

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada era digital saat ini, belanja online telah menjadi kebutuhan bagi banyak orang. Belanja online memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pembeli, yaitu mereka dapat membeli produk dari rumah mereka tanpa harus keluar rumah. Salah satu platform belanja online yang sedang populer adalah Shopee. Shopee didirikan pada tahun 2015 oleh Sea Group dan saat ini memiliki operasi di beberapa negara di Asia Tenggara, Taiwan, dan Hong Kong. Shopee menawarkan berbagai produk, mulai dari fashion, elektronik, dan produk rumah tangga, serta layanan pembayaran dan pengiriman yang aman dan mudah bagi penggunanya. Shopee menjadi platform belanja online yang populer karena konsep belanja murah dengan harga yang kompetitif dan layanan pelanggan yang baik. Dalam beberapa tahun terakhir, Shopee juga memperluas strategi pemasaran dan inovasi teknologi untuk meningkatkan pengalaman belanja online bagi penggunanya dan memperluas jangkauan pasar.

Shopee adalah sebuah platform belanja daring yang didirikan pada tahun 2015 oleh Sea Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena). Berbasis di Singapura, Shopee saat ini telah memperluas operasinya ke beberapa negara di Asia Tenggara, Taiwan, dan Hong Kong. Shopee menawarkan berbagai produk, termasuk fashion, elektronik, dan produk rumah tangga, serta menyediakan layanan pembayaran dan pengiriman yang mudah dan aman bagi penggunanya. Shopee menjadi populer karena konsep belanja murah dengan harga yang

kompetitif dan layanan pelanggan yang baik. Platform ini juga menawarkan berbagai promo dan diskon untuk membantu pembeli menghemat uang mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, Shopee telah meningkatkan strategi pemasaran dan inovasi teknologi untuk meningkatkan pengalaman belanja online bagi penggunanya dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan membantu memperluas akses dan jangkauan konsumen pada berbagai produk dan layanan, termasuk industri kuliner. Akses internet yang mudah dan aplikasi pemesanan makanan yang tersedia membuat proses pemesanan makanan lebih mudah dan efisien bagi konsumen. Ini memungkinkan konsumen untuk memesan makanan melalui smartphone atau komputer mereka dari kenyamanan rumah mereka tanpa harus meninggalkan rumah. Selain itu, teknologi juga membantu mempromosikan dan memperkenalkan konsumen pada berbagai tren dan gaya hidup sehat, seperti makan lokal dan makan sehat.

Dalam era teknologi yang semakin maju, aplikasi belanja online seperti Shopee Food semakin populer dan menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin membeli makanan dengan cara yang praktis dan mudah. Konsumen dapat membeli makanan dengan hanya menggunakan smartphone mereka dan tidak perlu keluar rumah. Keunggulan utamanya adalah proses pemesanan yang cepat dan mudah. Pengguna dapat memilih dari berbagai restoran dan warung makan yang terdaftar, dan melakukan pemesanan dengan beberapa klik. Aplikasi ini juga menawarkan pembayaran online yang aman dan nyaman, sehingga

pengguna tidak perlu khawatir tentang keamanan informasi pembayaran mereka.

Teknologi memainkan peran penting dalam mengubah industri kuliner dan memberikan pengalaman baru bagi konsumen dalam memesan makanan. Dengan akses internet yang mudah dan aplikasi pemesanan makanan yang tersedia, konsumen dapat memesan makanan mereka dengan mudah dan efisien dari kenyamanan rumah mereka tanpa harus meninggalkan rumah. Aplikasi pemesanan makanan membuat proses pemesanan makanan lebih mudah dan cepat bagi konsumen. Selain itu, teknologi juga membantu mempromosikan tren gaya hidup sehat seperti makan lokal dan makan sehat, memperkenalkan konsumen pada pilihan yang lebih sehat dan berkualitas. Dalam hal ini, teknologi membantu memperluas jangkauan konsumen dan memberikan pengalaman baru dalam dunia kuliner.

Gaya hidup modern juga memainkan peran penting dalam perkembangan dunia kuliner dan pemesanan makanan secara online. Konsumen sekarang memiliki akses yang lebih luas pada berbagai jenis makanan dan memiliki lebih banyak waktu untuk mencari makanan yang sesuai dengan selera mereka. Ini membantu mempromosikan gaya hidup yang berfokus pada kenyamanan dan membuat proses pemesanan makanan lebih menyenangkan bagi konsumen. Perkembangan dunia kuliner melalui pemesanan online adalah suatu tren yang semakin populer dan menunjukkan perubahan dalam cara orang memesan makanan. Pemesanan makanan secara online mempermudah proses pemesanan dan memungkinkan konsumen untuk memesan makanan dari tempat mereka berada. Dengan banyaknya pilihan restoran dan makanan yang tersedia dalam

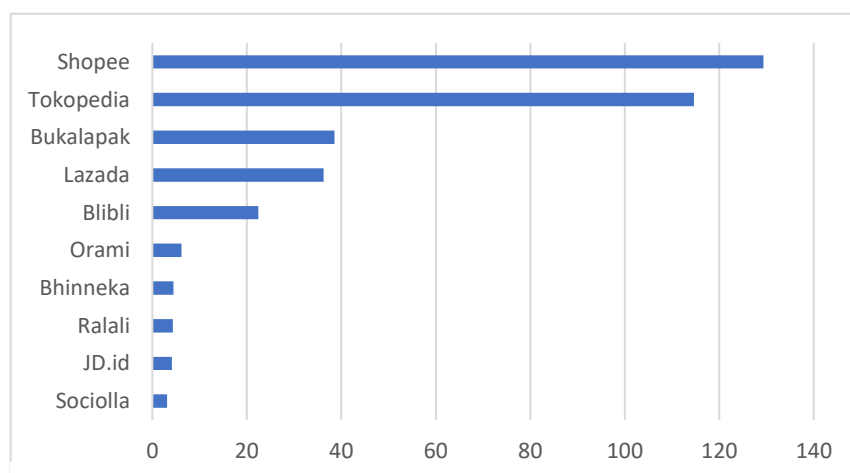
satu platform, konsumen memiliki pilihan yang lebih luas dan bisa memilih makanan sesuai dengan preferensi mereka. Pembayaran makanan secara online juga membuat proses pembayaran lebih mudah dan cepat, dengan opsi pembayaran digital yang tersedia. Selain itu, pemesanan makanan secara online membuat konsumen dapat menikmati pengalaman memesan makanan yang lebih baik dan menyenangkan. Perusahaan juga dapat mengumpulkan data dan melakukan analisis untuk memahami kebiasaan dan preferensi konsumen. Pemesanan makanan secara online juga membantu memperkuat ekonomi dan bisnis, karena membuat proses pemesanan dan distribusi makanan lebih efisien dan memperluas jangkauan bisnis. Secara keseluruhan, pemesanan makanan secara online merupakan perkembangan penting dalam dunia kuliner yang membantu mempermudah proses pemesanan dan meningkatkan pengalaman konsumen.

Di era digital saat ini, pemesanan makanan melalui aplikasi telah menjadi kebiasaan bagi banyak orang. Pemesanan makanan melalui aplikasi membuat proses pesan makanan lebih mudah dan efisien. Salah satu platform pemesanan makanan yang sedang populer adalah Shopee Food. Shopee Food merupakan fitur baru dari platform belanja online, Shopee, yang memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dari restoran atau kafe terdekat melalui aplikasi. Shopee Food memiliki banyak pilihan menu dan restoran, serta layanan pembayaran dan pengiriman yang aman dan mudah bagi penggunanya. Shopee Food menjadi platform pemesanan makanan yang populer karena konsep pemesanan makan mudah dan efisien. Dalam beberapa tahun terakhir, Shopee Food juga memperluas strategi pemasaran dan inovasi teknologi untuk

meningkatkan pengalaman pemesanan makanan bagi penggunanya dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam era teknologi yang semakin maju, aplikasi pemesanan makanan secara online seperti Shopee Food semakin populer dan menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin membeli makanan dengan cara yang praktis dan mudah. Konsumen dapat membeli makanan dengan hanya menggunakan smartphone mereka dan tidak perlu keluar rumah. Keunggulan utamanya adalah proses pemesanan yang cepat dan mudah. Pengguna dapat memilih dari berbagai restoran dan warung makan yang terdaftar, dan melakukan pemesanan dengan beberapa klik. Aplikasi ini juga menawarkan pembayaran online yang aman dan nyaman, sehingga pengguna tidak perlu khawatir tentang keamanan informasi pembayaran mereka.

Dari hasil survei Statista oleh Wolff (2021) dikutip dari (Nafisatun, 2021:2), Shopee menjadi top of mind e-commerce di Indonesia yang memiliki rata-rata kunjungan perbulannya mencapai 129,3 juta pengunjung pada kuartal IV 2020. Lalu, disusul oleh Tokopedia sebesar 114,6 juta pengunjung, Bukalapak sebesar 38,5 juta pengunjung, dan Lazada Indonesia sebesar 36,2 juta pengunjung.



**Gambar 1.1 Top Brand E-Commerce di Indonesia 2020**

Sumber : Statista, (2021)

Shopee adalah salah satu e-commerce atau situs belanja online terbesar di Indonesia, kemudian dinyatakan oleh website resmi shopee Indonesia (2021) tidak hanya di Indonesia namun juga se-Asia Tenggara dan Taiwan yang pertama kali hadir di tahun 2015. Shopee sendiri dimiliki oleh salah satu 3 warga asal Singapura, Chris Feng adalah CEO sekaligus founder. Shopee juga merupakan anak perusahaan dari Sea Group, yang diketahui sebagai perusahaan publik Singapura yang memanfaatkan teknologi Internet. Tidak hanya e-commerce saja yang meningkat, tetapi layanan bidang antar makanan. Menurut data Momentum Works, Chief Operating Officer, Yorlin Ng yang menjelaskan dalam Akurat.co (Hasanuddin, 2021), di tahun 2020 bisnis layanan pesan antar makanan di asia meningkat sebesar 183 persen, sedangkan sebesar 91 persen di tahun 2019. Kemudian, di antara negara asia, Indonesia merupakan penghasil terbesar dalam bidang layanan pesan antar makanan dengan sebesar 3,7 miliar dollar AS atau setara 52,1 triliun rupiah.

Dengan hadirnya Shopee Food sebagai pesaing baru dalam layanan antar pesan makanan yang merupakan bisnis baru yang dikeluarkan oleh Shopee tentunya mempunyai banyak strategi yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan bisnis layanan antar makanan yang cukup ketat sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Shopee Food juga dalam upaya mengambil pasar yang ada, mereka melakukan promosi yang cukup menarik seperti dengan pemberian potongan mulai dari 25 ribu rupiah bagi para pembeli yang melakukan pemesanan makanan pada gerai – gerai tertentu.

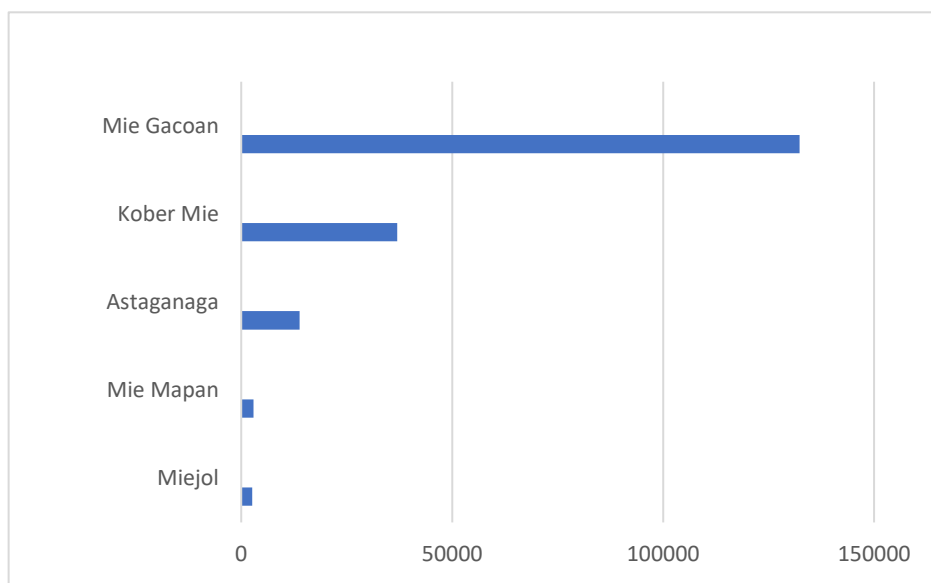
Shopee Food juga menawarkan layanan gratis ongkos kirim dan sistem pengiriman yang cepat serta terjamin pengemasannya, sehingga makanan dapat diterima dengan kondisi yang baik. Untuk membantu pengguna membuat pilihan makanan yang tepat, aplikasi ini menyediakan penilaian dan ulasan dari pelanggan sebelumnya. Ini membantu pengguna memahami kualitas dan rasa makanan yang dapat mereka harapkan, sehingga mereka dapat membuat pilihan yang tepat untuk makan siang atau makan malam.

Pada saat ini, aplikasi e-commerce seperti Shopee Food sedang menjadi salah satu platform pembelian makanan yang sangat populer. Dalam aplikasi tersebut, pelanggan dapat membeli berbagai jenis makanan, termasuk mie gacoan. Namun, meskipun mie gacoan memiliki banyak pembeli, tidak semua orang yang membeli mie gacoan memiliki keputusan pembelian yang sama.

Seperti yang dikutip pada [miegacoan.com](http://miegacoan.com), website resmi "Mie Gacoan" dijelaskan "Mie Gacoan" adalah sebuah merk dagang dari jaringan restaurant mie pedas no 1 di indonesia, yang menjadi anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi. Berdiri sejak awal tahun 2016, saat ini merk "Mie Gacoan" telah tumbuh menjadi market leader, utamanya di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Kepulauan Bali, dan sedang dalam jalur kuat untuk berekspansi menjadi merk terbesar nomor 1 secara nasional. Mengusung konsep bersantap modern dengan harga yg affordable, kehadiran "Mie Gacoan" telah mendapatkan apresiasi luar biasa di setiap market dimana "Mie Gacoan" hadir untuk melayani puluhan ribu pelanggan setiap bulan nya. Oleh karena itu, inovasi akan selalu kami kedepankan agar "Mie Gacoan" tetap relevan dan menjadi pilihan terbaik bagi para customer fanatik.

Nama "Mie Gacoan" diambil dari kata "Gaco" yang artinya jagoan atau andalan dalam bahasa Jawa. Tidak heran jika Mie Gacoan menjadi tempat bersantap favorit bagi masyarakat Indonesia, khususnya mahasiswa, pelajar dan keluarga. Dengan mengusung suasana restoran yang atraktif, keren dan lega, dan juga dilengkapi berbagai fasilitas membuat setiap pengunjung makin betah dan selalu ingin kembali lagi.

Perkembangan teknologi juga membantu mempromosikan dan memperkenalkan mie gacoan kepada masyarakat lebih luas. Penggunaan internet dan aplikasi pemesanan makanan memudahkan konsumen untuk memesan mie gacoan dari kenyamanan rumah mereka. Dengan perkembangan ini, industri mie gacoan mulai berkembang dan memperoleh respon positif dari masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa mie gacoan memiliki potensi untuk menjadi salah satu jenis makanan yang dicintai oleh masyarakat luas.



**Gambar 1.2 Restoran Mie Pedas Terlaris**

Sumber : Shopee Food (2023)



Berdasarkan presentase restoran terlaris menurut aplikasi Shopee Food yang dikelompokkan menurut rating dan jumlah bintang lima yang diterima oleh konsumen data menunjukkan adanya fenomena pada restoran yang menjual menu mie pedas, dalam presentase ditunjukkan bahwa gacoan mendominasi dalam sektor mie pedas dan memperoleh lebih dari 130.000 ribu bintang lima atau lebih tepatnya sebanyak 132.323 bintang lima, angka tersebut membuat “mie gacoan” berada di urutan pertama dalam kategori restoran terlaris pada aplikasi shopee food. Berbeda dengan pesaingnya yang lain yang berada jauh dibawah “mie gacoan”. Seperti data diatas ”kober mie” hanya memperoleh 37.034 bintang lima, serupa dengan “kober mie” restoran “astaganaga” hanya menyentuh sebanyak 13.947 bintang, “Mie Mapan” hanya sebanyak 2.927 bintang, berada di posisi paling bawah miejol hanya memperoleh sebanyak 2.623 bintang lima.

Data diatas menunjukkan bahwa dari daftar restoran terlaris menurut shopee food yang menjual makanan kategori mie pedas mie gacoan berada di posisi nomor satu baik dari kategori makanan mie pedas maupun dari kategori restoran terlaris menurut Shopee Food. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi suatu fenomena didalam persaingan restoran yang menjual jenis makanan yang sama yaitu mie pedas.

Meskipun mie gacoan memperoleh lebih dari 130.000 bintang lima tidak sedikit juga review buruk yang diberikan oleh para konsumen “mie gacoan” peneliti mengambil contoh cabang ter-laris menurut shopee food yaitu cabang manyar yang dalam ulasanya memperoleh sebanyak kurang lebih 900 review bintang satu, banyak di antara mereka yang mengeluh jeleknya pelayanan baik dari segi kualitas makanan yang diberikan maupun kesalahan dalam makanan yang mereka pesan dan juga harga yang relatif naik tetapi tidak sesuai dengan pelayanan dan kualitas

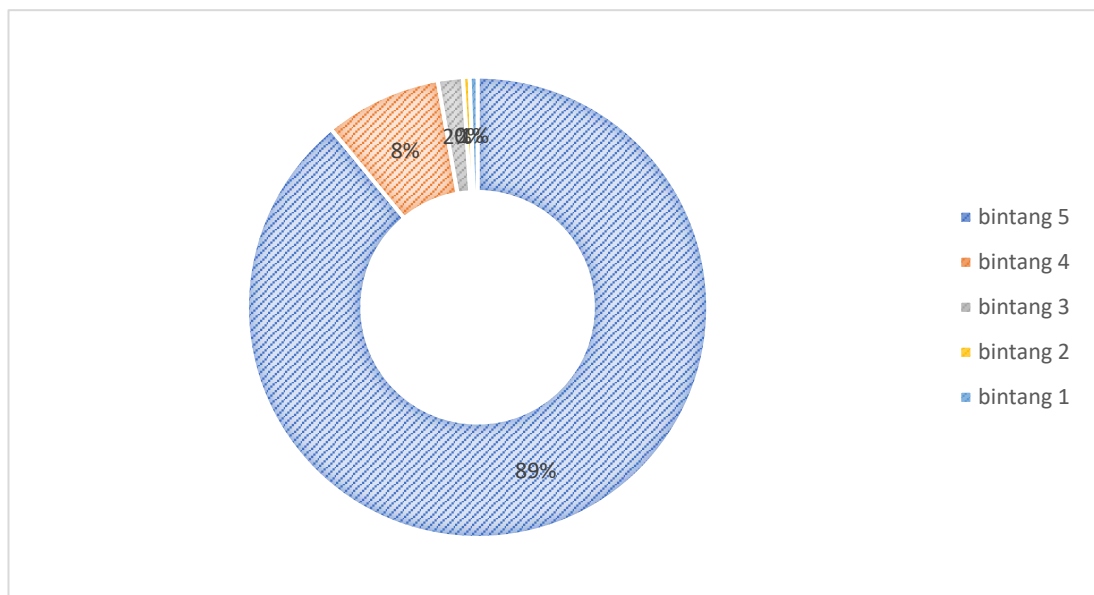
yang didapatkan, hal ini menjadi pertanyaan mengapa mie gacoan tetap menjadi restoran yang menjual mie pedas terlaris menurut Shopee Food.

Bintang	Mie Gacoan Manyar	Mie Gacoan Ambengan	Mie Gacoan Mayjend	Mie Gacoan Margorejo	Mie Gacoan Kenjeran	Mie Gacoan Merr	Mie Gacoan Ayani	Mie Gacoan Wiyung	Mie gacoan Manukan
5	148583	180148	70768	67204	53374	62050	27068	97738	15248
4	12895	16106	6538	5949	5237	5507	2387	10077	1640
3	2776	3752	1485	1173	1154	1054	463	2076	370
2	735	927	382	306	329	255	127	564	102
1	907	1192	466	373	387	272	134	591	107
% 1-4	10,5%	10,1%	9,97%	10,6%	9,51%	10,7%	10,7%	9,34%	9,97%

**Gambar 1.3 Review Seluruh Cabang “Mie Gacoan” di Kota Surabaya**

Sumber : Shopee Food (2023)

Diatas merupakan tabel seluruh cabang “Mie Gacoan” yang berada di Kota Surabaya yang berisi informasi tentang jumlah perolehan bintang satu sampai dengan bintang lima yang diperoleh setiap cabang “Mie Gacoan”, dari data diatas maka dapat disimpulkan menjadi diagram dibawah sebagai berikut.



**Gambar 1.4 Ulasan Pelanggan “Mie Gacoan” di Kota Surabaya**

Sumber : Shopee Food (2023)

Pada diagram diatas ditunjukkan bahwa rata - rata bintang lima yang diperoleh “Mie Gacoan” sebanyak 89% dari total keseluruhan review yang diterima dari pelanggan hal ini menjelaskan bahwa hanya sekitar 11% saja yang tidak memberikan bintang lima. Tetapi hal tersebut tidak dapat mendeskripsikan bahwa “Mie Gacoan” tidak memiliki masalah terhadap para konsumennya tidak sedikit pula yang memberikan ulasan maupun review bintang lima dengan ulasan yang buruk dengan tujuan agar nantinya dapat diperbaiki kedepannya ulasan tersebut meliputi berbagai macam aspek yang mengarah kepada keputusan beli seorang konsumen, baik dari segi kualitas produk, pelayanan, maupun harga yang terus meningkat ketimbang para kompetitor yang ada industri yang sama.

Peneliti memilih variable persepsi harga terhadap konsumen “mie gacoan” pada aplikasi Shopee Food dikarenakan ditemukannya indikasi bahwa beberapa restoran yang menjual makanan berjenis mie pedas mempunyai harga yang berbeda. Hal tersebut dapat diketahui melalui harga yang tertera pada aplikasi shopee food “mie gacoan” memiliki harga yang relatif dan tidak terbilang lebih murah ketimbang pesaingnya yang lain, karena dari restoran diatas peneliti menemukan beberapa restoran yang memiliki harga lebih murah dari “mie gacoan” dan tidak memperoleh maupun mendekati review bintang lima yang diperoleh “mie gacoan”, seperti yang dikutip oleh beberapa review pelanggan yang menyatakan bahwa “harga Mie Gacoan terus mengalami peningkatan namun tidak dengan kualitasnya kerap kali terjadi pelayanan yang kurang memuaskan, baik dari segi kualitas produk dan ketidak sesuaian makanan dengan pesanan yang dipesan”.

Apabila dalam pembahasan diatas telah dijelaskan pembahasan mengenai variabel harga, maka pada poin selanjutnya akan dibahas mengenai variabel

promosi. Peneliti memilih variabel promosi dikarenakan tidak sedikit konsumen yang merasa dirugikan saat melakukan pemesanan makanan melalui online, seperti yang ditulis dalam Merahputih.com bahwa cara mendapatkan promo yang tergolong cukup sulit ketika ingin melakukan transaksi sehingga membuat calon konsumen menjadi malas untuk melakukannya. Pernyataan tersebut terbilang kontradiktif karena Shopee Food sendiri selalu memberikan promo potongan harga maupun promo gratis ongkos kirim di gerai maupun mitra yang berkerja sama dengan Shopee Food.

Sedangkan alasan peneliti memilih studi kasus pada Mie Gacoan dikarenakan Mie Gacoan menjadi restoran terlaris dalam aplikasi shopee food dibandingkan dengan restoran lain, kurang lebih sekitar 130.000 review bintang lima yang telah diperoleh Mie Gacoan, hal tersebut membuktikan bahwa Mie Gacoan layak menjadi restoran terlaris menurut Shopee Food dan menduduki peringkat pertama.

Tetapi dengan review yang tinggi tidak membuktikan bahwa “Mie Gacoan” benar – benar terbebas dari suatu masalah, banyak review pelanggan menyatakan bahwa harga yang ditawarkan relatif mengalami peningkatan tetapi kerap kali ditemukan penurunan dari segi kualitas produk.

Berdasarkan analisis dan uraian yang telah dijelaskan di atas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoanm di Kota Surabaya (Studi Pada Aplikasi Shopee Shopee Food)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang ingin peneliti angkat yaitu :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian “Mie Gacoan” pada aplikasi Shopee Food ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian “Mie Gacoan” pada aplikasi Shopee Food ?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mie Gacoan melalui aplikasi Shopee Food. Tujuan spesifik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Kota Surabaya.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, peneliti berharap akan memberikan manfaat secara teoritis dan dan praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian Ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, memberikan ,manfaat untuk mengimplementasikan ilmu manajemen pemasaran terutama menyangkut pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi universitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen

Pemasaran serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas dan dapat memberikan referensi serta pengetahuan bagi mahasiswa lain.

3. Bagi perusahaan, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi suatu acuan untuk mengetahui persepsi harga dan promosi dapat berpengaruh dan meningkatkan penjualan, sehingga perusahaan dapat menentukan strategi dalam meningkatkan penjualan.