

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Terutama saat ini Indonesia telah memasuki revolusi industri 4.0 dimana peningkatan teknologi dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Pengaruh teknologi saat ini yang paling menonjol ada pada perubahan cara masyarakat bertransaksi dalam dunia bisnis dan kehidupan masyarakat sehari-hari. Perkembangan ini memiliki pengaruh yang positif bagi perekonomian, termasuk dalam memperluas akses pasar bagi konsumen melalui internet. Apalagi, teknologi informasi menyediakan informasi secara real time dan informasi tentang harga dengan begitu cepat sehingga memudahkan konsumen dalam membuat keputusan (Akhmadi, 2018). Berdasarkan data hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai angka 171,17 juta jiwa atau 64,8% (APJII, 2018).

Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah munculnya aplikasi *e-commerce*. *E-commerce* merupakan aktifitas perdagangan, baik barang maupun jasa melalui media yang berbasis *internet* (Hermawan, 2017). Pada pelaksanaannya *e-commerce* mencakup semua aktifitas perdagangan fisik, seperti pemasaran, pemesanan, proses pembayaran dan jasa pengiriman, yang seluruh prosesnya dilakukan secara online.

Penggunaan *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, berdasarkan data hasil survey Statista bahwa tercatat pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 154.1 juta dan mengalami peningkatan pada tahun 2019 sebesar 5% menjadi 168.3 juta pengguna (Statista, 2019). Jumlah pengguna *e-commerce* memungkinkan akan terus meningkat setiap tahunnya karena masyarakat menganggap bahwa dengan adanya *e-commerce* dapat memudahkan dalam memenuhi kebutuhannya.

Diantara aplikasi *e-commerce* yang sedang berkembang di Indonesia saat ini yaitu aplikasi Gojek dan Grab. Aplikasi ini pada awalnya merupakan layanan transportasi berbasis online yang dapat diakses dengan mudah melalui telpon seluler. Selain sebagai aplikasi yang menyediakan transportasi berbasis online, aplikasi ini juga menyediakan layanan pesan antar makanan. Cara penggunaan aplikasi layanan pesan antar sangat mudah dimengerti untuk masyarakat awam. Bagi konsumen aplikasi layanan pesan antar makanan bertujuan untuk memudahkan dalam membeli makanan karena dapat menghemat waktu dan tenaga. Sedangkan bagi pemilik restoran, layanan pesan antar ini dapat membantu mengoptimalkan pelayanan terhadap pelanggan dan meminimalisir biaya yang dikeluarkan oleh pemilik restoran.

Aplikasi tersebut sudah tersebar luas di Indonesia salah satunya di kota Yogyakarta. Yogyakarta merupakan kota pelajar, berdasarkan data Pangkalan Data Pendidikan Tinggi pada tahun 2018 Yogyakarta memiliki 105 perguruan tinggi, dengan jumlah mahasiswa mencapai 275.002 (PDDIKTI, 2018). Dalam kehidupan sehari-harinya mahasiswa tentunya tidak terlepas dari penggunaan teknologi baik dalam mencari kebutuhan informasi hingga memenuhi kebutuhan hidupnya. Pada tahun 2018 tercatat

sebanyak 92,6% mahasiswa Indonesia adalah pengguna teknologi internet (APJII, 2018).

Mahasiswa saat ini terutama sarjana S1 dan D3 merupakan individu kelahiran antara tahun 1996-2002, dimana rata-rata umur mereka saat ini yaitu 18-24 tahun. Oleh karena itu mahasiswa saat ini disebut juga Generasi Z, yang mana mereka merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995-2011 (Dabija & Lung, 2019). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) data bahwa 82% Generasi Z merupakan pengguna Internet (APJII, 2018). Generasi Z sangat terampil dalam menggunakan teknologi, kreatif, dan inovatif. Dalam menjalani kehidupannya mereka belajar menggunakan imajinasi dalam berbagai aspek kehidupan, yang secara langsung mempengaruhi dalam mencari informasi dan perilaku belanja mereka (Matthews, 2008). Salah satu dampaknya yaitu perilaku mereka dalam menggunakan aplikasi layanan pesan antar ojek online dalam membeli produk makanan olahan. Dilihat dari sisi usia secara keseluruhan konsumen Ojek Online saat ini yang paling tinggi ada pada umur sekitar 20 tahunan dengan persentase 56%, di posisi kedua umur 30 tahun sebesar 28%, untuk kalangan 40 tahun memiliki persentase 16% (Tri Haryanto, 2017)

Populernya ojek online saat ini membuat banyak perusahaan layanan ojek baru bermunculan, tapi dari sekian banyak perusahaan baru muncul hanya beberapa perusahaan yang dapat bertahan diantaranya yaitu Gojek dan Grab (Abdillah & Octavia, 2017). Aplikasi layanan pesan antar yang paling banyak dipakai di Indonesia, tercatat pada tahun 2018 aplikasi Gojek 142 juta pengguna dan akan terus bertambah setiap tahunnya selain itu terdapat 400 ribu mitra yang tersebar di 370 kota di Indonesia. Sedangkan pada aplikasi Grab, tercatat telah diunduh sebanyak 144 juta kali dan

memiliki mitra yang tersebar di 178 kota di Indonesia (Katadata, 2019). Selain itu Gojek dan Grab merupakan 10 aplikasi yang paling banyak diunduh dalam kategori aplikasi transportasi online di dunia, Grab yang menduduki posisi kedua dan Gojek menduduki posisi ke tujuh, hal tersebut wajar karena gojek baru ada di Asia Tenggara belum tersebar di seluruh dunia (Prama, 2019)

Penelitian mengenai penggunaan layanan pesan antar berbasis aplikasi transportasi online telah banyak dilakukan. Antara lain penelitian oleh Harish & Wardhana (2016) mengenai analisis faktor-faktor yang membentuk preferensi konsumen Gojek di Kota Jakarta . menunjukkan bahwa ada atribut yang dinamakan atribut keunggulan bersaing Gojek serta faktor yang paling dominan menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan aplikasi Gojek yaitu faktor kenyamanan. Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Wulandari et al (2019) tentang Penerapan Analisis Konjoin Untuk Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Padang Terhadap Penggunaan Jasa Ojek Online menunjukkan bahwa atribut yang paling disukai masyarakat Kota Padang adalah harga promo khusus, tunai, ramah, dan driver menggunakan seragam. Sedangkan atribut yang kurang disukai adalah kombinasi dari harga normal, non tunai, kurang ramah, dan driver tidak menggunakan seragam. Sedangkan atribut yang paling penting bagi masyarakat Kota Padang dalam menggunakan jasa ojek online adalah atribut pelayanan driver.

Berdasarkan uraian diatas, konsumen generasi z yang menuntut kemudahan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari dengan memanfaatkan teknologi. Saat ini aplikasi layanan pesan antar makanan seperti Gojek dan Grab merupakan aplikasi yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia, salah satunya kalangan

masyarakat generasi z. Oleh karena itu konsumen generasi z tentunya memiliki kriteria khusus dalam menggunakan aplikasi layanan pesan antar yang tentunya memiliki kualitas pelayanan yang berbeda. Terlebih dahulu konsumen mempertimbangkan atribut yang melekat pada aplikasi layanan pesan antar yang sesuai dengan kriteria mereka agar mencapai kepuasan. Dengan mengetahui atribut yang melekat pada aplikasi layanan pesan antar Gojek dan Grab maka mampu menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan aplikasi layanan pesan antar. Sehingga dapat mengetahui konsumen generasi z lebih menyukai aplikasi layanan pesan antar Gojek atau Grab.

#### B. Tujuan

1. Mengetahui aplikasi layanan pesan antar yang lebih disukai oleh konsumen generasi z dalam membeli makanan melalui aplikasi layanan pesan antar Gofood dan Grabfood.
2. Mengetahui atribut yang paling dipertimbangkan dalam menggunakan aplikasi Gofood dan Grabfood untuk membeli makanan.

#### C. Kegunaan

1. Memberikan gambaran bagi perusahaan penyedia aplikasi layanan pesan antar makanan terkait dengan preferensi responden generasi z dalam menggunakan aplikasi
2. Memberikan pengetahuan lebih dan referensi bagi peneliti selanjutnya dengan tema penelitian yang serupa

3. Menjadi referensi konsumen generasi z dalam membeli makanan melalui aplikasi layanan pesan antar sehingga dapat menjadi rekomendasi dalam memilih aplikasi layanan pesan antar.