BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

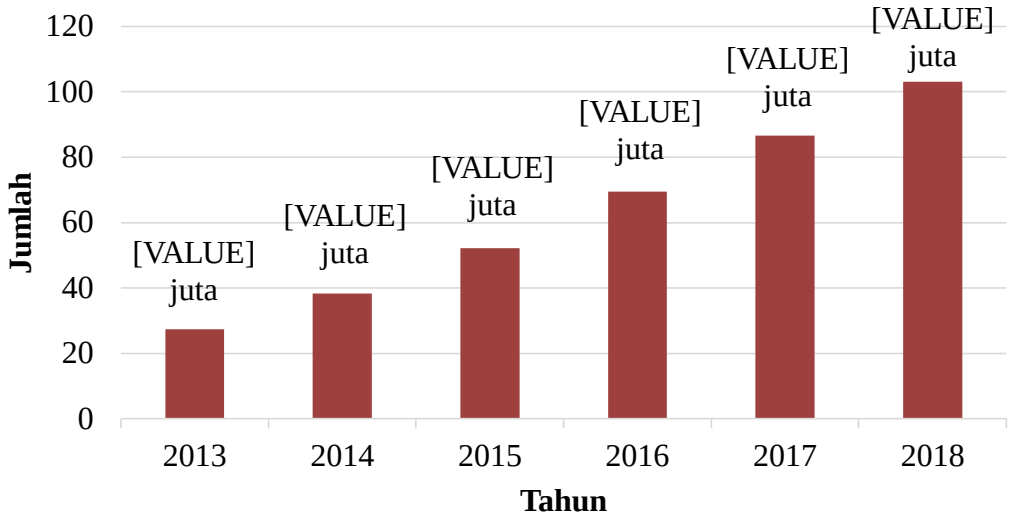
Kemajuan teknologi di dunia ini semakin canggih dan pesat. Di zaman sekarang, alat komunikasi, transportasi, dan lain-lain berkembang sangat cepat. Inovasi-inovasi baru selalu diciptakan manusia agar dapat mempermudah kehidupan yang akan datang. Mayoritas masyarakat selalu ingin melakukan segala hal dengan praktis (Eka, 2017). Hal itu menyebabkan pengguna internet di dunia terus meningkat. Internet membuat orang-orang di seluruh dunia dapat saling terhubung setiap hari. Kemajuan teknologi menyebabkan cara orang berinteraksi dan berkomunikasi berubah.

Di Indonesia, internet bukan menjadi sesuatu hal yang mewah. Setiap tahun selalu terjadi penambahan pada jumlah masyarakat yang menggunakan internet. Dalam hal bisnis, kesibukan sehari-hari seseorang pasti memerlukan fasilitas internet untuk bertransaksi. Hasil survei penetrasi pengguna internet oleh APJII pada tahun 2018 sebanyak 171,17 juta jiwa pengguna dari jumlah populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta orang. Temuan survei APJII tentang penetrasi pengguna internet pada tahun 2018 berjumlah 171,17 juta pengguna dari 264,16 juta penduduk Indonesia (APJII, 2019).

Seiring berkembangnya bisnis melalui media daring, banyak perusahaan di Indonesia mulai menerapkan sistem penjualan secara daring tersebut. Para pelaku bisnis menggunakan internet sebagai cara untuk memasarkan produk agar dapat menjangkau target pelanggan yang lebih luas sedangkan barang yang dijual pun dapat bertambah dengan tidak memerlukan tempat yang luas untuk penyimpanan. Perdagangan tersebut disebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce).* Pengertian dari *e-commerce* adalah perantara daring yang membantu pengusaha untuk melakukan kegiatan bisnis dan juga membantu konsumen untuk memperoleh informasi agar mereka dapat menentukan pilihan dan kegiatan ini dilakukan dengan bantuan komputer (Kotler & Armstrong, 2012). Sedangkan menurut Jon Wong (2010) menyatakan bahwa *e-commerce* adalah sesuatu yang mengimplementasi kegiatan komersial yang dilakukan melalui sistem elektronik yang berhubungan dengan transaksi penjualan dan pembelian.

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020

Di jaman sekarang, semuanya dapat dibeli secara praktis dengan daring, dari bahan makanan sehari-hari hingga tiket pesawat atau pemesanan hotel, memesan makanan atau bahkan membeli rumah. Membeli sesuatu secara daring atau di media sosial telah menjadi tren. Penetrasi *smartphone* dan internet yang tinggi di Indonesia telah membantu banyak orang dengan nyaman membeli apa pun tanpa meninggalkan rumah atau kantor (Benas, 2015).

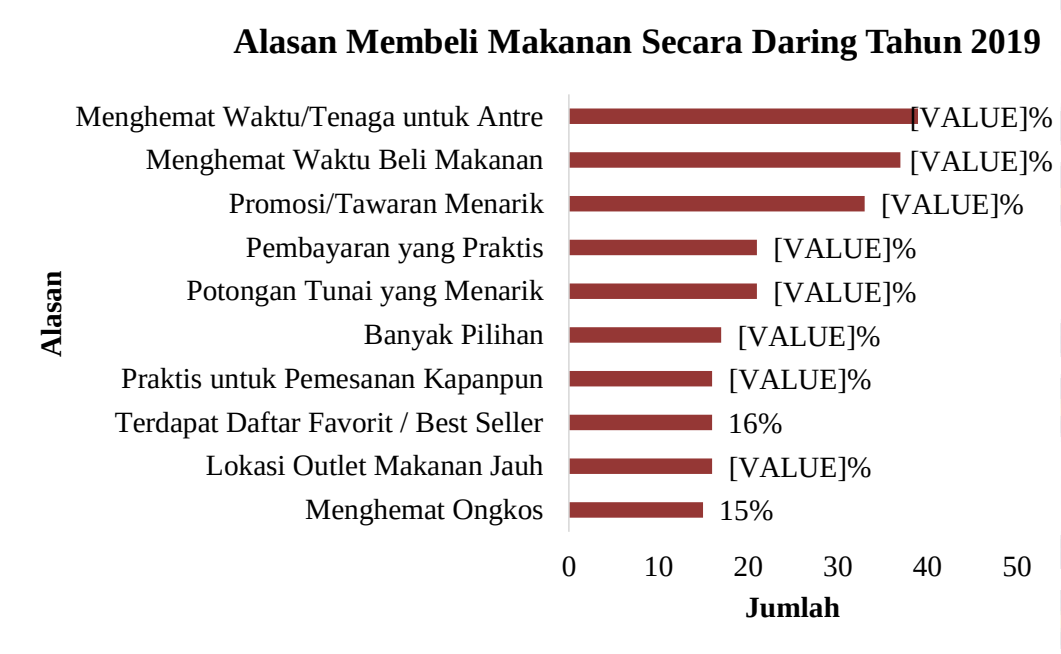


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *Smartphone* di Indonesia, sumber: Rahmayani (2015)

Dari tahun 2013 hingga tahun 2017, penggunaan *smartphone* di Indonesia telah meningkat secara signifikan setiap tahun. Pada saat itu diperkirakan pada tahun 2018 akan meningkat menjadi lebih dari 100 juta orang (Rahmayani, 2015). Seiring dengan meningkatnya penggunaan *smartphone* di Indonesia, pengembangan bisnis di Indonesia seperti toko daring, transportasi daring, dan lain-lain juga mulai berkembang

Saat ini bisnis kuliner di dunia daring semakin bertambah jumlahnya dalam beberapa tahun terakhir. Adanya ojek berbasis aplikasi daring mendukung pengantaran makanan yang diinginkan sampai ke tempat tujuan semakin mudah tanpa harus menguras tenaga dan waktu. Jayani (2019) menyelenggarakan survei dengan jumlah sampel sebanyak 1000 responden pada bulan Mei 2019 untuk meneliti alasan mengapa orang-orang gemar membeli makanan secara daring.

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020



Gambar 1.2 Alasan Membeli Makanan Secara Daring Tahun 2019, sumber: Jayani (2019)

Survei dilakukan Jayani (2019) kepada 1,000 responden masyarakat Indonesia yang pernah melakukan pesan makan secara daring. Sebanyak 39% responden memilih pembelian makanan secara daring dikarenakan dapat menghemat waktu dan tenaga. Alasan kedua adalah dengan adanya aplikasi daring, waktu yang dikorbankan untuk membeli makan dapat digunakan untuk aktivitas lainnya. Berbagai promo dan tawaran yang menarik juga mendorong masyarakat untuk menggunakan aplikasi daring. Selain itu, pembayaran juga dapat dilakukan secara praktis tanpa harus menggunakan *cash*. Berbagai variasi pilihan menu makanan dan adanya daftar *best seller* membantu masyarakat untuk memesan makanan yang banyak diminati. Tempat rumah makan yang jauh juga menguras biaya transportasi untuk ke tujuan padahal dengan adanya aplikasi antar-makan pelanggan dapat langsung memesan makanan pada *smartphone*.

Nielsen juga melakukan riset yang menunjukkan bahwa sebanyak 58% masyarakat Indonesia memesan makanan dengan menggunakan aplikasi antar makan daring (Thomas, 2019). Salah satu aplikasi daring tersebut yaitu Go-Jek telah bekerja sama dengan 400.000 *merchant* yang 100.000 diantaranya merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (Ulya, 2019). Aplikasi Go-

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020

Jek telah diinstal lebih dari 142 juta kali hingga bulan Maret 2019. Ini berarti bahwa sebagian dari penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif internet dan pengguna Go-Jek (Hastuti, 2019). Jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya yaitu Grab, aplikasi Grab telah diunduh sebanyak 144 juta kali dan layanan pesan-antar makan ini tersebar sebanyak 178 kota di Indonesia, yang mana layanan Go-Jek lebih unggul dua kali lipat lebih banyak dibanding Grab yaitu di 370 kota (Setyowati, 2019).

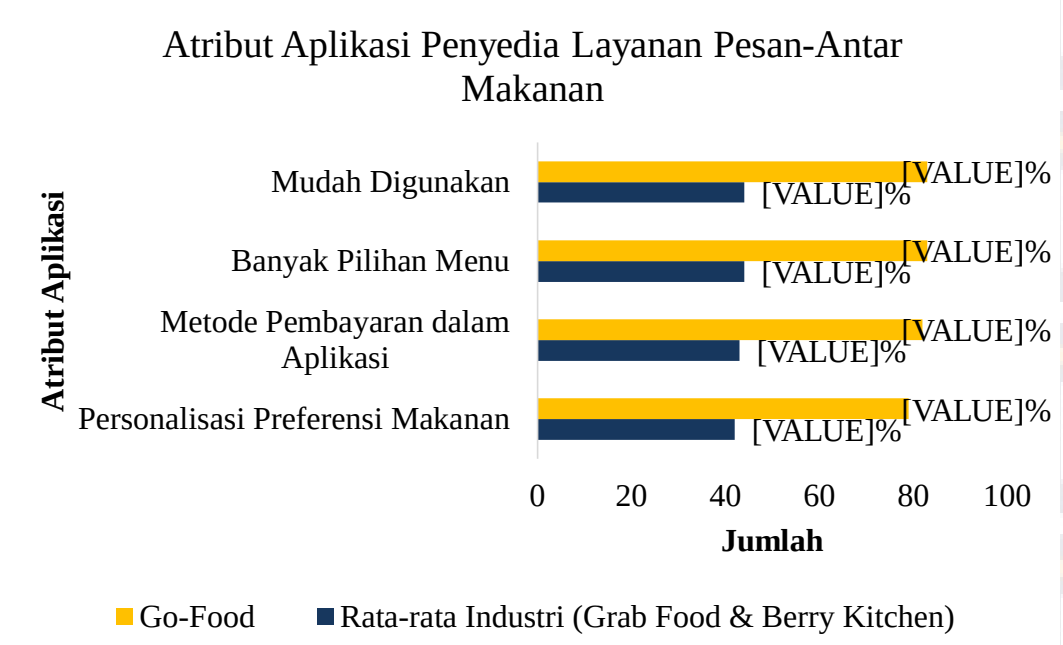
	Jumlah Unduh Aplikasi	**Layanan Pesan-Antar Makanan**	**Ride-hailing**	**Layanan Pembayaran**	**Cakupan**
Go-Jek	142 juta	400 ribu mitra di 370 kota	2 juta mitra	Go-Pay bermitra dengan 28 institusi keuangan dan ratusan ribu mitra di 370 kota	204 kota di empat negara
Grab	144 juta	178 kota di Indonesia	9 juta (plus agen) di Asia Tenggara	Grab menggandeng Ovo di Indonesia	336 kota di delapan negara

Gambar 1.3 Perbandingan aplikasi daring Go-Jek dan Grab, sumber: Setyowati (2019)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Jayani (2019) kepada 1000 responden pada bulan Mei 2019 memembuktikan bahwa layanan aplikasi Go-Jek yaitu Go-Food lebih unggul dibanding kompetitor lainnya. Rata-rata nilai indikator pada Go-Food lebih tinggi daripada pesaing industri lainnya seperti Grab Food. Dilihat dari indikator aplikasi yang mudah digunakan dan pilihan menu yang bervariasi

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020

menduduki skor tertinggi. Menurut Zahir Irani *et al.*, (2013) situs web yang bagus harus mudah dipahami, digunakan, dan memudahkan pelanggan untuk bernavigasi dari satu halaman ke halaman lainnya. Dang dan Pham (2018) mengatakan bahwa ketika konsumen merasakan tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi, mereka cenderung memiliki sikap positif dan kemauan untuk membeli produk. Sejalan dengan argumen oleh Roh dan Park (2019) yang berpendapat bahwa kemudahan penggunaan yang lebih tinggi menghasilkan niat penggunaan yang lebih tinggi.



Gambar 1.4 Atribut Aplikasi Penyedia Layanan Pesan-Antar Makanan, sumber: Jayani (2019)

Pada indikator metode pembayaran dalam aplikasi mengacu pada kolaborasi. Kolaborasi adalah salah satu tahap pengembangan bisnis, karena kolaborasi dapat mengarah pada kesuksesan, dan memperluas ruang lingkup bisnis. Kolaborasi pada dasarnya mengacu pada aliansi antara beberapa pengguna *e-commerce* agar dapat meningkatkan prospek dan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi (Kapoor & Vij, 2018). Salah satu contoh kolaborasi pada aplikasi pesan-antar makanan daring adalah kolaborasi antara Grab dan OVO. Berbagai kode promo dapat digunakan saat memesan makanan melalui Grab. Salah satunya

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020

adalah “makanoke” yaitu dengan memesan minimal order Rp. 30.000,- pengguna akan mendapatkan diskon Rp. 12.000,-. Pembayaran juga dapat digunakan dengan metode OVO points. Kolaborasi ini membantu pelanggan untuk menghemat lebih banyak uang. Kolaborasi antara dua mitra tersebut dalam melayani pelanggan meningkatkan penjualan mereka.

Pada tanggal 22 Juli 2019, Go-Jek merilis logo baru mereka yang dijulukin dengan “Solv”. Solv disini berarti bahwa masalah sehari-hari dapat diatasin dengan Go-Jek (Hastuti, 2019). Go-Jek menjalani *rebranding* untuk mencerminkan perjalanannya dari layanan transportasi dua roda menjadi pengelola *super-app* Indonesia. Melalui logo baru ini, logo Go-Jek yang bahkan dipasang dalam berbagai ukuran kini mudah diidentifikasi (Maulana, 2019). Pada logo baru ini juga merepresentasikan banyak hal, salah satu di antaranya adalah ikon *driver* yang serupa dengan layanan Go-Ride (Asih, 2019). Selain itu logo tersebut juga menyerupai ikon kaca pembesar dan *pinpoint* (Clinten, 2019). Kapoor dan Vij (2018) menyatakan bahwa desain visual yang baik pada aplikasi akan mengarah pada tingkat keterlibatan pengguna yang lebih tinggi.

Desain aplikasi yang menarik dan mudah digunakan dapat mempengaruhi keputusan pembeli dalam memesan makanan. Pembeli akan memiliki citra yang negatif dan berpersepsi bahwa perusahaan tidak profesional jika tampilan aplikasi tersebut sangat sederhana. Desain yang menarik dikenal secara luas sebagai alat untuk menarik perhatian pengguna, mendukung interaksi, dan menciptakan pengalaman yang menarik. Desain visual aplikasi seluler mengacu pada stabilitas, keindahan, dan pesona penampilan situs web termasuk gambar, warna, font, dan lain-lain (Kapoor & Vij, 2018). Situs web dengan konten yang kaya dan kunjungan yang mudah untuk mendapatkan informasi dapat membawa suasana hati pelanggan yang menyenangkan. Sebaliknya, konsumen tidak akan tinggal di situs ketika konsumen merasa tata letak situs web buruk dan tidak nyaman (Shadkam, 2012).

Menghubungkan atribut-atribut pada aplikasi selular dengan *conversion* akan menunjukkan bagaimana atribut tersebut berdampak pada pembelian makanan secara daring. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh *visual design, information design, navigational design, collaboration design* dan

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020

mengidentifikasi efeknya pada *conversion*. Judul penelitian penulis adalah "Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara *Online* di Kota Batam".

1.2 Permasalahan Penelitian

Permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *visual design* berpengaruh terhadap *conversion*?
2. Apakah *information design* berpengaruh terhadap *conversion*?
3. Apakah *navigational design* berpengaruh terhadap *conversion*?
4. Apakah *collaboration design* berpengaruh terhadap *conversion*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *visual design* terhadap *conversion.*
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *information design* terhadap *conversion.*
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *navigational design* terhadap *conversion.*
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *collaboration design* terhadap *conversion.*

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang telah dilakukan:

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini dapat memberi saran, masukan, dan arahan untuk mendesain aplikasi yang dapat menarik perhatian konsumer.
2. Bagi Akademisi

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya.

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020

1.4 Sistematika Pembahasan

Berikut penjelasan dari kelima bab, masing-masing uraian dijelaskan secara jelas sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang faktor yang melatar belakangi penelitian, masalah yang dihadapi saat penelitian, tujuan dan manfaat yang diberikan dari penelitian, dan sistematika pembahasan akan dijelaskan di dalam bab ini.

BAB II : KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Menjelaskan model penelitian sebelumnya, uraian variabel, pengaruh variabel independen terhadap *conversion*, model penelitian dan rumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini mencakup rancangan pada penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel, serta teknik untuk mengumpulkan data, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang penjabaran hasil data yang sudah diuji dan hipotesis.

BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menjelaskan rangkuman dan diskusi dari bagian sebelumnya. Keterbatasan didasarkan pada kelemahan peneliti yang dapat mempengaruhi temuan penelitian dan menindaklanjuti saran penelitian.

Herlin. Analisis Pengaruh Atribut Aplikasi Seluler Terhadap Pemesanan Makanan Secara Online di Kota Batam.
UIB Repository©2020