

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN GRABFOOD TERHADAP KEPUASAN PELAKU UMKM DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS UMKM KECAMATAN MEDAN BARU)

Gebby Rosmauli Intan Jessica¹, Nursiah², Lily Maryam Nasution³

¹²³Manajemen Bisnis, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan
gebbyrosmauliintanjessica@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Grabfood terhadap kepuasan pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Kecamatan Medan Baru). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan populasi berjumlah 572 pelaku UMKM dan jumlah sampel 85 pelaku UMKM, ditentukan menggunakan metode probability sampling dengan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelaku UMKM di Kecamatan Medan Baru dengan nilai thitung 15,048 > nilai ttabel 1,989 dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya setiap nilai kualitas pelayanan GrabFood naik maka kepuasan pelaku UMKM akan naik dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelaku UMKM.

Kata kunci : *GrabFood, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, UMKM*

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Grabfood service quality on the satisfaction of MSMEs in Medan City (Case Study of Medan Baru District). The research method used is quantitative. With a population of 572 MSME actors and a sample size of 85 MSME actors, it was determined using the probability sampling method with accidental sampling technique. Data collection techniques use questionnaires. The results of this research show that GrabFood service quality has a positive and significant effect on the satisfaction of MSME players in Medan Baru District with a t value of 15.048 > t table value of 1.989 with a significant value of $0.000 < 0.05$, which means that every time the value of GrabFood service quality increases, the satisfaction of MSME players will increase. with the specified level of significance indicating a strong relationship between service quality and satisfaction of MSME players.

Keywords: *GrabFood, Service Quality, Satisfaction, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi saat ini berkembang dengan sangat pesat. Seiring berjalannya waktu, di era globalisasi perkembangan teknologi mengambil peranan yang sangat penting karena mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas kehidupan. Disaat ini, dunia mengenal teknologi yang dinamakan media internet, dimana setiap orang melalui media ini memperoleh dan menyampaikan informasi yang di butuhkan kapan dan dimana saja.

Para pengguna internet setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat drastis sehingga pelaku UMKM dituntut untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing, serta perilaku konsumen yang menginginkan informasi cepat dan transaksi yang dapat dilakukan selama 24 jam, menjadi faktor pendorong berkembangnya bisnis berbasis teknologi informasi yang menjadikan para pembisnis bersaing menciptakan inovasi terbaru. Salah satunya adalah Grab, Grab merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Malaysia yang berpusat di Singapura dan diluncurkan di Indonesia pada 2014 untuk memenuhi kebutuhan pengguna sehari-hari dengan menyediakan berbagai layanan *on-demand* dalam satu platform yang termasuk GrabBike, GrabCar, GrabExpress, Grabpay, GrabAds, GrabMart, dan GrabFood.

Pelayanan aplikasi Grabfood yang digunakan UMKM bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk/jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Menurut Indrasari (2019:92), Beberapa indikator kepuasan konsumen dalam layanan jasa yaitu, kesediaan untuk merekomendasikan, niat menggunakan kembali dan mengkonfirmasi kesesuaian harapan. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, pelayanan grabfood perlu memperhatikan kualitas layanan. Kualitas pelayanan adalah suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memuaskan konsumen. Menurut Chandra, dkk (2020 : 83), Kualitas pelayanan terdiri dari lima indikator yang harus dipenuhi antar lain, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Oleh karena itu,

kualitas layanan GrabFood diharapkan memberikan kepuasan terhadap UMKM.

Kemitraan antara GrabFood dan pelaku UMKM menciptakan hubungan saling menguntungkan atau bermutualisme. GrabFood memberikan platform pengantaran yang efisien dan luas, membantu pelaku UMKM menjangkau konsumen potensial tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk infrastruktur pengantaran sendiri. Sebaliknya, pelaku UMKM menyediakan beragam pilihan makanan yang menarik bagi pelanggan GrabFood, memperkaya variasi menu yang ditawarkan dan meningkatkan daya tarik platform. Dengan saling mendukung, GrabFood dan pelaku UMKM menciptakan kesempatan pertumbuhan bisnis yang saling menguntungkan dan berkontribusi pada ekosistem kuliner yang berkembang di Indonesia dan khususnya di Kota Medan Kecamatan Medan Baru.

Beberapa hasil penelitian terdahulu relevan dengan penelitian ini. (1) Cahayani (2021) dengan judul Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. (2) Cahya, dkk. (2021) dengan judul Analisis Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kuliner Di Yogyakarta. (3) Fandriansyah (2022) dengan judul Pemanfaatan Market Place Grabfood & Gofood Dalam Peningkatan Penjualan Pada Umkm Food And Beverages Mao-Mao Cirebon. Dari beberapa penelitian diatas yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan. Hasil yang diperoleh dari penelitian diatas berbeda setiap variabelnya. Oleh karena itu penelitian ini terfokus mengkaji pada pelayanan yang mana faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap kepuasan baik secara parsial maupun secara simultan.

Kualitas Pelayanan

Chandra, dkk (2020:68) berpendapat bahwa Kualitas pelayanan merupakan tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (yang dikutip oleh Fatihudin dan Firmansyah 2019:191) adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian

atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Indrasari (2019:62) mengatakan bahwa kualitas pelayanan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Sulistiyowati (2018:25) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian dengan harapan konsumen.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi atau bahkan melebihi standar harapan dan kebutuhan pelanggan dengan memberikan nilai tambah layanan yang memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari indikator kualitas layanan tersebut.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan sebagai fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Harapan pelanggan melatarbelakangi mengapa dua organisasi yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Beberapa definisi kepuasan konsumen, yakni :

Menurut Chandra, dkk (2020:120) menyatakan bahwa kepuasan adalah respons konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jafar (yang dikutip oleh Sulistiyowati 2018:54) mengatakan bahwa Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Kotler (yang dikutip oleh Sulistiyowati 2018:54) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah Tingkat perasaan konsumen (UMKM) setelah membandingkan antara apa yang di terima dengan harapannya.

Sulitiyowati (2019:54) berpendapat bahwa Kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Indrasari (2019:83) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Berdasarkan definisi di atas bahwa kepuasan konsumen merupakan respon yang ditunjukkan

oleh konsumen terhadap layanan yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkannya. Apabila yang diterima lebih dari harapan maka konsumen tersebut merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila layanan yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan layanan yang diterima.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, Menurut Sugiyono (2019:16), Lokasi yang dipilih untuk penelitian ini UMKM di Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah 572 pelaku UMKM yang menggunakan Pelayanan GrabFood dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* yaitu *accidental sampling*, jumlah sampel yang digunakan adalah 85 responden dengan menggunakan rumus *Slovin*. Sumber data yang pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui *google form*. Menurut Sugiyono (2019: 194) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengolahan data primer menggunakan analisis *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 26 dengan teknik analisis regresi sederhana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 26. Adapun uji yang dilakukan dalam teknik analisis data yaitu uji normalitas dan heteroskedastisitas, regresi linear sederhana, uji-t dan Koefisien Determinasi

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

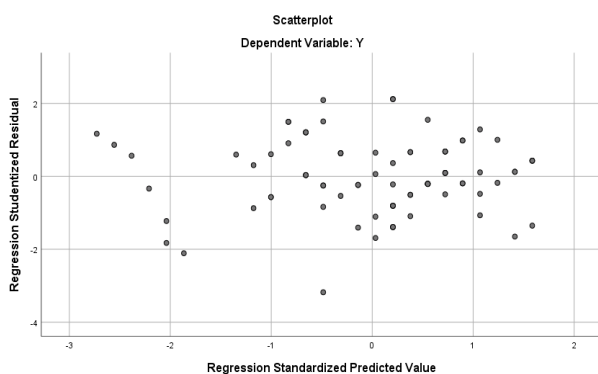
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70989912
	Most Extreme Differences	
Absolute		.071
Positive		.053
Negative		-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* Test diatas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansinya sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil grafik heteroskedastiditas diatas, dapat terlihat bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu yang jelas yaitu dimana titik-titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat diartikan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastiditas

Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	7.727	2.140		
1 X	.487	.032	.855	15.048	.000

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 7.727 + 0,487X + e$$

Dari persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:1). Konstanta (a) sebesar 7,727, mengandung arti bahwa nilai

konstanta kepuasan tetap sebesar 7,727. 2). Koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,487, artinya bahwa setiap nilai kualitas pelayanan GrabFood naik maka nilai kepuasan pelaku UMKM juga naik, sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan GrabFood berpengaruh positif terhadap kepuasan pelaku UMKM.

Uji Parsial (Uji-t)

Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Parsial (Uji-t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	7.727	2.140		
1 X	.487	.032	.855	15.048	.000

Pengambilan keputusan dalam uji parsial apabila Taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dan df sebesar 83 adalah 1,989 dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Koefisien Determinasi

Berikut hasil olah data dari uji koefisien determinasi :

Tabel 5. Uji Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.732	.729	1.720

a. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R2) di atas, ditemukan bahwa R Square memiliki nilai sebesar 0,732 (73,2%). Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 73,2% kontribusi pengaruh kualitas pelayanan GrabFood terhadap kepuasan pelaku UMKM di Kecamatan Medan Baru.. Sementara itu, sebesar 26,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Tsig adalah 0,000. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikan kualitas pelayanan GrabFood $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 15,048 >$ nilai $t_{tabel} 1,989$. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelaku UMKM. Dengan demikian kualitas pelayanan GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan GrabFood (X) terhadap Kepuasan Pelaku UMKM (Y) menyatakan bahwa nilai thitung 15,048 > nilai ttabel 1,989 dan nilai signifikan kualitas pelayanan GrabFood (X) $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelaku UMKM Kecamatan Medan Baru. Nilai regresi dari kualitas pelayanan GrabFood adalah sebesar 0,487, menyatakan bahwa setiap kualitas pelayanan bertambah maka nilai kepuasan pelaku UMKM bertambah. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh Kualitas Pelayanan GrabFood (X) terhadap Kepuasan Pelaku UMKM (Y) adalah positif. Hal ini membuktikan bahwa walaupun kualitas pelayanan GrabFood merupakan suatu layanan E-Commerce yang telah diluncurkan di Indonesia pada tahun 2016 terutama wilayah Medan Baru, memiliki dampak positif bagi berlangsungnya perkembangan UMKM Kecamatan Medan Baru.

4. PENTUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisa yang telah dilakukan untuk mengkaji Pengaruh Pelayanan GrabFood Terhadap Kepuasan Pelaku UMKM Di Kecamatan Medan Baru, maka kesimpulan yang dapat diambil ialah:

1. Kualitas pelayanan GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelaku UMKM di Kecamatan Medan Baru. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan maka kepuasan pelaku UMKM juga meningkat.
2. Kualitas pelayanan GrabFood memberikan jaminan kepercayaan kepada pelaku UMKM terhadap platform tersebut. Pelaku UMKM cenderung tetap menggunakan GrabFood sebagai sarana untuk menjual produk mereka karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan penulis ialah:

- a. Pelaku UMKM
Disarankan agar segera memanfaatkan pelayanan GrabFood sebagai salah satu strategi pemasaran. Dengan menggunakan layanan ini, UMKM dapat memiliki layanan pengantaran tanpa harus memiliki armada dan tenaga pengantar sendiri. UMKM yang telah menggunakan GrabFood juga dapat memberikan rekomendasi kepada UMKM lainnya, sehingga manfaat penggunaan teknologi ini dapat dirasakan secara lebih luas.
- b. Grab
Diharapkan terus mengembangkan kualitas fitur layanan dalam aplikasi Grab dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan pelaku UMKM, terutama di Kecamatan Medan Baru. Penting untuk mengatasi kurangnya literasi digital yang menghambat antusiasme penggunaan aplikasi GrabFood. Selain itu, sebaiknya menurunkan Merchant Discount Rate (MDR) yang dibebankan kepada UMKM agar dapat meningkatkan penggunaan layanan pemesanan makanan online dan mendukung pengembangan usaha mitra GrabFood.
- c. Peneliti selanjutnya
Disarankan untuk menambahkan variabel-variabel baru pada penelitian ini dan memperluas jangkauan penelitian ke objek-objek dengan karakteristik yang berbeda dari Kecamatan Medan Baru. Hal ini akan memberikan perbandingan dan referensi yang lebih kaya dalam penelitian selanjutnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Mimi. (2021). *Analisis Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram*. JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan), Universitas Islam Al-Azhar, Vol.5, No 1, Hal. 90 - 103, E-ISSN: 2549-0893.
- Cahya, Agus Dwi, Mahdanito F.B, Dimas Martha, Dan Singgih Prasetianto. (2021). *Analisis*

Layanan Go - Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kuliner Di Yogyakarta. Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman Samarinda, Vol. 13 Hal 264 - 272.

UMKM MEDAN. Dipetik Maret 20, 2023, dari <https://data.pemkomedan.go.id/dataset/daftar-umkm-di-kota-medan>.

Chandra, Teddy, Stefani Chandrai, Dan Layla Hafni. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*. Purwokerto: CV IRDH.

Fandriansyah, Muhammad Agustian. (2022). *Pemanfaatan Market Place GrabFood & GoFood Dalam Peningkatan. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, Volume 24 No 3.

Fatihudin, Didin, Dan Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.

Ghozali, H. Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Januardin. (2021). *Pengembangan UMKM*. Medan: UNPRI PRESS.

Ngalino. (2022). *Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Di Kecamatan Sukarami Palembang. Jurnal Adminika, Politeknik Anika Palembang*, Volume 8. No 2 Hal 29 - 44 ISSN : 2442-3343.

Rerung, Rintho Rante. (2018). *E-Commerce " Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi "*. Yogyakarta: Deepublish.

Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif/Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulistiyowati, Wiwik. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo: Umsida Press.

Sumarsid dan Atik Budi Paryanti. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setia Budi)*. *Jurnal Ilmiah M - Progress, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarnma.*, Vol.12, No 1 Hal 70 - 83.