

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Semuanya menjadi lebih mudah dilakukan karena dunia teknologi terus berkembang menuju digitalisasi. Teknologi modern, khususnya penyebaran media online, sangat bermanfaat bagi masyarakat modern dengan memfasilitasi penyebaran informasi yang cepat. Keberadaan modern tidak akan lengkap tanpa teknologi. Oleh karena itu, munculnya Internet memberikan dampak yang besar bagi masyarakat, termasuk bisnis online.

Banyak sekali perusahaan di Indonesia yang memanfaatkan teknologi untuk bisnisnya. Selain transportasi, Grab dan Gojek telah memperluas penawarannya dengan menyertakan layanan digital lainnya, seperti pesan antar makanan.

Grab-Food was launched in 2016, just one year after Go-Food was introduced in 2015! Ketika virus corona baru masuk ke Indonesia, semua aktivitas seperti bekerja dan sekolah diliburkan dan masyarakat mulai bekerja dari rumah. Sehingga masyarakat membutuhkan sesuatu yang mudah, murah, cepat, dan nyaman. Itulah sebabnya layanan pesan-antar makanan sangat diminati masyarakat.

Gambar 1.1

Logo ShopeeFood 2022



Sumber : Seeklogo 2023

Shopee merupakan aplikasi platform *e-commerce* untuk berbelanja online, di Indonesia Shopee melakukan inovasi dengan meluncurkan layanan pengiriman makanan ShopeeFood pada April 2020 berdasarkan data Katadata.co.id. Layanan ini sama fungsinya dengan layanan pengiriman makanan lainnya.

Pada November 2020 Shopee Food mulai merekrut driver. ShopeeFood mulai beroperasi pada tahun 2021 dan mulai memperluas jangkauannya. Dengan adanya aplikasi pesan antar makanan ini pengguna jasa bisa belanja makanan tanpa harus ke restoran langsung.

Tabel 1.1

Data pengguna Layanan *Food Delivery Online* 2021

Layanan Food Delivery	Popularitas	Pengalaman
Grab Food	100%	92%
Go-Food	100%	90%
ShopeeFood	52%	35%

Sumber : Snapchart Indonesia 2021

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Snapchat Indonesia menunjukkan bahwa ShopeeFood relatif lebih rendah dibandingkan dengan aplikasi lainnya. sebanyak 100% konsumen mengenal GrabFood dan GoFood, sedangkan 52% mengenal ShopeeFood. Data yang sama menunjukkan bahwa masing-masing 92% dan 90% konsumen telah menggunakan aplikasi Grab Food dan GoFood. Saat ini, 35% menggunakan ShopeeFood. Di bawah ini, penulis menyajikan Tabel 1.2 data pengguna layanan pesan antar makanan online 2022.

Tabel 1.2

Data pengguna Layanan *Food Delivery Online* 2022

No	Nama	Go Food%	Grab Food%	Shopee Food%
1	Kenyamanan	5,09	4,97	4,97
2	Keragaman Menu Makanan	5,18	4,97	4,86
3	Keamanan Bertransaksi	5,23	5,15	5,19

Sumber : katadataku.co.id 2022

Dari Tabel 1.2 pada tahun 2022, hasil survei mengesankan bahwa GoFood dari Gojek dinilai terbaik oleh konsumen Indonesia dalam layanan pesan-antar makanan online. Survei ini meminta pendapat responden mengenai tiga aspek utama: kenyamanan, variasi menu, dan keamanan transaksi.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan Shopee Food atau perusahaan manapun yang bergerak di bidang pesan-antar makanan. Bila layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, kualitas layanan dianggap ideal. Namun, jika layanan yang dirasakan lebih buruk dari ekspektasi, maka kualitas layanan dinilai rendah.

Seberapa baik bisnis memenuhi kebutuhan pelanggannya tercermin dalam tingkat layanan yang mereka berikan. Memenuhi dan melampaui harapan pelanggan adalah tujuannya. Menurut Winarso dkk (2023:5), kualitas pelayanan melibatkan penilaian terhadap mutu produk atau jasa dan seberapa baik mereka memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Menyimpulkan definisi dari berbagai ahli, kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang ditujukan kepada pelanggan dan umumnya bersifat tidak berwujud. Kepuasan pelanggan dicapai ketika permintaan diberikan sesuai dengan harapan.

Kualitas pelayanan yang baik berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2019: 227) dalam layanan Shopee Food, faktor-faktor seperti kecepatan pengantaran, keakuratan pesanan, komunikasi yang efektif, proses pemesanan dan pembayaran yang mudah, responsivitas tim dukungan pelanggan, serta kualitas makanan yang dikirim sangat penting.

Kualitas layanan yang unggul sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Layanan dan produk yang berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan keuntungan perusahaan. Mempertahankan perusahaan jasa memerlukan layanan yang lebih baik daripada pesaing serta memenuhi ekspektasi pelanggan.

Shopee Food harus memastikan pesanan pelanggan diproses dengan cepat dan akurat agar makanan tiba tepat waktu dan sesuai harapan. Layanan pelanggan yang responsif dan selalu siap menangani masalah atau pertanyaan sangat penting.

Sistem komunikasi perusahaan yang efektif adalah salah satu alat untuk meningkatkan standar kualitas layanan. ShopeeFood juga harus berkomunikasi secara rutin dengan mitra restorannya untuk memastikan standar kualitas terpenuhi. Pelatihan dan pemantauan mitra pengemudi juga penting untuk memastikan pengiriman dilakukan dengan benar. Kualitas layanan yang unggul membantu ShopeeFood mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi berjangka panjang. Hal ini dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis dan reputasi perusahaan.

Memenuhi kepuasan pelanggan sepenuhnya memang menantang, dan tidak realistis mengharapkan pelanggan yang tidak puas untuk hilang begitu saja. Namun, semua perusahaan harus berupaya keras untuk mengurangi

ketidakpuasan pelanggan dengan terus meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, penting juga bagi perusahaan untuk memperhatikan pelanggan yang tidak puas.

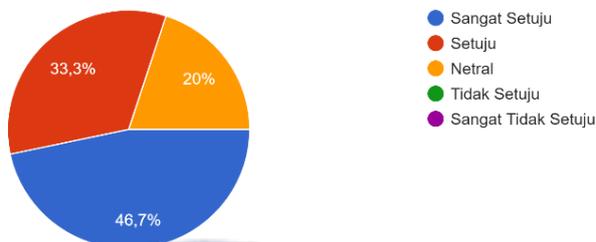
Menurut Fiske (2011 : 2) komunikasi adalah tindakan menyampaikan makna dari satu orang atau sekelompok orang ke orang lain melalui penggunaan bahasa lisan atau tulisan. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk kenyamanan pelanggan. Hal tersebut memberi kenyamanan kepada konsumen dalam berbelanja, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Komunikasi bisnis juga membantu mengurangi risiko transaksi online, seperti mengenai spesifikasi barang yang kosong saat pembelian berlangsung, adanya beberapa driver yang kurang ramah dalam melayani konsumen, adanya kesalahpahaman akibat keterlambatan pengantaran pesanan, kesulitan dalam pembatalan pesanan, dan bahkan salah dalam mengantarkan orderan konsumen.

Penulis melaksanakan penelitian awal dengan mendistribusikan kuesioner melalui Google Form kepada 15 responden di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yang menggunakan aplikasi ShopeeFood. Hasil penelitian awal ini disajikan sebagai berikut:

Gambar 1.2

Apakah anda pernah membeli suatu produk menggunakan aplikasi Shoppe Food?
15 jawaban



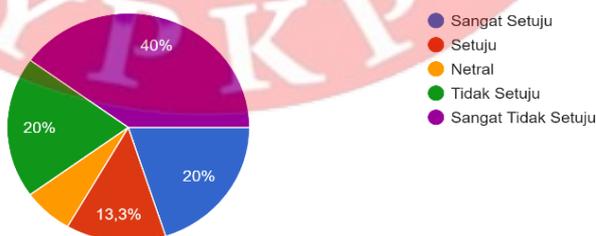
Hasil Penelitian Pendahuluan 2023

Sumber : Peneliti (2023)

Dari hasil gambar, terlihat seluruh responden (15 orang) mengaku pernah membeli produk melalui aplikasi ShopeeFood. Peneliti memilih untuk menggunakan ShopeeFood sebagai platform berdasarkan penelitian pendahuluan peneliti. Karena sebagian besar sampel adalah pengguna aktif, platform dapat mendukung dan menjadi subjek penelitian ini.

Gambar 1.3

Apakah kualitas pelayanan pada aplikasi Shoppe Food sudah maksimal?
15 jawaban



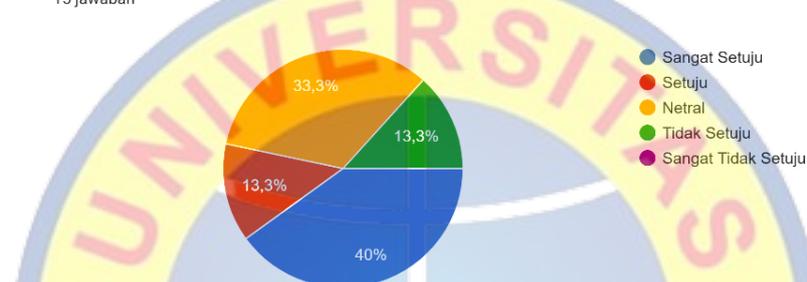
Hasil Penelitian Pendahuluan 2023

Sumber : Peneliti (2023)

Dari gambar 1.3 tampak bahwa 9 responden (60%) menyatakan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan ShopeeFood. Hanya 5 responden (33%) yang menyetujui bahwa layanan sudah optimal, sedangkan yang lain memilih untuk tetap netral.

Gambar 1.4

Saat pembelian berlangsung apakah anda sering kesulitan menghubungi driver?
15 jawaban



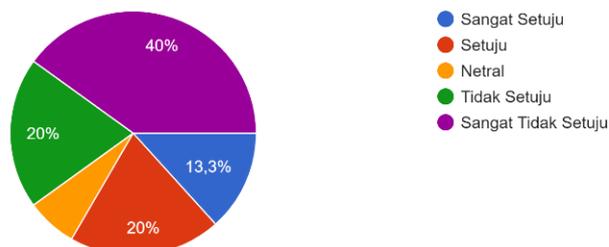
Hasil Penelitian Pendahuluan 2023

Sumber : Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.4, sebanyak 54% responden mengakui kesulitan dalam menghubungi driver selama proses pembelian. Sebaliknya, hanya 13% yang tidak mengalami kesulitan ini, sementara 33% lainnya netral.

Gambar 1.5

Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan aplikasi Shoppe Food?
15 jawaban



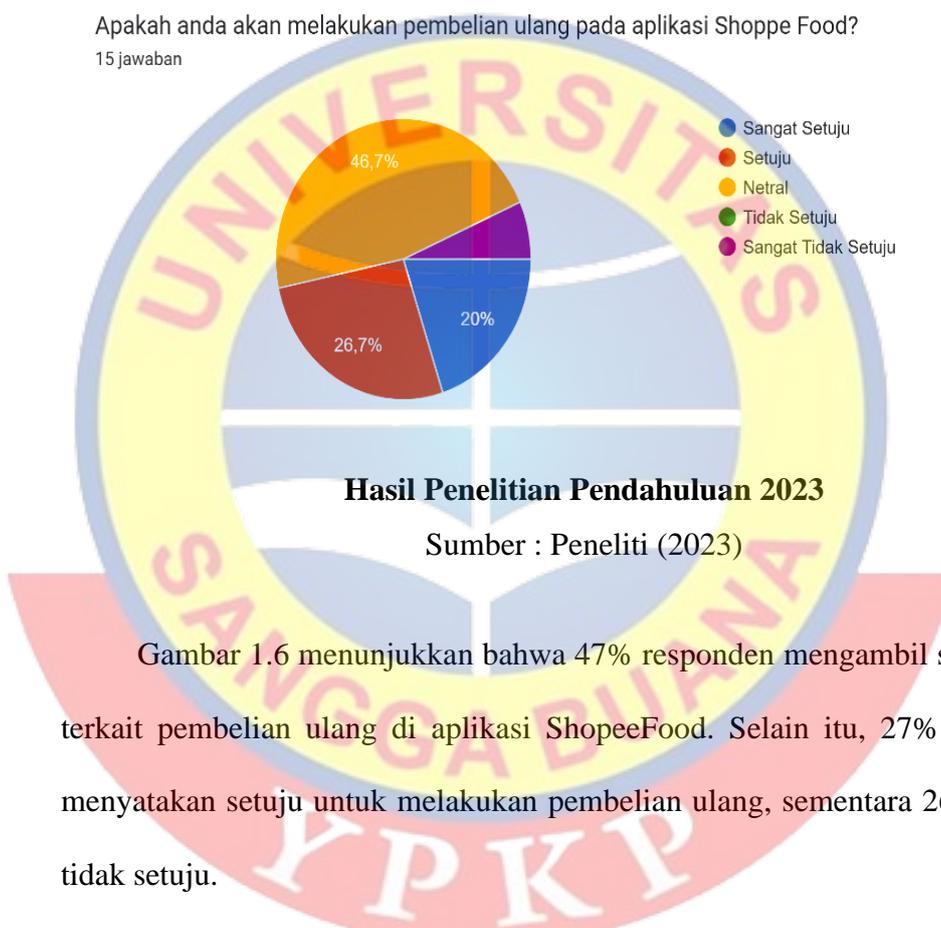
Hasil Penelitian Pendahuluan 2023

Sumber : Peneliti (2023)

Gambar 1.5 mengungkapkan bahwa 60% responden tidak puas dengan layanan yang disediakan oleh aplikasi ShopeeFood. Sementara itu, 33% responden merasa puas dengan pelayanannya, dan 7% sisanya bersikap netral.

Gambar 1.6

Apakah anda akan melakukan pembelian ulang pada aplikasi Shoppe Food?
15 jawaban



Gambar 1.6 menunjukkan bahwa 47% responden mengambil sikap netral terkait pembelian ulang di aplikasi ShopeeFood. Selain itu, 27% responden menyatakan setuju untuk melakukan pembelian ulang, sementara 26% lainnya tidak setuju.

Berdasarkan penyelidikan awal penulis terhadap pengguna aplikasi ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, terlihat sejumlah fenomena, salah satunya kualitas layanan ShopeeFood yang masih di bawah standar. Komunikasi yang kurang efektif saat proses transaksi dan rendahnya kepuasan pelanggan terhadap Shopee Food diduga menjadi permasalahan utama. Masalah ini disebabkan oleh kurang maksimalnya kualitas pelayanan pada fitur Shopee Food di aplikasi Shopee serta perbedaan antara aplikasi dan

kondisi di lapangan. Akibatnya, pengguna seringkali merasa kesal karena masalah tersebut terjadi berulang kali.

Informasi ini menarik peneliti dalam mempelajari lebih lanjut tentang cara komunikasi memengaruhi kualitas layanan. Mengingat bahwa kualitas pelayanan memberikan banyak dampak positif bagi kelangsungan usaha, peneliti mengangkat penelitian dengan judul “PENGARUH KOMUNIKASI BISNIS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SHOPEEFOOD DI UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP BANDUNG”

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian berikut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi bisnis dalam pelayanan ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung?
2. Bagaimana kualitas pelayanan ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung?
3. Berapa besar pengaruh komunikasi bisnis terhadap kualitas pelayanan ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Memahami komunikasi bisnis dalam layanan ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Mengetahui kualitas layanan ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Mengetahui dampak komunikasi bisnis terhadap kualitas layanan ShopeeFood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini harus memberikan keuntungan berupa:

1. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mencerahkan program studi Administrasi Bisnis pada topik komunikasi dan kualitas layanan, terutama yang berkaitan dengan Komunikasi Bisnis dan kursus Tata Kelola Perusahaan.
2. Karya ini diantisipasi untuk memberikan bahan referensi yang signifikan bagi para peneliti masa depan.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan pengetahuan kepada Program Studi Administrasi Bisnis mengenai komunikasi bisnis dan kualitas pelayanan, serta penerapan teori-teori secara sistematis.

2. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menyumbangkan ilmu dan gagasan baru untuk Program studi Administrasi Bisnis

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan usaha.

1.5 Sistematika Penulisan

Bagian ini menguraikan sistematika penulisan hasil penelitian, yang terbagi dalam tiga bab sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN, bersama dengan bagian-bagian berikut: latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan

penelitian, format penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, mencakup kajian teoritis (administrasi bisnis, komunikasi bisnis dan kualitas pelayanan), mengenai penelitian, kerangka kerja, dan hipotesis sebelumnya di bidang administrasi bisnis, komunikasi, dan kualitas layanan, serta studi teoretis di bidang ini.
3. BAB III METODE PENELITIAN, Jenis penelitian, ruang lingkup, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis, uji validitas dan reliabilitas.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, Obyek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian mengenai bagaimana komunikasi bisnis dalam layanan shopeefood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, mengetahui kualitas pelayanan shopeefood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung dan Pembahasan seberapa besar pengaruh komunikasi bisnis terhadap kualitas pelayanan Shopeefood di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
5. BAB V PENUTUP, simpulan dan rekomendasi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, berlokasi di Jalan Phh Mustopa No. 68, Bandung 40124.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dari November 2023 hingga Juni 2024. Tahapan dimulai dari riset topik, penentuan dan pengajuan judul, proses bimbingan, hingga seminar usulan penelitian. Berikut adalah tabel rincian

waktu penelitian yang telah dilaksanakan.

TABEL 1.3

JADWAL PENELITIAN TAHUN 2023-2024

No	Kegiatan	Bulan Pelaksanaan Penelitian (Tahun 2023-2024)							
		2023		2024					
		Nov	Des	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni
1	Penelitian Pendahuluan								
2	Konsultasi dan Bimbingan								
3	Penyusunan Rencana Penelitian								
4	Seminar Usulan Penelitian								
5	Pengumpulan Data								
6	Pengolahan dan Analisis Data								
7	Konsultasi dan Bimbingan								
8	Penyusunan laporan Penelitian/ Skripsi								
9	Sidang Skripsi								

Sumber : Peneliti (2024)