BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi digital pada era *modern* telah menjadi faktor penting dalam berbagai sektor, termasuk industri Layanan pesan-antar makanan. Teknologi ini mampu mempercepat proses transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan kemudahan akses bagi konsumen secara praktis dan *real-time*. Integrasi teknologi tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan melalui sistem yang otomatis dan terukur, tetapi juga memungkinkan pengumpulan serta analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis yang lebih tepat dan berbasis informasi. Transformasi digital ini turut mengubah pola konsumsi masyarakat, terutama dalam pemesanan makanan secara daring, di mana layanan berbasis aplikasi semakin diminati karena menawarkan fleksibilitas, efisiensi waktu, dan kemudahan akses yang selaras dengan gaya hidup masyarakat *modern*. Fitur-fitur seperti penawaran promosi, ulasan pengguna, antarmuka aplikasi yang intuitif, serta pelacakan pesanan secara *real-time* juga memperkaya pengalaman pengguna dan mendorong peningkatan kepuasan serta loyalitas pelanggan[1] Selain memberikan manfaat bagi konsumen, penetrasi teknologi turut mendorong pertumbuhan ekonomi digital melalui perluasan pasar serta optimalisasi kinerja usaha kuliner, termasuk pelaku UMKM yang menjadi bagian penting dalam ekosistem ekonomi kreatif nasional[2], [3]. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, melainkan juga sebagai elemen strategis dalam menciptakan daya saing dan keunggulan kompetitif di tengah intensitas persaingan Layanan pesan-antar makanan yang semakin dinamis.

ShopeeFood dan GrabFood merupakan dua platform layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi yang memiliki peran penting dalam perkembangan ekosistem digital di sektor kuliner di Indonesia. ShopeeFood menawarkan berbagai pilihan kuliner serta sistem pembayaran digital yang terintegrasi sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi [1]. Sementara itu, GrabFood menyediakan layanan pemesanan makanan yang didukung oleh jaringan mitra pengemudi dan merchant yang luas sehingga mampu memperluas akses masyarakat terhadap berbagai pilihan kuliner sekaligus mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) [4].

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Meskipun penggunaannya semakin luas, berbagai tantangan operasional masih dihadapi oleh kedua fitur *platform* tersebut, sebagaimana diungkapkan oleh Setyawan dalam analisis positioning layanan pesan-antar makanan di Indonesia. Data ulasan pengguna dan mitra tahun 2025 menunjukkan masih terdapat keluhan terkait keterlambatan pengantaran akibat praktik *double delivery*, pesanan yang kurang layak, pembatalan sepihak, hingga pemotongan saldo yang tidak transparan[5].Di samping itu, keluhan mengenai profesionalisme mitra kurir, seperti permintaan tip secara langsung, serta permasalahan sistem informasi seperti *error* aplikasi, akun yang ditangguhkan, tampilan menu yang tidak lengkap, dan respons layanan pelanggan yang lambat turut menjadi sorotan[6]. Mitra merchant juga menyampaikan ketidakjelasan terkait potongan biaya layanan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas operasional, etika layanan, dan keandalan sistem informasi masih memerlukan perhatian untuk menjaga kepuasan serta loyalitas pengguna dan mitra secara berkelanjutan.

Namun, penelitian yang secara khusus membandingkan tingkat kepuasan pengguna ShopeeFood dan GrabFood menggunakan pendekatan gabungan *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) di Kota Medan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan tersebut. Metode EUCS digunakan untuk menilai kepuasan pengguna dari perspektif kualitas sistem aplikasi, yang mencakup lima variabel utama yaitu *content* (isi informasi), *accuracy* (keakuratan informasi), *format* (tampilan penyajian), *ease of use* (kemudahan penggunaan), dan timeliness (ketepatan waktu penyampaian informasi dan layanan)[7] Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam mengenai pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan sistem digital, sehingga relevan dalam mengevaluasi kinerja aplikasi layanan pesan antar makanan). Sementara itu, metode CSI digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan berdasarkan tingkat harapan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diterima[8]. Penggunaan kombinasi kedua metode ini dinilai memiliki keunggulan karena tidak hanya mengukur kualitas sistem dari sudut pandang pengguna, tetapi juga mengintegrasikan aspek kepuasan layanan secara komprehensif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aktif ShopeeFood dan GrabFood di kota Medan, kemudian hasilnya diolah menggunakan skala Likert dan perhitungan indeks kepuasan untuk mengetahui tingkat dan perbandingan kepuasan pelanggan pada kedua *platform* tersebut secara objektif dan terukur

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas penggunaan metode EUCS dan CSI dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna pada berbagai layanan digital. Penelitian oleh

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Rahmawati (2022) berjudul "Analisis Kegunaan dan Kepuasan Pengguna Aplikasi ShopeeFood dan GoFood Menggunakan Metode SUS dan EUCS" menunjukkan bahwa kedua p*latform* memiliki tingkat kepuasan yang baik, dengan dimensi EUCS seperti *content*, *accuracy,* dan *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap pengalaman pengguna[9] Selanjutnya, studi oleh Siregar (2023) dengan judul "*Analysis of Shopee Driver Partner Satisfaction Service on the ShopeeFood Driver Application with the End User Computing Satisfaction (EUCS) Method*" menemukan bahwa kepuasan mitra pengemudi dipengaruhi oleh kejelasan informasi dan kemudahan akses fitur pada aplikasi ShopeeFood *Driver[5]* Penelitian lain dilakukan oleh Widodo berjudul "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Infrastruktur Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang Dengan Metode EUCS-CSI", yang menunjukkan bahwa integrasi EUCS dan CSI mampu menggambarkan tingkat kepuasan pengguna secara komprehensif dengan kategori puas dan area prioritas perbaikan yang jelas[6]. Sementara itu, penelitian oleh Yusuf berjudul "Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi Grab Menggunakan Model EUCS di Provinsi Gorontalo" membuktikan bahwa format tampilan dan kemudahan penggunaan aplikasi memiliki kontribusi dominan terhadap kepuasan pengguna[7]. Temuan serupa juga ditunjukkan dalam studi oleh Pratama melalui penelitian "En*d-User Computing Satisfaction* (EUCS) *Model: Implementation of Learning Management System (LMS) on Students Satisfaction at Universities*", yang menegaskan bahwa model EUCS efektif dalam menilai kualitas sistem pembelajaran digital melalui lima indikator utamanya. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan metode EUCS dan CSI bukan hanya efektif, tetapi juga memiliki ketepatan metodologis yang tinggi dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna[8] . Kombinasi kedua pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih holistik—EUCS menilai kualitas pengalaman pengguna terhadap sistem secara langsung, sementara CSI menyajikan ukuran indeks kepuasan kuantitatif yang mencerminkan persepsi dan loyalitas pelanggan secara menyeluruh. Dengan demikian, penggunaan EUCS dan CSI secara terpadu sangat mendukung analisis kepuasan pada layanan berbasis aplikasi seperti ShopeeFood dan GrabFood, karena mampu mengungkap dinamika interaksi pengguna, kualitas layanan digital, serta tingkat kepuasan pelanggan secara lebih komprehensif, objektif, dan sesuai dengan karakteristik riset dalam konteks ekonomi digital

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengusung judul **"Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan ShopeeFood dan GrabFood dengan Pendekatan End-User Computing Satisfaction (EUCS) dan Customer Satisfaction Index (CSI)"**. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat kepuasan pengguna kedua fitur

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

platform di kota Medan secara objektif serta mendapatkan gambaran mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan rekomendasi yang dihasilkan dapat membantu pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna di tengah persaingan layanan digital yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna ShopeeFood berdasarkan lima dimensi End-User Computing Satisfaction (EUCS)?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna GrabFood berdasarkan lima dimensi End-User Computing Satisfaction (EUCS)?
3. Bagaimana hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) pada pengguna ShopeeFood dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
4. Bagaimana hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) pada pengguna GrabFood dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
5. Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan antara pengguna ShopeeFood dan GrabFood berdasarkan hasil pengukuran dengan metode EUCS dan CSI?

1.3 Tujuan

Sehubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pengguna ShopeeFood dan GrabFood berdasarkan lima dimensi End-User Computing Satisfaction (EUCS).
2. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan ShopeeFood dan GrabFood dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk memperoleh nilai indeks kepuasan yang objektif dan terukur.
3. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan antara ShopeeFood dan GrabFood berdasarkan hasil analisis yang diperoleh melalui pendekatan gabungan End-User Computing Satisfaction (EUCS) dan Customer Satisfaction Index (CSI).

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap masing- masing aplikasi ShopeeFood dan GrabFood berdasarkan lima dimensi EUCS membantu pengembang mengidentifikasi aspek penting yang memengaruhi kepuasan pengguna untuk perbaikan yang lebih efektif. Pendekatan ini juga memberikan gambaran menyeluruh tentang pengalaman pengguna dan berkontribusi meningkatkan loyalitas pelanggan melalui optimalisasi faktor kepuasan, sehingga memperkuat daya saing aplikasi di pasar layanan pesan antar makanan.
2. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk pengguna aplikasi ShopeeFood dan GrabFood memberikan ukuran yang jelas dan objektif untuk membandingkan tingkat kepuasan pelanggan. Informasi ini membantu manajemen dalam membuat keputusan strategis berbasis data yang akurat serta memantau efektivitas pembaruan aplikasi dalam meningkatkan kepuasan pengguna secara berkelanjutan.
3. Mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pelanggan antara ShopeeFood dan GrabFood berdasarkan EUCS dan CSI berguna untuk analisis kompetitif mendalam, evaluasi pengembangan produk yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan mendorong inovasi layanan yang meningkatkan daya saing di pasar, baik untuk keperluan akademis, penelitian, maupun pengambilan keputusan bisnis.

1.5 Ruang Lingkup

Untuk menjamin keterarahan dan kejelasan pembahasan, ruang lingkup penelitian ini ditetapkan sebagai batasan dalam pelaksanaan penelitian:

1. Aplikasi yang dianalisis pada penelitian ini dibatasi pada *platform mobile* ShopeeFood dan GrabFood dari sisi pengguna (*user*) sebagai pembeli di kota Medan
2. Penilaian dilakukan menggunakan lima indikator utama dari model *End-User Computing* Satisfaction (EUCS), yaitu *Content, Accuracy, Format, Ease of Use*, dan Timeliness untuk menilai tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas sistem aplikasi.
3. Penelitian ini menggunakan empat tahapan dalam pengukuran Customer Satisfaction Index (CSI), yaitu menghitung *Weighting Factors* (WF), *Weighted Score* (WS), *Weight Median Total* (WMT), dan indeks kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction Index).
4. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Medan yang menggunakan layanan aplikasi pesan-antar makanan ShopeeFood dan GrabFood.

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

5. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Simple Random Sampling, dengan penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus Lemeshow
6. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS dan Microsoft Excel.

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.