



## BAB I

### PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan berbagai jenis teknologi yang begitu sangat pesat ditengah era globalisasi saat ini telah memberikan banyak sekali dampak dan manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek sosial. Hal ini disebabkan karena dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih dan cepat sehingga menjadikan kemajuan dalam berbagai aspek yang dapat dengan mudah diakses melalui internet (Disperkimta, 2018).

Kemajuan internet sangat mempermudah masyarakat dalam mengakses apapun salah satunya untuk mendapatkan informasi, mengetahui perkembangan dunia dan mencari data, serta fungsi lainnya yaitu seperti yang di kemukakan oleh (Rhani, 2020) bahwa manfaat internet adalah sebagai sarana konektivitas/komunikasi, mengakses informasi/pengetahuan, alamat dan pemetaan serta sebagai sarana hiburan, tujuannya yaitu agar dapat memudahkan dalam hal pemenuhan aktifitas bisnis maupun aktifitas manusia setiap harinya. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi memberi dampak pada kebiasaan dan gaya hidup masyarakat saat ini yang mengarah kepada kebutuhan praktis dan serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang cukup tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Masyarakat saat ini cenderung lebih menyukai sesuatu yang bersifat instan dan praktis, dimana salah satu bentuknya adalah memesan makanan melalui aplikasi layanan *food delivery*. Bahkan, setiap tahunnya layanan *food*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



*delivery* di Indonesia semakin maju dan berkembang karena disertai dengan permintaan yang juga terus meningkat serta pada wilayah negara asia tenggara, Indonesia menduduki peringkat 1 sebagai negara yang memiliki tingkat pengguna layanan antar makanan tertinggi yang ditandai dengan nilai GMV (*Gross Merchandise Volume*) pesan antar makanan terbesar di wilayah asia tenggara yaitu sebesar 3,7 miliar dollar AS (Jayani, 2021).

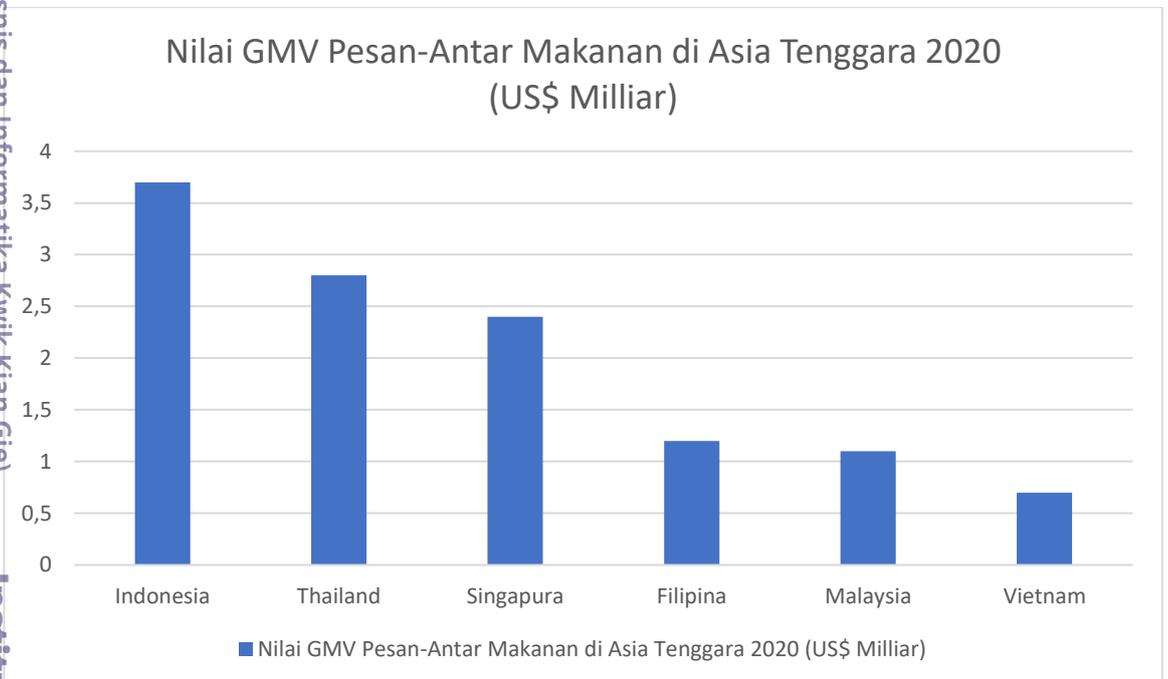
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Gambar 1. 1**

**Data Nilai GMV Pesan Antar Makanan di Asia Tenggara (2020)**



Sumber: Jayani, 2021

Dahulu layanan *food delivery* sudah merambah keseluruhan kota-kota besar diseluruh wilayah indonesia, akan tetapi sistem pemesanannya masih menggunakan sistem konvensional yaitu dengan menghubungi pihak restoran dengan menelepon untuk pemesanan makanan dan melakukan pemesanan makanan dengan minimal order tertentu, baru konsumen bisa menggunakan layanan jasa *food delivery* yang ditawarkan dari restoran tersebut. Namun saat ini, mulai bermunculan perusahaan-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

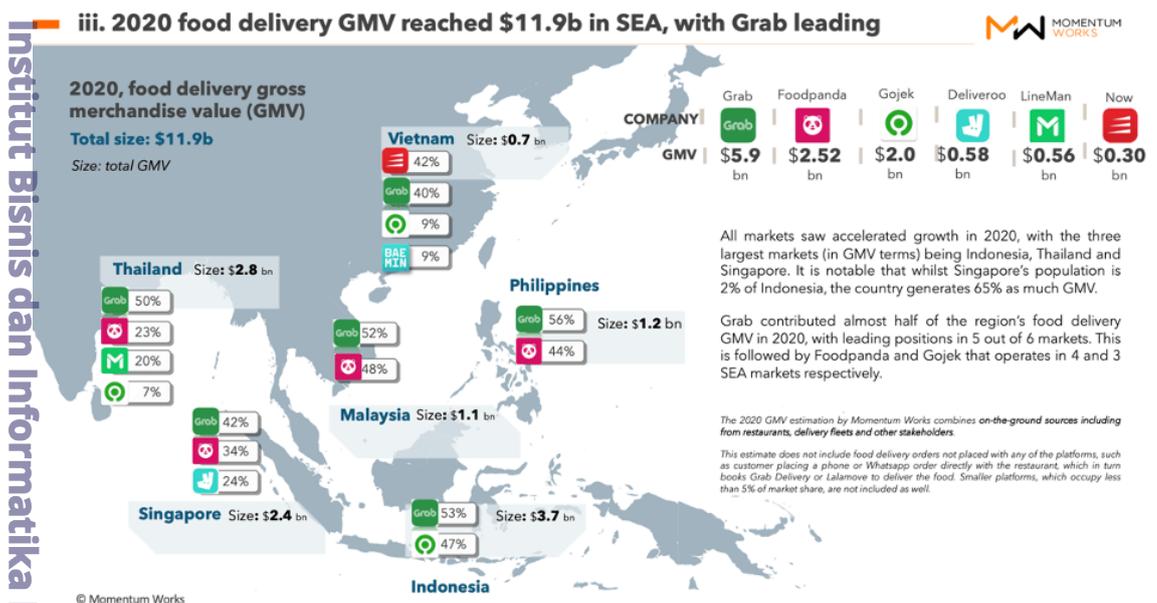


perusahaan yang sudah mulai mengadopsi cara baru agar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal layanan antar makanan, salah satunya adalah perusahaan Grab dan Gojek. Pada awalnya, perusahaan Grab dan Gojek merupakan perusahaan yang menawarkan layanan antar jemput penumpang. Akan tetapi, pada awal pandemi masuk ke Indonesia, layanan tersebut makin berkurang dalam segi pendapatan karena banyaknya pegawai kantor maupun anak sekolah yang dirumahkan, sehingga itu yang membuat perusahaan Grab dan Gojek memaksimalkan penghasilannya dengan memanfaatkan fitur GrabFood (Grab) dan GoFood (Gojek).

Mengutip sumber data dari (Jayani, 2021) yang menyatakan bahwa layanan pesan antar makanan di Indonesia pada tahun 2020 dipimpin oleh kedua perusahaan *e-commerce* besar yaitu Grab dengan 53% dari 3,7 miliar dollar AS dan kemudian Gojek dengan 47% dari 3,7 miliar dollar AS, dengan begitu Grab merupakan *market leader* dalam layanan pesan antar makanan di Indonesia.

Gambar 1. 2

Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan 2020



Sumber: Momentumworks, 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Media internet saat ini telah menjadi salah satu bagian terpenting khususnya

bagi perusahaan dalam hal untuk menjalankan kegiatan dan aktivitas bisnisnya. Pada umumnya perusahaan menggunakan media internet untuk membantu memasarkan produknya agar bisa semakin dikenal dan lebih bisa menjangkau para konsumen lebih luas lagi dan menyeluruh. Berdasarkan sumber survei yang dilakukan (Kusnandar, 2021) yang menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta per Maret 2021 atau sebesar 76,8% dari 276,3 juta populasi masyarakat yang ada di Indonesia. Dengan jumlah tersebut, Indonesia menduduki di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia, yang pada urutan pertama diduduki oleh Tiongkok dengan jumlah pengguna internet mencapai 989,08 juta, sedangkan di urutan kedua yaitu India dengan 755,82 juta pengguna. Berikut data pengguna internet terbanyak di negara asia/ Maret 2021 adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

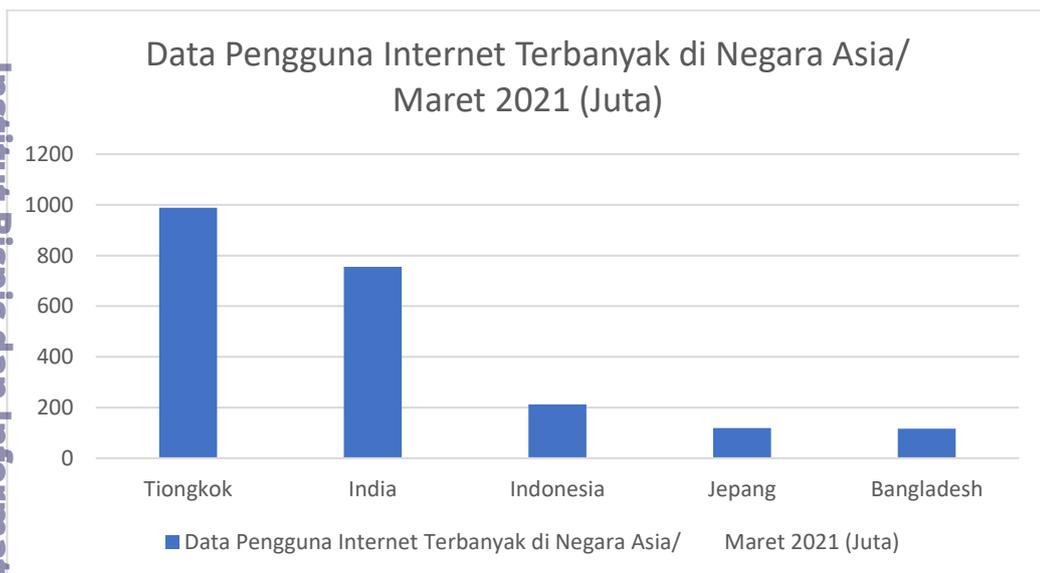
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Gambar 1. 3**

**Pengguna Internet Terbanyak di Asia**



Sumber: Internetworldstats.com, 2021

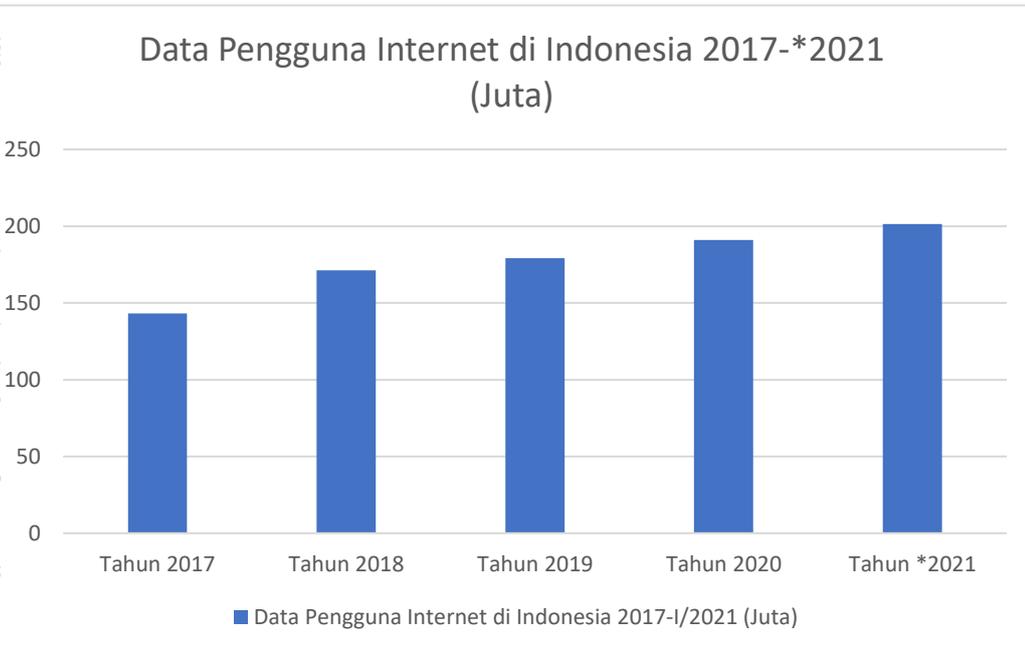


Berikut data survei pengguna internet di Indonesia yang dilakukan oleh (Wolf, 2021)

dari tahun 2017 hingga proyeksi 2021 adalah sebagai berikut:

**Gambar 1. 4**

**Pengguna Internet di Indonesia 2017-\*2021**



Sumber: Wolf (2021)

Salah satu perusahaan *E-Commerce* unicorn yang menawarkan jasa layanan *Food Delivery* di Indonesia yaitu Shopee. Pada awalnya Shopee merupakan salah satu bisnis elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura di bawah naungan perusahaan SEA GROUP atau yang sebelumnya biasa dikenal dengan GARENA. Pada mulanya, Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura sebagai marketplace yang memiliki sistem bisnis *consumer to consumer* (C2C). Semakin berkembangnya jaman dan teknologi, Shopee beradaptasi dengan lingkungan bisnis sekitar dengan melihat peluang dari para pesaingnya yang sukses dari layanan *food delivery* yaitu Gofood dan Grabfood, dan pada akhirnya Shopee resmi memperkenalkan dan meluncurkan layanan *food delivery* berbasis aplikasi miliknya yang di beri nama ShopeeFood (Anggreini, 2021). ShopeeFood merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* yang memudahkan masyarakat dalam melakukan pemesanan makanan atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



minuman tanpa harus datang langsung atau menunggu lama di restoran hanya dengan menggunakan aplikasi yang dapat di unduh dari smartphone. Layanan ShopeeFood sendiri sebenarnya sudah dikenalkan di Indonesia sejak April 2020 dan baru resmi beroperasi dengan melakukan perekrutan banyak sekali mitra pengemudi yang akan bermitra dan bekerja sama dengan ShopeeFood pada tahun 2021 (Anggreini, 2021). ShopeeFood akan menjadi *new challenger* bagi perusahaan Gojek dan Grab yang sudah terlebih dahulu memasuki bidang layanan antar makanan, selain itu ShopeeFood juga menjadi *E-Commerce* pertama di Indonesia yang memiliki layanan pesan-antar makanan sendiri.

Kualitas Layanan merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah perusahaan khususnya perusahaan jasa, seperti yang telah dikemukakan oleh Makanyeza dan Chikazhe dalam Triandewo dan Yustine (2020:14) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa jika kualitas layanan semakin baik, maka pelanggan yang loyal akan semakin banyak juga. Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang mana kualitas layanan sangatlah dipertimbangkan oleh calon konsumen pada saat memilih merek jasa mana yang akan digunakan, oleh sebab itu perusahaan yang khususnya menawarkan bidang jasa harus benar-benar teliti dan memperhatikan standar layanan yang berjalan diperusahaan agar dapat melayani konsumen secara maksimal sesuai dengan standar operasional perusahaan yang sudah ada.

Pada variabel keputusan pembelian konsumen, kualitas dari pelayanan merupakan prioritas penting bagi perusahaan, untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya karena kualitas layanan memiliki pengaruh yang cukup signifikan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, hal ini diperkuat dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Saputra dan Ardani (2020:2596) yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dan signifikan secara langsung dengan keputusan pembelian.

*Digital Marketing* merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena *digital marketing* merupakan mekanisme komunikasi dengan memanfaatkan platform yang dapat membantu memperkuat fungsi yang ada didalam perusahaan karena dapat membantu perusahaan agar bisa terhubung dengan konsumen (Aisy, 2021:3). Selain itu, keuntungan yang didapat apabila sebuah perusahaan menerapkan *digital marketing* yaitu dapat menciptakan citra merek yang baik, nilai positif dimata pelanggan, meningkatkan *brand awareness* dan juga dapat mengumpulkan informasi secara efektif dan efisien (Wijoyo et al., 2020:36). ShopeeFood merupakan salah satu perusahaan yang sudah memanfaatkan *digital marketing* dalam pemasarannya salah satunya yaitu menggunakan platform *media social*, hal ini dilakukan ShopeeFood agar bisa menjangkau konsumen lebih luas dalam mempromosikan layanannya, serta menarik *engagement* dari masyarakat melalui konten-konten promosi dan diskon yang ditawarkannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.5

Iklan Youtube ShopeeFood



Sumber: Youtube SHOPEE Indonesia

Gambar 1.6

Iklan Instagram ShopeeFood



Sumber: Instagram @shopeefood\_id

ShopeeFood disini bergerak dalam bidang layanan pengantaran makanan berbasis *online* yang dikemas dalam sebuah aplikasi, pada awalnya ShopeeFood masih bekerja sama dengan Grab dan Gojek dalam jasa *pick up* dan mengirim

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



makanan ke *customer*, dan sekarang ShopeeFood sendiri sudah mulai melakukan perekrutan mitra drivernya pada 25 November 2020. Shopee disini cukup serius dalam hal mengembangkan layanan aplikasi pengantaran makanannya yang ditandai dengan kerja sama perusahaan dengan para mitra driver. Pada akhirnya ShopeeFood resmi sudah mulai beroperasi pada awal tahun 2021 dan beroperasi pertama kalinya di wilayah Jakarta (Jayani, 2021)

Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis tertarik dan berkeinginan untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian ShopeeFood khususnya di Jakarta dan menuangkannya ke dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian makanan melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood di Jakarta”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibahas di atas, maka penulis ingin mengklarifikasikan beberapa masalah yaitu:

1. Apakah internet dapat memengaruhi perkembangan layanan pengantaran makanan?
2. Apakah penggunaan *digital marketing* dapat menjamin berhasilnya sebuah aplikasi layanan pengantaran makanan?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood di Jakarta?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood di Jakarta?



### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang penulis sudah tentukan dan tuliskan, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada:

1. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood di Jakarta?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood di Jakarta?

### 1.4 Batasan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah ShopeeFood
2. Subjek penelitian adalah masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi layanan ShopeeFood
3. Wilayah penelitian berlokasi di Jakarta
4. Periode penelitian mulai November 2021-February 2022

### 1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah *Digital Marketing* dan Kualitas Layanan dapat memengaruhi Keputusan Pembelian makanan melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood di Jakarta”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan ShopeeFood Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai masukan untuk mempertimbangkan dalam penyusunan rencana pemasaran yang berkaitan dengan *E-Commerce* dan pengembangan kualitas layanan.

2. Bagi Para Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para peneliti lain sehingga dapat menambah wawasan bagi para peneliti lain untuk dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian lainnya yang berkaitan dengan variabel *digital marketing*, kualitas layanan, dan keputusan pembelian.