untuk berpergian ke suatu tempat dengan waktu yang sangat efisien dan dapat dengan mudah mengetahui lokasi tujuan yang akurat dan menemukan serta menentukan kendaraan yang ingin digunakan. Saat ini hampir setiap manusia telah merasakan manfaat jasa transportasi online (ojek online), karenanya tidak sedikit masyarakat lebih memilih menggunakan jasa transportasi online daripada jasa transportasi konvensional seperti ojek pangkalan, taksi, dll.
- Hal tersebut disebabkan karena disamping memudahkan konsumen untuk memesan transportasinya, juga harga yang ditawarkan lebih murah dan pasti daripada transportasi konvensional, serta tawaran yang disajikan dalam aplikasi jasa transportasi online lebih banyak dan beragam seperti salah satunya pilihan metode pembayaran.
- Di Indonesia sendiri terdapat beberapa jasa transportasi online yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti Gojek, Grab, Maxim, Okejek, dll. Namun salah satu jasa transportasi online yang cukup diminati dan populer dikalangan masyarakat adalah Gojek.
- Saat ini aplikasi Gojek cukup diminati oleh masyarakat Indonesia, salah satu yang menjadi ketertarikan masyarakat untuk menggunakan Gojek adalah dimana aplikasi Gojek telah masuk hampir ke seluruh wilayah perkotaan di setiap wilayah Indonesia dengan teknologi yang super canggih, dimana masyarakat cukup dengan menggunakan smartphone dan mengunduh aplikasi, maka masyarakat langsung dapat menggunakannya. Selain itu juga Gojek terus melakukan upaya upgrading yang selalu mengikuti perkembangan dan kebutuhan masyarakat.

# Pendahuluan

- Karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia dan budaya masyarakat Indonesia yang ingin instan, oleh karena itu Nadiem Makarim sebagai CEO dari Gojek menambahkan fitur baru dalam aplikasi Gojek yaitu GoFood. Dimana masyarakat dapat memesan makanan lewat aplikasi gojek tanpa perlu keluar rumah, tentunya hal tersebut semakin membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari.
- Tahun 2020 dimasa covid – 19 hampir seluruh masyarakat merasakan dampaknya, dan tidak sedikit masyarakat Sidoarjo yang di anjurkan WFH sehingga mereka kesulitan untuk melakukan kegiatan sehari – hari, yang biasanya masyarakat dengan mudah untuk belanja kebutuhan sehari – hari atau membeli makan diluar, namun sejak covid hal tersebut menjadi sangat terbatas. Dengan adanya Gojek telah menjadi solusi dalam memenuhi gaya hidup yang praktis bagi masyarakat Sidoarjo, dimana konsumen cukup dengan memesan makanan, maka driver akan langsung mengantarkan makanan yang di pesan ke alamat tujuan konsumen.
- Kehadiran Gojek di Sidoarjo telah mengikuti gaya hidup dan budaya masyarakat Sidoarjo yang menginginkan segala sesuatu secara instan, termasuk dalam hal makanan.
- Layanan yang diberikan dalam aplikasi GoFood membuat konsumen merasa terbantu dalam memesan makanan, baik itu dari kualitas layanan dalam hal efisiensi waktu, pelayanan terhadap konsumen, maupun pelayanan yang lainnya.

# Pendahuluan

## PENELITIAN TERAKHIR

Nurbayati (2019) menyatakan bahwa hampir 90% masyarakat Indonesia menggunakan platform GoFood karena memudahkan manusia dalam memesan makanan, dengan menghindari kemacetan, dan tidak perlu keluar rumah atau kantor, selain itu pilihan makanan yang ditawarkan cukup beragam, sehingga pengguna dapat memilih secara bebas makanan yang ingin dipesan dan dengan waktu yang cukup cepat. Dimana layanan yang diberikan dalam platform GoFood membuat konsumen merasa terbantu dalam memesan makanan, baik dari kualitas layanan dalam hal efisiensi waktu, pelayanan terhadap konsumen, maupun pelayanan lainnya.

## TUJUAN JURNAL

Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen tentang kualitas layanan online GoFood di Sidoarjo. Melalui penelitian ini dapat diketahui apa yang menjadi persepsi dari konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh GoFood.

# Metode Penelitian

- Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan subjek penelitian yaitu persepsi konsumen dan objek penelitian yaitu layanan online GoFood di Sidoarjo.
- Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling.
- Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi dan wawancara yang dilakukan dengan informan.

# Pembahasan dan Hasil

## PEMBAHASAN

Kualitas layanan berarti penyampaian layanan yang baik atau sangat baik, bila dibandingkan dengan harapan konsumen. Wyckof mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi harapannya. Pada dasarnya kualitas layanan akan berdampak langsung terhadap kepuasan konsumen, oleh karena itu kualitas layanan menjadi bagian yang sangat penting untuk penyedia jasa antar makanan seperti GoFood.

Faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen pada kualitas layanan GoFood antara lain adalah hemat waktu, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk mengantri di restoran. Di era sekarang masyarakat menginginkan yang serba instan dan cepat untuk kebutuhan sehari – harinya. Gojek menjanjikan bahwa mereka akan mengantarkan makanan ke pelanggan tepat waktu.

# Pembahasan dan Hasil

Selain itu, pembayaran di GoFood sangat praktis, bisa menggunakan e-wallet milik Gojek sendiri yang bernama GoPay, sehingga konsumen tidak perlu memberikan uang fisik kepada driver Gojek. Prioritas yang diutamakan oleh GoFood adalah memberikan kemudahan dan keamanan bagi konsumen untuk menjelajahi semua makanan dan minuman yang disediakan di aplikasi GoFood.

Harga juga menjadi indikator yang nyata yang digunakan oleh konsumen dalam keputusan pembelian. Bagi seorang konsumen yang sensitive dengan harga akan menganggap harga sebagai pertimbangan utama dalam keputusan penggunaan platform GoFood. Jika semakin banyak penghematan harga pada layanan GoFood, maka akan semakin cenderung konsumen untuk memilih dan tertarik dalam menggunakan aplikasi tersebut, karena mereka akan mendapatkan lebih banyak penghematan biaya dalam membeli makanan yang diinginkan.

## Hasil

Hasil wawancara dengan informan, platform GoFood lebih banyak memberikan tawaran promosi harga, oleh karena itu tidak sedikit masyarakat di Sidoarjo masih menggunakan aplikasi Gojek dengan layanan GoFood. Dengan menggunakan layanan GoFood, konsumen dapat menikmati lebih banyak penawaran promosi dan menghemat lebih banyak uang yang dihabiskan untuk makanan. Seringkali pengguna platform OFD pertama akan mencari aplikasi mana yang menawarkan penghematan harga baik melalui diskon atau gratis ongkir, dan secara umum konsumen lebih banyak memilih platform dengan tawaran harga yang rendah. Oleh karena itu, untuk mendapat keuntungan yang optimal dengan penjualan yang tinggi, gofood menetapkan harga yang terjangkau bagi konsumen, memberikan potongan harga dengan jumlah pembelian yang minimal, agar konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh gofood sesuai dengan kualitas yang diberikan dan keuntungan yang diperoleh juga sesuai dengan biaya.

# Kesimpulan dan Saran

## Kesimpulan

Kualitas layanan merupakan bagian yang terpenting bagi pelaku usaha. Kualitas layanan akan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap suatu produk. Keberadaan gofood sudah banyak dirasakan oleh seluruh rakyat Indonesia tidak terkecuali di daerah sidoarjo. Adapun Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih gofood yaitu layanan yang diberikan oleh gofood lebih hemat waktu dan cepat, dimana waktu pemesana makanan sesuai dengan ketentuan aplikasi. Selain itu, di platform lebih banyak memberikan diskon dan gratis ongkir sehingga lebih menghemat biaya pengeluaran. Diskon dan gratis ongkir menjadi daya tarik konsumen untuk menggunakan aplikasi gojek dalam memesan makanan secara online. Faktor lain yang mempengaruhi persepsi konsumen karena banyaknya mitra gofood yang melakukan kerjasama dengan restoran dan pelaku usaha makanan yang lain, sehingga konsumen dapat lebih banyak memilih makanan yang diinginkan tanpa keluar rumah, dengan melakukan kerjasama dengan restoran tentunya menjadi daya tarik konsumen dalam memesan makanan.

# References

- [1] S. Yoga S, "Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia dan Perkembangan Teknologi Komunikasi," *J. Al-Bayan*, vol. 24, no. 1, pp. 29–46, 2018.
- [2] A. Aziah and P. Rabita Adawia, "Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)," *Cakrawala; J. Hum. Bina Sarana Inform.*, vol. 18, no. 2, pp. 149–156, 2018.
- [3] R. Mohammad Azka, "Hasil Survei : Masyarakat Pilih Ojol dan Taksol Ketimbang Transportasi Umum," *Bisnis.com*, 2019. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190730/98/1130523/hasil-survei-masyarakat-pilih-ojol-dan-taksol-ketimbang-transportasi-umum> (accessed Mar. 07, 2023).
- [4] P. Fakhriyah, "Pengaruh Layanan Transportasi Online (Gojek) Terhadap Perluasan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat di Kota Cimahi," *J. Comm-Edu*, vol. 3, no. 1, pp. 34–41, 2020.
- [5] N. Nuriman Jayabuana, "125.000 Gerai Bergabung di Go-Food," *Bisnis.com*, 2018. <https://teknologi.bisnis.com/read/20180109/105/724877/125.000-gerai-bergabung-di-go-food> (accessed Jan. 24, 2023).
- [6] Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, *Statistik Daerah Kabupaten Sidoarjo 2018*. Kabupaten Sidoarjo: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, 2018.
- [7] Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo, *Indikator Ekonomi Kabupaten Sidoarjo Tahun 2021*. Kabupaten Sidoarjo: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo, 2021.
- [8] R. Buggy, N. Diana, R. Koesdijarto, V. Adi, and S. Hermawan, "Studi Etnografi tentang Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online di Sidoarjo," *J. Manaj. dan Bisnis Sriwij.*, vol. 18, no. 2, pp. 121–132, 2020.
- [9] S. Sadya, "Survei Indef: Gojek Pimpin Pasar Ojek Online di Indonesia," *DataIndonesia.id*, 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/survei-indef-gojek-pimpin-pasar-ojek-online-di-indonesia> (accessed Mar. 06, 2023).
- [10] Nurbayti, "Tren Pengguna Aplikasi Go-Food di Era Digital (Studi Fenomenologi Pengguna Go-Food di Universitas Amikom Yogyakarta)," *J. Komunikasi, Masy. dan Keamanan*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2019.

# References

- [11] A. Rizko Yulianto, "Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *J. Ekon.*, vol. 20, no. 2, pp. 241–258, 2018.
- [12] D. Sulaesih Mursyidah, "Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Showroom X Kota Bandung," *MBIA; J. Manag. Business, Account.*, vol. 20, no. 03, pp. 222–234, 2021.
- [13] S. Alim and Z. Alpian Muhtarom, "Persepsi Wisatawan Tentang Kualitas Kenyamanan (Studi Kasus di Kawasan Mandalika)," *Muslimpreneur*, vol. 3, no. 1, pp. 1–21, 2023.
- [14] I. Wayan Gede Andy Wirawan and A. A. N. Eddy Supriyadinata Gorda, "Persepsi Pemilik Usaha Terhadap Sistem Go-Send dan Go-Food," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, pp. 44–57, 2019.
- [15] F. Liska Octaviani and E. Ruddy Cahyadi, "Persaingan Platform Digital Layanan Pesan Antar Makanan di Provinsi DKI Jakarta," *J. Apl. Manaj. dan Bisnis*, vol. 8, no. 3, pp. 973–984, 2022.
- [16] Jamaludin, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk Kuota IM3 Ooredoo di Kota Banjarmasin," *At-Tadbir; J. Ilm. Manaj.*, vol. 4, no. 1, pp. 69–80, 2020.
- [17] L. Rono Pradopo and R. Muhammad Adhiansyah, "Analisis Strategi Kualitas Pelayanan Untuk Peningkatan Rasa Kepuasan Konsumen Pada PT Gojek (Studi Kasus Pelayanan Go Food)," *JISAMAR; J. Inf. Syst. Appl. Manag. Account. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 27–32, 2019.
- [18] I. Setyawan, R. Laksono, and J. Robert Gultom, "Kualitas Layanan Last-Mile Delivery: Studi Komparasi Dua Layanan Pesan-Antar Makanan," *JIUBJ; J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, vol. 22, no. 3, pp. 20150–2060, 2022.
- [19] H. Z. Abdussamad and M. S. SIK, *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press, 2021.
- [20] S. Lungsa and M. Ruslianor Maika, "Pengembangan Layanan Aplikasi Go-Jek Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," *Infomatek*, vol. 23, no. 1, pp. 7–20, 2021.

# References

- [21] V. Wilistyorini and H. Sussanto, "The Effect of Product Quality, Service Quality, Price, And Trust on Purchase Decisions (Case Study on Shopeefood Users)," *IJME; Int. J. Manag. Econ.*, vol. 1, no. 3, pp. 01–12, 2022.
- [22] N. Yulia, "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan," *Pros. Manaj. Komun.*, vol. 4, no. 2, pp. 517–523, 2018.
- [23] O. Gaberamos and L. Henry Pasaribu, "The Effect Of Information Quality, Customer Experience, Price, And Service Quality On Purchase Intention By Using Customer Perceived Value As Mediation Variables (Study On Gofood Applications On The Millenial Generation)," *J. Mantik*, vol. 5, no. 4, pp. 2470–2480, 2022.
- [24] S. Tua Hasibuan, Z. Musannip Efendi Siregar, and A. Harahap, "The Effect of Service Quality, Price, Customer Satisfaction on Purchase Decisions at Usman Wholesale," *Budapest Int. Res. Critics Inst. J.*, vol. 5, no. 1, pp. 6232–6242, 2022.
- [25] P. Wantara and K. Khotimah, "Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Madura Pada Galery Pesona Bangkalan," *Eco-Enterpereneurship*, vol. 7, no. 1, pp. 64–75, 2021.

