

EVALUASI KUALITAS PELAYANAN LOGISTIK PADA JASA PESAN-ANTAR MAKANAN DI JABODETABEK BERDASARKAN PERSEPSI GEN MILENIAL SEBAGAI PENGGUNA JASA

Ikhyandini Garindia

ikhyandini.garindia@mercubuana.ac.id

Article Info:

Keywords:

Logistic Service Quality (LSQ);
Importance Performance Analysis (IPA);
Service Quality;
Online-Food Delivery;
Operation Management;
Quality Management;

Article History:

Received : October 09, 2024
Revised : October 10, 2024
Accepted :

Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v4i3.30970>

Abstract

Post-Covid-19 lifestyle has shifted buying and selling patterns from offline to online. Including in terms of ordering food, people now choose to order online. Indonesia is the largest online food delivery service market in Asia. Three food delivery applications in Indonesia, especially in the Jabodetabek area, namely Gofood, Grabfood and Shopeefood. This study aims to evaluate what logistics service quality attributes are important to customers, especially from the millennial generation. The millennial generation is experiencing a phase of change from offline to online patterns. 5 Logistic Service Quality (LSQ) variables, namely order fulfillment, company image, information quality, customer focus and punctuality are described in 15 attributes used to measure which is most important to customers. 75 customer respondents, especially in the Jabodetabek area from the millennial generation, have provided a perception assessment of the quality attributes that are considered important for food delivery applications based on the perceptions of service users. The results of the analysis using the Importance Performance Analysis (IPA) method show that two attributes are the main priorities for improving their performance, namely the customer service attribute that is easy to contact and the customer service that is easy to contact and provides a fast response. The other six attributes are considered important and have shown good performance. The priority of attributes mapped by the IPA diagram is expected to pave the way for increasing the sustainability of online food delivery businesses.

Abstrak

Gaya hidup pasca Covid-19 terjadi pergeseran pola jual-beli yang semula dilakukan secara luring menjadi daring. Termasuk dalam hal pesan makanan, masyarakat saat ini memilih untuk melakukan pemesanan secara daring. Indonesia merupakan pasar layanan antar makanan daring terbesar di Asia. Tiga aplikasi pesan-antar makanan di Indonesia khususnya di wilayah Jabodetabek yaitu Gofood, Grabfood dan Shopeefood. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi atribut kualitas pelayanan logistik apasajakah yang penting bagi pelanggan khususnya dari generasi milenial. Generasi milenial mengalami fase perubahan dari pola luring ke daring. 5 variabel Logistic Service Quality (LSQ) yaitu pemenuhan order, citra perusahaan, kualitas informasi, fokus pada pelanggan dan ketepatan waktu dijabarkan dalam 15 atribut digunakan untuk mengukur manakah yang paling penting bagi pelanggan. 75 responden pelanggan khususnya di wilayah Jabodetabek dari generasi milenial telah memberikan penilaian persepsi terhadap atribut-atribut kualitas yang dianggap penting bagi aplikasi pesan-antar makanan berdasarkan persepsi pengguna jasa. Hasil analisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan dua atribut menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan performanya yaitu atribut layanan pelanggan mudah dihubungi dan layanan pelanggan mudah dihubungi dan memberi respon yang cepat. Enam atribut lainnya dianggap penting dan sudah menunjukkan performa yang baik. Prioritas atribut yang petakan oleh diagram IPA diharapkan dapat membuka jalan bagi peningkatan keberlangsungan bisnis pesan-antar makanan secara daring.

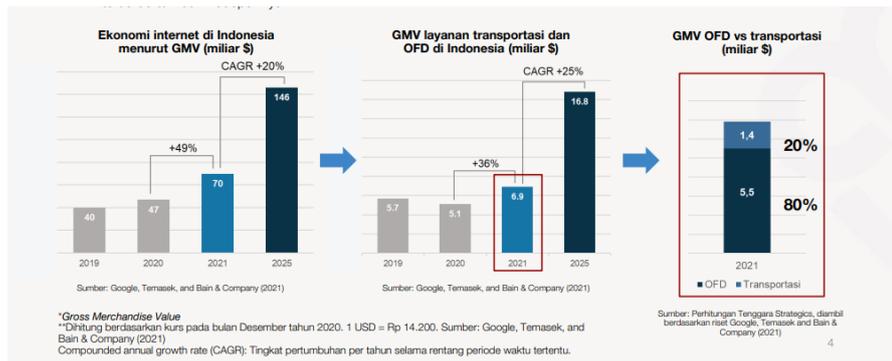
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan gaya hidup daring pasca-pandemi COVID-19 telah mengubah pola industri jasa, termasuk dalam sektor logistik aplikasi pesan-antar makanan. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengandalkan layanan daring mempercepat pertumbuhan penggunaan aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Menurut Katadata.co.id (2024), Indonesia merupakan pasar layanan pesan-antar makanan terbesar di Asia di tahun 2023.

Generasi milenial sebagai generasi yang saat ini sedang memegang peranan penting di negara ini, mengalami dua masa gaya hidup yaitu sebelum covid dan pasca covid. Mereka mengalami masa dimana semua hal dilakukan secara luring dan pasca covid mengalami perubahan gaya hidup secara daring tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengukur indikator manakah yang memerlukan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi pesan-antar makanan secara daring berdasarkan persepsi pelanggan khususnya dari generasi milenial di wilayah Jabodetabek dengan menggunakan metode IPA (Importance and Performance Analysis).

Gambar 1. Data Grafik peningkatan GMV OFD vs Transportasi





Sumber: Tengara.id (2022)

Berdasarkan data tengara.id, Pada tahun 2021, layanan pesan-antar makanan secara daring diperkirakan berkontribusi Rp 78.4 triliun (US\$ 5.52 Miliar) dari total transaksi digital di Indonesia (Rp 994 triliun / US\$ 70 Miliar). Dari data pada diagram diatas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan dari tahun ke tahun dan kedepannya industry pesan-antar makanan dipresikdi terus mengalami peningkatan yang signifikan.

LSQ (Logistic Service Quality) merupakan suatu alat ukur yang menyeluruh, terorganisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan kepuasan pelanggan (Kang & Kim, 2009). Dengan terjaganya kualitas LSQ (Logistic Service Quality) pada perusahaan maka kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen akan meningkat. Waktu pengiriman dan informasi logistik merupakan hal utama yang diperhatikan oleh konsumen, diikuti oleh faktor LSQ lainnya (Saura et al., 2008; Ab Malek et al., 2021; Hafez et al., 2021). Terdapat lima variabel LSQ (Logistic Service Quality) yang disederhanakan (Thai, 2013) yaitu: pemenuhan order, citra perusahaan, kualitas informasi, fokus pada pelanggan, dan ketepatan waktu.

Pemenuhan order menjadi salah satu aspek krusial yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan logistik. Pengguna mengharapkan pesanan mereka dikirim sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan dalam kondisi yang baik. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa ketepatan dan kecepatan pengiriman menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan pesan-antar makanan. Selain itu, aspek citra perusahaan turut memainkan peran penting, di mana brand image yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Kualitas informasi juga menjadi elemen kunci dalam pengalaman pelanggan menggunakan aplikasi pesan-antar makanan. Informasi yang akurat mengenai status pesanan, estimasi waktu pengiriman, dan ketersediaan produk sangat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Sebuah penelitian yang dilakukan selama masa pandemi menunjukkan bahwa kualitas informasi, bersama dengan promosi dan harga, memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam penggunaan aplikasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa selain aspek operasional, pengalaman digital pengguna juga menjadi penentu keberhasilan layanan.

Fokus pada pelanggan dan ketepatan waktu dalam layanan logistik semakin mendapat sorotan pasca-pandemi, di mana permintaan terhadap layanan pesan-antar meningkat drastis. Pelanggan menginginkan pelayanan yang cepat tanggap, personal, dan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan mereka yang dinamis. Penelitian menunjukkan bahwa layanan yang responsif dan dapat diandalkan sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat antar platform pesan-antar makanan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan logistik mereka.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan logistic dari aplikasi pesan-antar makanan secara daring, sehingga keberlangsungan bisnis dari industri jasa pesan-antar makanan secara daring terus bertahan dan dapat bersaing dengan baik.

KAJIAN PUSTAKA

1. Logistik

Logistik merangkum segala aspek terkait transportasi, pergudangan, dan pengelolaan persediaan. Manajemen logistik bertujuan untuk mengoptimalkan pengeluaran dengan tetap memastikan pencapaian tingkat layanan pelanggan yang memuaskan. Dalam proses ini, perhatian terhadap biaya tidak mengesampingkan kepentingan dalam mencapai tingkat pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan.

Logistik pasar melibatkan perencanaan infrastruktur untuk memenuhi permintaan, serta pelaksanaan dan pengendalian alur fisik bahan dan produk dari sumber hingga konsumen. Fokus utamanya adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dengan efisien, sambil mencapai tujuan laba. Dengan memahami dinamika logistik pasar, perusahaan dapat menemukan metode pengiriman nilai yang paling optimal (Hendry dan Ericko, 2015).

1. Service Quality

Menurut Najafzadeh & Shiri (2015), kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian atau pelayanan yang bersifat independen terhadap keunggulan keseluruhan yang dapat dibandingkan dengan kualitas tertentu. Kualitas layanan dijelaskan sebagai hasil evaluasi pelanggan terhadap keunggulan yang diperoleh dari suatu layanan dibandingkan dengan yang diberikan oleh penyedia layanan lain. Kualitas diartikan sebagai berbagai keunggulan yang menyiratkan manfaat lebih tinggi bagi pelanggan dibandingkan dengan layanan sejenis. Penilaian terhadap kualitas layanan bersifat subyektif, menandakan bahwa setiap pelanggan memiliki sudut pandang berbeda dalam mengevaluasi sebuah layanan.

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang memengaruhi produk, jasa, individu, proses, dan lingkungan, yang harus memenuhi atau bahkan melampaui harapan. Dengan demikian, definisi kualitas pelayanan mencerminkan usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sambil menjaga ketepatan dalam menyampaikan layanan guna sejalan dengan ekspektasi mereka. Menurut Wickof dalam Tjiptono (2007) (dalam Hati dan Julianti 2019), kualitas jasa tidak hanya mencakup tingkat keunggulan yang diharapkan, tetapi juga melibatkan pengendalian terhadap keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sejak pertengahan tahun 1980-an, fokus pada kualitas layanan telah menjadi pusat perhatian dalam penelitian pemasaran dan logistik. Penelitian ini sejalan dengan eksplorasi tentang kualitas, manajemen kualitas, dan kepuasan pelanggan yang menjadi elemen penting dalam strategi perusahaan. Hal ini mencerminkan pergeseran paradigma dalam bisnis, di mana kualitas layanan bukan hanya sebagai target yang diinginkan, tetapi juga sebagai aspek yang harus dikelola dengan baik untuk memenuhi harapan pelanggan.

4. Kualitas Pelayanan Logistik

Kualitas layanan jasa kurir, yang dikenal dengan konsep *logistics service quality*

(LSQ), dapat diukur melalui persepsi pelanggan yang terbentuk dari serangkaian interaksi dalam proses antarmuka dengan penyedia jasa logistik. Dalam konteks ini, pendapat tersebut menggambarkan bahwa pandangan pelanggan terhadap LSQ tidak hanya bersumber dari satu transaksi, melainkan hasil evaluasi yang berkelanjutan dari interaksi-interaksi sepanjang waktu. Dengan kata lain, kualitas layanan jasa kurir dinilai dari sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi dalam rentang waktu atau transaksi tertentu. Jika layanan kurir berhasil memenuhi harapan pelanggan secara konsisten, maka LSQ dari jasa kurir tersebut dianggap tinggi.

Metode

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan mix metode yaitu deskriptif kualitatif dan kuantitatif. dengan desain penelitian pemecahan masalah dalam pendekatan metode Importance performance analysis (IPA) dengan mengukur variable logistic Service Quality (LSQ), dengan tujuan dapat di temukan, dikembangkan serta di buktikan, sehingga dapat di gunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

2. Populasi dan sampel

Pada penelitian ini populasi yang diteliti adalah generasi milenial (kelahiran tahun 1981-1996) yang bertempat tinggal di Jabodetabek.

3. Pengumpulan Data

Agar mendapatkan hasil yang akurat maka jenis data yang di gunakan dalam pembahasan penelitian ini:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari lapangan oleh peneliti sebagai objek penelitian. Data primer di peroleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada 75 responden secara daring menggunakan google-form.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan informasi seperti dokumen atau literatur.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada 2 jenis :

A. Teknik Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengukur gap antara harapan dan kenyataan dari voice of customer dan mengukur posisi pelatihan terhadap pelatihan serupa.

B. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dari dokumen perusahaan yang dapat mendukung penelitian, dengan mempelajari dokumen-dokumen perusahaan yang berupa laporan kegiatan pengiriman barang, laporan jumlah barang yang dikirim serta jumlah kerusakan, dan rencana kerja.

4. Uji Keabsaan

Uji Validitas dan Reliabilitas

5. Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu metode importance performance analisis (IPA). Importance Performance Analysis adalah sebuah metode yang dikenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 yang merupakan alat untuk menganalisis dan digunakan untuk membandingkan kinerja atau layanan yang diperoleh pengguna jasa (pelanggan) dibandingkan dengan tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan. Diagram kartesius IPA dapat dilihat pada Gambar 1. Untuk dapat mengetahui apakah metode IPA bekerja sesuai dengan kepentingan pelanggannya dan juga tingkat kepuasan pelanggan maka dianalisis dengan membandingkan kepentingan dan pelayanan riil yang dinotasikan dengan huruf X dan Y. X adalah tingkat kinerja yang memberikan kepuasan pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Importance Performance Matrix dibagi menjadi empat kuadran berdasarkan hasil pengukuran kinerja-kepentingan yaitu Kuadran A (Concentrate

Here), Kuadran B (Keep Up the Good Work), Kuadran C (Low Priority), dan Kuadran D (Possible Overkill).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Tabel 1. Test Validitas

INDICATOR	IMPORTANCE		STATUS	PERFORMANCE		STATUS
	R value	R tabel		R value	R tabel	
PO1	0.836	0.174	Valid	0.713	0.174	Valid
PO2	0.905	0.174	Valid	0.768	0.174	Valid
PO3	0.889	0.174	Valid	0.796	0.174	Valid
CP1	0.821	0.174	Valid	0.768	0.174	Valid
CP2	0.887	0.174	Valid	0.753	0.174	Valid
CP3	0.849	0.174	Valid	0.705	0.174	Valid
KI1	0.868	0.174	Valid	0.677	0.174	Valid
KI2	0.858	0.174	Valid	0.769	0.174	Valid
KI3	0.895	0.174	Valid	0.866	0.174	Valid
FP1	0.897	0.174	Valid	0.811	0.174	Valid
FP2	0.898	0.174	Valid	0.808	0.174	Valid
FP3	0.858	0.174	Valid	0.894	0.174	Valid
KW1	0.897	0.174	Valid	0.848	0.174	Valid
KW2	0.757	0.174	Valid	0.681	0.174	Valid
KW3	0.842	0.174	Valid	0.676	0.174	Valid

Sumber: Hasil olah data (2024)

Setelah melakukan uji validitas, uji reliabilitas juga perlu dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan berdasarkan pemahaman responden terhadap kuesioner. Untuk mengukur hasil reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 (>0,60). Uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS pada kuesioner Importance memiliki nilai alpha sebesar 0.975 dan kuesioner Performance memiliki nilai alpha sebesar 0.949. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner perception dinilai reliabel atau konsisten. Data hasil uji reliabilitas akan ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Test Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Standard	Status
Importance	0.975	0.6	Reliable
Performance	0.949	0.6	Reliable

Sumber: Hasil olah data (2024)

Analisis Deskriptif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 75 responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 85.33% dan laki-laki sebanyak 14.6%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih cenderung melakukan pemesanan makanan secara online dibandingkan laki-laki. Selanjutnya, sesuai batasan populasi yaitu generasi milenial, usia responden yang paling banyak melakukan transaksi

melalui aplikasi gofood/ grabfood/ shopeefood adalah usia 28-32 tahun sebanyak 20%, disusul oleh responden usia 33-37 tahun sebanyak 36% dan usia 38-43 tahun sebanyak 44%. Frekuensi penggunaan aplikasi pesan antar makanan secara daring oleh responden minimal 1x sebulan, 2-5 x dalam sebulan dan yang tidak pasti menduduki prosentasi yang sama yaitu 21.33%, sedangkan yang memesan lebih dari 5 x dalam sebulan lebih tinggi yaitu sebesar 36%. Tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan responden sebesar Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000,- dengan prosentasi 28%. Pendidikan terakhir responden dari generasi milenial di wilayah jabodetabek yaitu sarjana dengan prosentasi 51% dari total responden.

Tabel 3. Analisis Deskriptif Demografi Responden

Aspek	Profil Responden	Frekuensi	Prosentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	11	14.60%
	Perempuan	64	85.33%
Usia	28-32	15	20%
	33-37	27	36%
	38-43	33	44%
Pendidikan Terakhir	SMA	6	8.00%
	Diploma	8	10.60%
	S1	38	51.00%
	S2	23	31.00%
Pekerjaan	Pegawai Negeri	11	14.60%
	Pegawai Swasta	27	36.00%
	Wiraswasta	11	14.60%
	IRT	13	17.33%
	Lainnya	13	17.33%
Rata-rata pendapatan	<Rp 1.500.000,-	15	20.00%
	Rp 1.500.000- Rp 2.500.000	6	8.00%
	> Rp 2.500.000- Rp 5.000.000	11	14.60%
	> Rp 5.000.000- Rp 10.000.000	21	28.00%
	> Rp 10.000.000- Rp 15.000.000	11	14.60%
	> Rp 15.000.000,-	11	14.60%
Frekuensi memesan makanan melalui aplikasi daring (GoFood/ GrabFood/ ShopeeFood):	minimal 1x sebulan	16	21.33%
	2-5 x dalam sebulan	16	21.33%
	>5 x dalam sebulan	27	36%
	tidak pasti	16	21.33%

Sumber: Hasil olah data (2024)

Kesenjangan antara Kepentingan dan Kinerja

Pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki kesenjangan adalah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa indikator kinerja aplikasi jasa pesan-antar makanan daring masih belum memenuhi harapan pelanggannya. Selanjutnya akan dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian kepentingan dan kepuasan dalam bentuk persentase. Tingkat kesesuaian ini nantinya akan digunakan untuk menentukan urutan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Rumus yang akan digunakan adalah:

$$Tki = (Xi : Yi) \times 100\%$$

dimana

Tki = tingkat kesesuaian responden dan

Xi = skor penilaian kepuasan kinerja perusahaan

Yi = skor penilaian minat atau kepentingan pelanggan.

Tabel 4. Gap dan Level Keberlangsungan Atribut

Variabel	Code	Importance Y	Performance X	GAP	Sustainability
Pemenuhan Order	PO1	4.44	4.17	-0.27	93.96%
	PO2	4.44	4.12	-0.32	92.86%
	PO3	4.41	4.15	-0.27	93.92%
Citra Perusahaan	CP1	4.24	4.07	-0.17	95.98%
	CP2	4.37	4.17	-0.20	95.53%
	CP3	4.39	4.20	-0.20	95.56%
Kualitas Informasi	KI1	4.27	3.71	-0.56	86.86%
	KI2	4.32	3.76	-0.56	87.01%
	KI3	4.39	4.00	-0.39	91.11%
Fokus pada Pelanggan	FP1	4.34	3.76	-0.59	86.52%
	FP2	4.37	3.61	-0.76	82.68%
	FP3	4.29	3.85	-0.44	89.77%
Ketepatan Waktu	KW1	4.29	3.68	-0.61	85.80%
	KW2	4.12	3.80	-0.32	92.31%
	KW3	4.20	3.80	-0.39	90.70%

Sumber: Hasil olah data (2024)

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

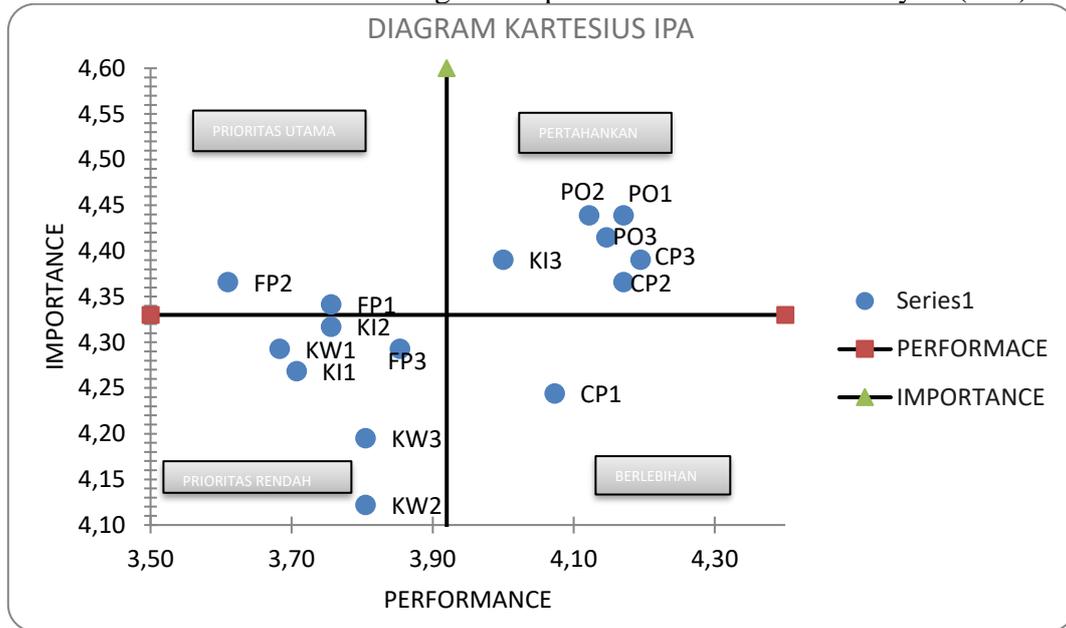
1. Jika $Tki < 100\%$ maka pelayanan belum dapat dikatakan memuaskan.
2. Jika $Tki = 100\%$ maka pelayanan dapat dikatakan memuaskan.
3. Jika $TKI > 100\%$ maka pelayanan dapat dikatakan sangat baik memuaskan.

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai Tki dibawah 100% yang artinya pelayanan jasa pesan-antar makanan secara daring dikatakan belum memuaskan pelanggan.

Pemetaan Prioritas

Analisis pemetaan prioritas dalam pengolahan data menggunakan Microsoft Excel untuk memperoleh diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) untuk seluruh responden pelanggan terhadap Kualitas Layanan Logistik. Diagram kartesius hasil penelitian dapat dilihat pada Gambar 4. Terlihat bahwa terdapat dua indikator yang berada pada kuadran prioritas utama artinya indikator ini dianggap penting oleh pelanggan namun kinerjanya masih kurang baik yaitu FP1 dan FP2; terdapat 6 indikator yang berada pada kuadran bertahan yang artinya performa sudah baik dan dianggap penting oleh pelanggan yaitu PO1, PO2, PO3, CP2, CP3, dan KI3; kemudian terdapat 6 indikator yang berada pada kuadran prioritas rendah artinya secara umum tidak dianggap penting dan performanya juga kurang baik yaitu: KW1, KW2, KW3, KI1, KI2, dan FP3; dan 1 indikator yang berada pada kuadran berlebihan yaitu CP1.

Gambar 4. Hasil Analisis Diagram Importance Performance Analysis (IPA)



Sumber: Hasil olah data (2024)

Dari hasil pemetaan prioritas menggunakan diagram kartesius IPA dapat diketahui indikator fokus layanan pelanggan menjadi prioritas untuk ditingkatkan ke depannya. Berdasarkan pemetaan prioritas tersebut, penulis merancang beberapa program pengembangan Logistic Service Quality pada layanan jasa pesan-antar makanan secara daring sebagai berikut:

Tabel 5. Program Pengembangan Kualitas Layanan

PRIORITAS UTAMA		Program pengembangan
FP1	Layanan pelanggan siap membantu jika ada masalah terkait pesanan.	1. Penguatan Sistem Live Chat dan Bantuan Pelanggan Otomatis Aplikasi perlu meningkatkan layanan pelanggan dengan memperkenalkan chatbot berbasis kecerdasan buatan (AI) yang lebih responsif untuk menangani masalah umum secara otomatis. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan bantuan langsung tanpa harus menunggu agen manusia. Chatbot bisa dioptimalkan untuk mengenali permasalahan spesifik pesanan, seperti pesanan yang terlambat atau salah, dan memberikan solusi cepat atau menghubungkan langsung ke agen manusia untuk kasus yang lebih kompleks.
FP2	Layanan pelanggan mudah dihubungi dan memberikan respons yang cepat.	

		<p>2. Peningkatan Aksesibilitas dan Responsivitas Layanan Pelanggan Sistem layanan pelanggan perlu lebih mudah diakses di seluruh bagian aplikasi, misalnya dengan menyediakan ikon layanan pelanggan yang selalu terlihat di layar utama atau di halaman pesanan. Selain itu, aplikasi dapat menyediakan berbagai opsi kontak seperti panggilan telepon, email, dan media sosial, dengan target waktu respons yang jelas dan ditingkatkan untuk setiap metode.</p> <p>3. Fitur Pelacakan Tiket Masalah Secara Real-Time Mengembangkan fitur pelacakan status komplain atau permasalahan secara real-time dapat meningkatkan transparansi bagi pelanggan. Dengan demikian, pelanggan dapat mengetahui sejauh mana permasalahan mereka telah ditangani dan berapa lama lagi sampai mendapatkan solusi. Hal ini dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan.</p> <p>4. Pelatihan Berkelanjutan bagi Tim Layanan Pelanggan Layanan pelanggan yang tanggap dan solutif tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan tim manusia. Oleh karena itu, pelatihan rutin yang fokus pada peningkatan keterampilan komunikasi dan penyelesaian masalah perlu diterapkan agar tim layanan pelanggan dapat memberikan pengalaman yang lebih personal dan efektif.</p>
DIPERTAHANKAN		
PO1	Pesanan saya selalu tiba sesuai dengan spesifikasi yang saya minta.	Pertahhankan ketepatan pesanan

PO2	Pesanan tiba dalam keadaan lengkap tanpa ada item yang kurang.	Pertahankan kelengkapan pesanan
PO3	Makanan yang saya pesan tiba dalam kondisi yang baik/ segar.	Pertahankan pengemasan yang agar kondisi makanan masih dalam kondisi segar/baik.
KI3	Pemberitahuan tentang status pesanan (dalam proses, diantar, sampai) disampaikan secara real-time.	Pertahankan detail informasi tracking status pesanan.
CP2	Platform layanan pesan antar makanan ini mudah digunakan dan terlihat profesional.	Pertahankan aplikasi yang userfriendly dan profesional
CP3	Perusahaan penyedia layanan ini memiliki kredibilitas yang tinggi dalam menjaga kepuasan pelanggan.	Pertahankan kredibilitas perusahaan.
PRIORITAS RENDAH		
KI1	Informasi yang diberikan tentang produk dan waktu pengiriman selalu akurat.	-
KI2	Informasi terkait ketersediaan menu selalu diperbarui dengan cepat.	-
FP3	Keluhan saya ditangani dengan baik dan memuaskan.	-
KW1	Pesanan makanan saya tiba tepat waktu sesuai estimasi yang diberikan.	-
KW2	Pengantaran dilakukan secepat mungkin setelah pesanan dikonfirmasi.	-
KW3	Waktu pengantaran yang dijanjikan oleh aplikasi selalu dapat diandalkan.	-
BERLEBIHAN		
CP1	Penyedia layanan pesan antar makanan daring ini memiliki reputasi yang baik.	-

Sumber: Hasil olah data (2024)

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode IPA, evaluasi yang didapatkan pada kinerja jasa pesan-antar makanan secara daring khususnya di wilayah jabodetabek berdasarkan persepsi pelanggan dari generasi milenial, hal utama yang perlu ditingkatkan adalah layanan pelanggan siap membantu jika ada masalah terkait pesanan dan layanan pelanggan mudah dihubungi dan memberikan respon yang cepat. Sehingga dapat disimpulkan pada generasi milenial poin layanan pelanggan yang baik dan cepat dalam membantu setiap transaksi serta solutif menjadi hal penting. Penyesuaian perubahan gaya hidup daring bagi generasi milenial membutuhkan proses dan waktu sehingga penting bagi mereka layanan pelanggan dapat membantu dan merespon jika terjadi masalah saat pemesanan makanan secara daring.

Saran

- Saran yang diberikan bagi aplikasi jasa pesan-antar makanan daring yaitu:
 1. Penguatan Sistem Live Chat dan Bantuan Pelanggan Otomatis
 2. Peningkatan Aksesibilitas dan Responsivitas Layanan Pelanggan
 3. Fitur Pelacakan Tiket Masalah Secara Real-Time
 4. Pelatihan Berkelanjutan bagi Tim Layanan Pelanggan

- Saran bagi penelitian selanjutnya yaitu dapat mempertimbangkan indicator lainnya serta mempertajam analisis menggunakan perbandingan dengan mengambil sample lebih luas di kota-kota besar lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Advertorial Detik. 2021. HUT ke 6 J&T Ekspres Luncurkan J&T Cargo di Indonesia. Diambil dari: <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5689836/hut-ke-6-j-t-express-luncurkan-layanan-j-t-cargo-di-indonesia>
- Annur, Cindy M. 2024. Indonesia pasar Online Food Delivery terbesar di Asia Tenggara. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/02/20/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-di-asia-tenggara>. Katadata.co.id. Jakarta
- Firdhausa RM, SA.Dewi, Baihaqi Imam. 2021. Evaluasi Kualitas Pelayanan Last-Mile Logistic pada JNE Express. JURNAL TEKNIK ITS Vol. 10, No. 1, ISSN: 2337-3539
- Hair JF, Sarstedt M., Hopkins L, Kuppelwieser, VG. 2014. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review* 26(2): 106-121. <https://doi.org/10.1108/EBR10-2013-0128>.
- Hua, W., & Jing, Z. (2015). An empirical study on e-commerce logistics service quality and customer satisfaction.
- Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M. and Khawaja, M.I. (2020), "The effect of logistics service quality on customer loyalty: case of logistics service industry", *South Asian Journal of Business Studies*, Vol. 9 No. 1, pp. 43-61.
- Irwan, I., & Adam, K. (2015). Metode partial least square (PLS) dan terapannya (Studi kasus: analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan PDAM unit camming kab. Bone). *Teknosains: Media Informasi Sains dan Teknologi*, 9(1), 5368.
- Kusuma, D. (2015). Pengaruh Logistic Service Quality terhadap Satisfaction dan Loyalty di PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir. *CALYPTRA*, 3(2), 1-10.
- Logistik News. 2023. J&T Express Raih Top Brand Award 2023 untuk Kategori Jasa Kurir. <https://www.logistiknews.id/2023/06/27/jt-express-raih-top-brand-award-2023-untuk-kategori-jasa-kurir/> [05Desember 2023]
- Najafzadeh, M.R. & Shiri, F.(2015). The Relationship between Service Quality and Perceived Value with Customer Loyalty and Aerobic Fitness Clubs in Tabriz. *International Journal of Physical Education, Sports and Health* 1(6), 69-73
- Nisa' Alif Wardatun, Wessiani Naning A.2022.Analisis Evaluasi Kualitas Layanan Logistik dan Analisis Risiko Berbasis ISO 31000 : 2018 pada Perusahaan Penyedia Layanan Logistik (Studi Kasus: Unit Bisnis Freight Forwarding PT Cipta Sinergi Irwandi, S, A and Akbar, T. (2014). Goal-setting participation as strategic measurement performance for enhancing managerial performance through procedural fairness and Goal Commitment. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, ISSN 2087-3735, 17(3), 353-364.
- Putra, Y.M., (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. *Profita*, ISSN 2622-1950, 11(2), 201-217.
- Putra, Y.M. (2018). Literasi dan Sitasi Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Menggunakan Mendeley. *Panduan Penulisan Jurnal Ilmiah*, Jakarta: Universitas Mercu Buana

- Tenggara.di. 2022. Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia. Diambil dari: https://asset.tenggara.id/assets/source/file-research/OFD/Tenggara_Strategics_-_2022_OFD_Research_-_Presentation.pdf.
- Utami, W., Priantara, D., Manshur T. (2011). Profesional Accounting Education in Indonesia: Evidence on Competence and Profesional Commitment, Asian Journal of Business and