

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan judul “Analisis Kepuasan Mitra Mikro Kuliner Pengguna Layanan Shopeefood Di Kota Bandung”, peneliti melakukan penelitian dengan meneliti kepuasan usaha mikro kuliner yang bergabung menjadi mitra Shopeefood dengan menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI) dan *importance performance analysis* (IPA). Oleh sebab itu, peneliti dapat merumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada 100 responden usaha mikro kuliner mitra Shopeefood yang diteliti, 59% mengalami peningkatan volume penjualan dengan kategori tinggi, 38% responden mengalami peningkatan volume penjualan dengan kategori sedang, dan 3% responden mengalami peningkatan volume penjualan dengan kategori rendah.
2. Layanan *online food delivery service* Shopeefood terdiri dari 6 dimensi yaitu *Core Function*, *Business Autonomy*, *Order Management*, *Customer Relationship Management*, *Synergyc Competitive Strength* dan *Business Terms*. Keenam dimensi tersebut kemudian dijabarkan menjadi 21 indikator. Dari total 21 indikator tersebut, 14 indikator diketahui memberikan kinerja yang sangat baik, 6 indikator memberikan kinerja yang baik, dan 1 indikator memberikan kinerja yang cukup baik. Dimensi *Customer Relationship Management* dan dimensi *Synergyc Competitive Strength* diketahui memberikan kinerja paling baik karena seluruh indikatornya mendapat nilai ‘Sangat Baik’.
3. Setelah dilakukan penghitungan kepuasan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), ditemukan bahwa tingkat kepuasan usaha mikro kuliner mitra Shopeefood terhadap layanan Shopeefood adalah 84.87% yang termasuk dalam kategori “Sangat Puas”. Namun, setelah dilakukan analisis kuadran menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), masih terdapat indikator atau item yang harus segera diperbaiki karena diketahui kinerjanya kurang sesuai harapan responden, yaitu *Timely*

Service, Promotion & Offers, dan *Revenue Sharing*. Di samping itu, terdapat indikator yang kinerjanya harus dipertahankan karena sudah memuaskan responden, yaitu *Online presence, Reliable Service, Order clarity, Order scheduling, Acting as customer interface, Customer loyalty-building, Attracting more customers dan Sales enhancement*

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan judul “Analisis Kepuasan Mitra Mikro Kuliner Pengguna Layanan Shopeefood Di Kota Bandung”, berikut saran yang dapat peneliti sampaikan bagi pihak Shopeefood maupun usaha mikro mitra Shopeefood untuk menjadi bahan pertimbangan bagi perbaikan.

1. Hasil dari penelitian ini semoga dapat digunakan untuk melakukan perbaikan-perbaikan mendatang yang akan dilakukan oleh Shopeefood, terutama dalam hal keadilan pembagian pendapatan yang dikeluhkan oleh para mitra.
2. Indikator-indikator pada kuadran I dapat menjadi acuan untuk diutamakan jika akan dilakukan perbaikan. Kuadran I terdiri dari volume penjualan, profit, keberlangsungan usaha, *timely service*, dan *revenue sharing*. Kuadran tersebut kurang memuaskan bagi *merchant* di antaranya karena penjualan yang tidak berbanding lurus dengan profit diakibatkan kurang adilnya pembagian pendapatan yang semakin lama semakin memberatkan pihak *merchant*. Semoga hal tersebut dapat dipertimbangkan untuk kebaikan Bersama. Lalu diharapkan pihak Shopeefood dapat memperbaiki kinerjanya dalam hal ketepatan waktu, diduga pihak Shopeefood kurang responsif ketika *merchant* mengalami kendala.
3. Diharapkan pihak Shopeefood dapat lebih memerhatikan kebutuhan dari *merchant* untuk dapat membuat kebijakan selanjutnya seperti dalam hal promosi, subsidi biaya promosi dan lain-lain demi dapat memberikan kepuasan maksimal pada *merchant* selaku bagian dari operasional Shopeefood.

4. Bagi pihak *merchant* maupun pengusaha kuliner, dapat dilakukan pertimbangan ketika hendak bergabung dengan sebuah *online food delivery service* serta melakukan penyesuaian harga yang diberlakukan di aplikasi ShopeeFood sehingga dapat lebih memaksimalkan profit usaha dengan memperhitungkan nominal promosi dan komisi yang dikeluarkan.
5. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai kepuasan para *merchant* pengguna *online food delivery service*, karena sebagai pengguna sekaligus bagian dari operasional mereka patut pula untuk diperhatikan.