

Analisis Kepuasan Pelanggan Grab Food di Lingkungan Universitas Bali Internasional

A.A. Gde Agung Nanda Perwira¹, Komang Tri Werthi²

^{1,2}Fakultas Bisnis, Sosial, Teknologi, dan Humaniora, Universitas Bali Internasional

^{1,2}Jalan Seroja Gang Jeruk, Tonja Denpasar, Bali 80234
(0361) 4747770

^{1,2}e-mail : agungnandaperwira@iikmpbali.ac.id, komang.triwerthi@gmail.com

ABSTRACT

Customer satisfaction is the main thing that really needs to be considered in a business. Customer satisfaction has a significant impact on business continuity, especially businesses engaged in service companies, one of which is Grab, which has a Grab Food delivery service. This study aims to determine and measure the level of customer satisfaction to Grab Food in Bali International University. The background of this research is that there are several complaints related to the Grab Food delivery service. This research was conducted using a quantitative descriptive research method by distributing questionnaires within the Bali International University. This study used 30 samples to represent the existing population. The results of this study based on data collected from distributing questionnaires have a value of 659 which is included in the value range of $629 \leq n < 750$. This means that the level of customer satisfaction of Grab Food at the international Bali University is in the very satisfied category. Even though it is included in the very satisfied category, it is hoped that Grab will conduct field surveys and evaluate regularly to maintain and increase customer satisfaction at the Bali International University

Keywords – Customer Satisfaction, Customer Behavior, Innovation, Service Company, Grab Food

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah hal utama yang sangat perlu diperhatikan dalam sebuah bisnis. Kepuasan pelanggan memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kelangsungan hidup bisnis terutama bisnis yang bergerak di perusahaan jasa salah satunya adalah Grab yang memiliki layanan jasa pesan antar Grab Food. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap Grab Food di lingkungan Universitas Bali Internasional. Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya beberapa keluhan terkait pelayanan jasa pesan antar Grab Food. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner di lingkungan Universitas Bali Internasional. Penelitian ini menggunakan 30 sampel untuk mewakili populasi yang ada. Hasil dari penelitian ini berdasarkan data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner memiliki nilai 659 yang dimana masuk dalam rentang nilai $629 \leq n < 750$. Hal ini memiliki arti tingkat kepuasan pelanggan Grab Food di lingkungan Universitas Bali internasional masuk kedalam kategori sangat puas. Walaupun masuk kedalam kategori sangat puas diharapkan kepada pihak Grab untuk melakukan survey lapangan dan evaluasi secara berkala untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan di lingkungan Universitas Bali Internasional

Kata Kunci – Kepuasan Pelanggan, Perilaku Konsumen, Inovasi, Perusahaan Jasa, Grab Food

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, teknologi berkembang dengan sangat pesat. Dimulai dari teknologi sederhana sampai teknologi yang mampu membantu pekerjaan manusia secara kompleks (Marsha, 2021). Dengan kemajuan teknologi ini, secara tidak langsung menuntut perusahaan-perusahaan dalam bidang apapun untuk mengikuti perkembangan teknologi. Kewajiban perusahaan dalam mengikuti perkembangan teknologi adalah salah satu strategi untuk tetap bisa bersaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Wibowo & Haryokusumo, 2020).

Salah satu perusahaan yang mampu mengikuti perkembangan teknologi adalah perusahaan jasa Grab. Perusahaan yang berawal dari penyedia layanan antar kini sudah mampu mengembangkan perusahaannya dengan berbagai fasilitas, salah satunya adalah Grab Food. Pada tahun 2018 Grab menyediakan layanan pesan antar makanan guna mengembangkan perusahaannya dan menyaingi pesaingnya yaitu Go Food yang dimiliki oleh Gojek (Suratni & Mayasari, 2021). Perubahan perilaku konsumen juga menjadi alasan hadirnya layanan ini. Grab Food hadir dengan memudahkan pelanggan mereka dalam memesan makanan dan minuman tanpa perlu pergi ke restoran atau kedai makanan. Cukup dengan hanya mengunduh aplikasi Grab di IOS atau Android, pelanggan sudah bisa menikmati layanan dari Grab Food. Perilaku konsumen yang tidak dapat memenuhi dan menyiapkan kebutuhan makanannya sendiri menjadi keresahan yang dijawab oleh Grab Food. Inovasi yang diciptakan tidak hanya membantu pelanggan tetapi juga membantu restoran, UMKM dan industri makanan lainnya (Winarto, 2019). Grab menjalin kerjasama dengan restoran di berbagai tempat untuk membuat pelanggan memesan makanan dari aplikasi Grab.

Hal utama yang diperhatikan oleh Grab salah satunya adalah kepuasan pelanggan. Dengan memaksimalkan kepuasan pelanggan, Grab sebagai perusahaan jasa akan mampu memaksimalkan keuntungan dari layanan Grab Food. Memberikan kemudahan bagi para pelanggan seperti tidak perlu mengantri di restoran, tidak perlu datang langsung ke restoran dan diskon harga adalah salah satu layanan yang disediakan oleh Grab guna memaksimalkan kepuasan pelanggan. Layanan pesan antar atau yang biasa disebut *delivery order* ini sudah dilengkapi dengan harga dari masing-masing makanan dan minuman yang dijual sehingga tidak membuat pelanggan dalam memilih makanan dan minuman.

Peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan pelanggan Grab Food adalah banyaknya pengguna yang memanfaatkan jasa layanan ini di lingkungan Universitas Bali Internasional. Terbatasnya pilihan makanan di Universitas Bali Internasional membuat mahasiswa dan para dosen memanfaatkan layanan jasa Grab Food. Tetapi banyaknya keluhan yang terjadi pada layanan jasa pesan antar ini seperti makanan terlalu lama datang, pesanan yang tidak sesuai dan driver dari Grab Food tidak menemukan alamat yang sudah diberikan menjadikan alasan utama peneliti dalam melakukan penelitian ini.

2. TEORI DAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumen

Banyaknya jenis kebutuhan konsumen dan selalu berubah menjadikan perusahaan harus mampu beradaptasi dan memenuhinya sehingga dibutuhkan strategi-strategi yang tepat dalam pelaksanaannya. Pengertian perilaku konsumen menurut Hanifah & Rahadi (2020) adalah perilaku konsumen adalah suatu tindakan dari individu dan organisasi untuk mendapatkan barang atau jasa. Saputri (2016) menyebutkan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku individu dalam merencanakan sampai menggukakan suatu produk atau jasa yang memiliki sifat ekonomis.

Perilaku konsumen yang selalu berubah menjadikan pekerjaan dalam memenuhi dan mengerti perilaku konsumen adalah hal yang cukup sulit. Tetapi jika perusahaan mampu memahami perilaku konsumennya dengan baik akan menjadikan perusahaan mengungguli para pesaingnya. Berdasarkan pengertian perilaku konsumen yang telah disebutkan maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh individu dan organisasi dalam pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal salah satunya lingkungan.

Kepuasan Pelanggan

Kemajuan teknologi membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menciptakan strategi yang baik dalam persaingan. Salah satunya adalah menjaga dan memaksimalkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (2008) kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang setelah mengetahui perbandingan antara sesuatu yang diharapkan dan didapatkan. Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian dari emosional individu dalam pemenuhan kebutuhan setelah menggunakan produk atau jasa.

Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan dan emosional konsumen dalam konteks penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa Grab Food dalam membandingkan ekspektasi yang diharapkan dan hasil yang diterima oleh pelanggan, sehingga hasil dari perbandingan tersebut akan menciptakan rasa senang ataupun kecewa.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan dalam menilai satu variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2013) penelitian deskriptif digunakan untuk menilai variabel mandiri tanpa membuat perbandingan dengan variabel lainnya. Menurut Fadli (2021) penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang mampu mendeskripsikan gejala dari peristiwa yang sedang terjadi.

Berdasarkan kajian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan dalam menilai suatu peristiwa dan mendapatkan berbagai macam informasi yang nantinya akan dijadikan hasil dari penelitian. Pada penelitian ini pengumpulan data digunakan untuk mengkaji kepuasan pelanggan menggunakan layanan jasa Grab Food di lingkungan Universitas Bali Internasional. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 sampel yang diharapkan mampu mewakili dari populasi yang ditentukan. Metode yang digunakan adalah tabulasi data.

Adapun alur dalam penelitian ini yaitu latar belakang penelitian digunakan sebagai dasar utama dalam penyusunan proposal penelitian ini, kelengkapan penelitian ini dipersiapkan untuk mendapatkan data yang optimal dan lengkap, Menyusun dan menyebarkan kuesioner untuk dapat diisi dengan baik dan benar oleh para audiens, penyebaran kuesioner dilakukan atas dasar perjanjian dengan instansi terkait, data di kumpulkan setelah audiens mengisi kuesioner kemudian dilanjutkan dengan mengolah data hasil kuesioner, hasil olahan data kuesioner akan digunakan untuk hasil penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap Grab Food di lingkungan Universitas Bali Internasional.

Tabel 1
Keterangan Kuesioner

SP	Sangat Puas
P	Puas
CP	Cukup Puas
TP	Tidak Puas
STP	Sangat Tidak Puas

Kuesioner ini memiliki rentang nilai, Adapun rentang nilai yang digunakan dalam penyusunan kuesioner ini sebagai berikut.

Tabel 2
Rentang Skala Hasil Kuesioner

Skala	Rentang Nilai
STP	$30 \leq n < 55$
TP	$55 \leq n < 79$
CP	$79 \leq n < 103$
P	$103 \leq n < 127$
SP	$127 \leq n < 150$

Tabel 3
Rentang Nilai Kesimpulan

Skala	Rentang Nilai
STP	$150 \leq n < 269$
TP	$269 \leq n < 389$
CP	$389 \leq n < 509$
P	$509 \leq n < 629$
SP	$629 \leq n < 750$

Berikut hasil olahan data dari kuesioner yang disebarakan di lingkungan Universitas Bali Internasional

Tabel 4
Nilai Rata-Rata Pertanyaan Kuesioner

Item yang dinilai	Nilai	Skala
Pertanyaan 1	140	SP
Pertanyaan 2	131	SP
Pertanyaan 3	123	P
Pertanyaan 4	130	SP
Pertanyaan 5	135	SP

Berdasarkan hasil olahan data dari kuesioner yang disebarakan di lingkungan Universitas Bali Internasional didapatkan nilai rata-rata terkecil dari pertanyaan ke - 3 yaitu 123 yang masuk dalam kategori puas dan nilai rata-rata terbesar dari pertanyaan ke-1 dengan nilai 140 yang masuk kategori sangat puas. Pertanyaan ke-2 memiliki nilai 131, pertanyaan ke - 4 memiliki nilai 130 dan pertanyaan ke-5 memiliki nilai 135 yang artinya ketiga pertanyaan ini masuk dalam kategori sangat puas.

Tabel 5
Total Nilai Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan	Nilai
------------	-------

Pertanyaan 1	140
Pertanyaan 2	131
Pertanyaan 3	123
Pertanyaan 4	130
Pertanyaan 5	135
Total	659

Berdasarkan tabel total nilai pertanyaan kuesioner yang mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap Grab Food di lingkungan Universitas Bali Internasional memiliki nilai total sebesar 659. Berdasarkan rentang nilai kesimpulan pada tabel 3, nilai ini masuk dalam kategori sangat puas $629 < = n < 750$. Hal ini memiliki arti pengguna aplikasi Grab dan memanfaatkan layanan jasa Grab Food yang ada di lingkungan Universitas Bali Internasional sudah merasa sangat puas dalam menggunakan layanan jasa pesan antar Grab Food.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diambil dari data olahan penyebaran kuesioner yang mendapatkan nilai total 659 dan masuk kedalam rentang nilai $629 < = n < 750$, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Grab Food di lingkungan Universitas Bali Internasional tergolong dalam kategori sangat puas. Hal ini memiliki arti walaupun terdapat beberapa keluhan terhadap Grab Food seperti tidak ada promosi, makanan yang datang tidak sesuai dengan apa yang dipesan dan *driver* Grab yang tidak menemukan titik lokasi pemesan, para pelanggan Grab Food yang ada di lingkungan Universitas Bali Internasional tetap merasa sangat puas.

Banyak pertimbangan yang membuat para pelanggan tetap merasa sangat puas terhadap layanan jasa Grab Food salah satunya keterikatan pelanggan dengan layanan jasa ini. Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini di lingkungan Universitas Bali Internasional kurangnya varian makanan yang tersedia di *food court* Universitas Bali Internasional dan terbatasnya waktu yang dimiliki oleh mahasiswa dan para dosen untuk membeli makanan dan minuman yang diinginkan langsung ke restoran atau kedai makanan.

Saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah dalam pemenuhan dan memaksimalkan kebutuhan konsumen yang akan berdampak secara langsung terhadap kepuasan pelanggan diharapkan untuk pihak Grab melakukan survey lapangan dan evaluasi secara berkala guna menjawab keluhan dari pelanggan. Mengingat persaingan pada layanan jasa pesan antar semakin ketat agar nantinya mampu menciptakan strategi yang tepat dalam memenuhi dan memaksimalkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. (2019). *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Gava Media.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. In *Manajemen*

Pemasaran.

- Marsha, D. (2021). Dampak Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Minat Beli Ulang Makanan melalui Jasa Gojek di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 51-65.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1>. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suratni, N. L. S., & Mayasari, N. M. D. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food pada Aplikasi Grab di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millennial. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*.
- Winarto, C. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Grabfood Di Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*.