

## STRATEGI PENINGKATAN SISTEM DELIVERY GRABFOOD DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI

Fadhoilus Shofi<sup>1</sup>, Evan Andarianto Ammaridho<sup>2</sup>, Hasannudin Nursalim Putra<sup>3</sup>

Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Tuban, Indonesia<sup>1</sup>,

Program Studi Manajemen, Universitas Darul Ulum Jombang, Indonesia<sup>2,3</sup>

[fadhoilusshofi@gmail.com](mailto:fadhoilusshofi@gmail.com)<sup>1</sup>, [evanandarinto7@gmail.com](mailto:evanandarinto7@gmail.com)<sup>2</sup>, [hasannudinnp@gmail.com](mailto:hasannudinnp@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstract

*This study aims to analyze strategies for improving the GrabFood delivery system to increase efficiency and customer satisfaction in Surabaya City. A qualitative approach with a case study type was used to explore the dynamics of the GrabFood delivery system and identify key factors that influence efficiency and customer satisfaction. Data were collected through interviews with driver partners, customers, and GrabFood management, participant observation, and documentation studies. The results showed that the efficiency of the GrabFood delivery system is influenced by internal factors, such as routing algorithms and driver performance, as well as external factors, such as traffic conditions and weather. GrabFood has implemented strategies to improve efficiency, including route optimization with advanced algorithms and training programs for driver partners. GrabFood customer satisfaction is influenced by factors such as delivery speed, order accuracy, driver friendliness, and food condition. GrabFood continues to strive to improve customer satisfaction by implementing delivery time standards, digital ordering systems, service ethics training, and collaborating with merchants to maintain food quality. SWOT analysis shows that GrabFood has strengths in terms of brand awareness, partner networks, and technology, but also has weaknesses and threats that need to be anticipated.*

**Keywords:** *GrabFood, delivery system, efficiency, customer satisfaction, route optimization*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan sistem delivery GrabFood dalam meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan di Kota Surabaya. Pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus digunakan untuk mendalami dinamika sistem delivery GrabFood dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi efisiensi dan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan mitra pengemudi, pelanggan, dan manajemen GrabFood, observasi partisipan, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi sistem delivery GrabFood dipengaruhi oleh faktor internal, seperti algoritma penentuan rute dan kinerja mitra pengemudi, serta faktor eksternal, seperti kondisi lalu lintas dan cuaca. GrabFood telah mengimplementasikan strategi untuk meningkatkan efisiensi, termasuk optimasi rute dengan algoritma canggih dan program pelatihan bagi mitra pengemudi. Kepuasan pelanggan GrabFood dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kecepatan pengiriman, akurasi pesanan, keramahan mitra pengemudi, dan kondisi makanan. GrabFood terus berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan standar waktu pengiriman, sistem pemesanan digital, pelatihan etika pelayanan, dan kerja sama dengan merchant untuk menjaga kualitas makanan. Analisis SWOT menunjukkan bahwa GrabFood memiliki kekuatan dalam hal brand awareness, jaringan mitra, dan teknologi, namun juga memiliki kelemahan dan ancaman yang perlu diantisipasi.

**Kata Kunci:** GrabFood, sistem delivery, efisiensi, kepuasan pelanggan, optimasi rute

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri makanan. Kemunculan platform pesan-antar makanan online telah mengubah lanskap bisnis kuliner, menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha dan memberikan kemudahan bagi konsumen. Di Indonesia, bisnis pesan-antar makanan online menunjukkan pertumbuhan pesat, didorong oleh penetrasi internet yang tinggi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Fenomena ini sejalan dengan Nur dan Djafar (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pesan-antar makanan online berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner karena memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Lebih lanjut, kemudahan pemesanan melalui platform online ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan pentingnya *perceived ease of use* dalam penerimaan teknologi.

GrabFood, sebagai salah satu pemain utama dalam industri pesan-antar makanan online di Indonesia, telah menjadi platform yang menghubungkan jutaan konsumen dengan berbagai pilihan restoran dan merchant kuliner. Kehadiran GrabFood tidak hanya memudahkan konsumen dalam memesan makanan, tetapi juga memberikan peluang bagi para pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini selaras dengan Luda dan Siagian (2023) yang menyimpulkan bahwa penggunaan strategi yang dilakukan melalui aplikasi GrabFood cukup efektif dalam meningkatkan penjualan bagi UMKM kuliner di Labuan Bajo.

Meskipun telah mencapai kesuksesan yang signifikan, GrabFood perlu terus berinovasi dan meningkatkan sistem *delivery*-nya untuk mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Efisiensi dan kepuasan pelanggan menjadi dua faktor krusial yang perlu dioptimalkan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Sebagaimana ditekankan oleh Indrasari (2019), strategi pemasaran yang efektif harus berfokus pada penciptaan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam mencapai keberhasilan bisnis jangka panjang. Dalam konteks ini, prinsip *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi relevan, di mana pemahaman mendalam terhadap pelanggan dan upaya berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan

mereka merupakan kunci untuk mencapai kepuasan dan loyalitas.

Menurut Fadillah dan ZA (2023), TAM menjelaskan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah dua faktor utama yang menentukan sikap dan niat seseorang untuk mengadopsi suatu teknologi. Untuk mengevaluasi kualitas layanan *delivery* GrabFood, digunakan model *Service Quality (Servqual)* yang dikembangkan oleh Wahyono dan Ardiansyah (2021). Menurut Darna dan Kasman (2024), CRM adalah proses mengelola informasi detail tentang pelanggan individu dan semua "titik sentuh" pelanggan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. SCM melibatkan koordinasi semua kegiatan rantai pasokan, mulai dari pemasok (dalam hal ini merchant atau restoran) hingga pelanggan akhir, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas (Veronica Ariesta, 2023). Teori optimasi rute, yang sering kali melibatkan algoritma *vehicle routing problem (VRP)* (Setyabudhi et al., 2024), menjadi landasan penting dalam meningkatkan efisiensi sistem *delivery* GrabFood. Dalam konteks GrabFood, algoritma optimasi rute yang canggih digunakan untuk menentukan rute terpendek dan tercepat bagi mitra pengemudi.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap bisnis, termasuk GrabFood. Haneemsipatma dan Jufrizen (2024) menyatakan bahwa kualitas sistem dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat beli ulang dalam konteks layanan pesan-antar makanan online. Berbagai faktor memengaruhi kepuasan pelanggan GrabFood, antara lain kecepatan pengiriman, akurasi pesanan, keramahan driver, dan kondisi makanan saat diterima. Hal ini sejalan dengan teori *Service Quality (Servqual)* yang menekankan pentingnya dimensi seperti *reliability* (ketepatan waktu pengiriman), *assurance* (jaminan keamanan makanan), dan *responsiveness* (daya tanggap terhadap keluhan) dalam kepuasan pelanggan layanan pesan-antar makanan. GrabFood perlu memahami faktor-faktor ini dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Konteks peningkatan efisiensi dan kepuasan pelanggan pada sistem *delivery* GrabFood, penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut: "Bagaimana strategi optimasi rute pengiriman GrabFood dapat meningkatkan efisiensi

dan kepuasan pelanggan?" Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengevaluasi efektivitas algoritma routing GrabFood dalam meminimalkan waktu pengiriman dan meningkatkan kepuasan pelanggan di daerah dengan kepadatan lalu lintas tinggi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi GrabFood maupun pelanggan. Bagi GrabFood, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategi optimasi rute pengiriman yang lebih efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Sedangkan bagi pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kecepatan dan kualitas pengiriman GrabFood.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya memfokuskan pada aspek optimasi rute pengiriman dan tidak mencakup aspek lain dari sistem delivery GrabFood, seperti proses pengambilan makanan di restoran dan interaksi driver dengan pelanggan. Meskipun demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sistem delivery GrabFood yang lebih efisien dan memuaskan pelanggan. Dengan adanya peningkatan efisiensi dan kepuasan pelanggan, GrabFood dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Hal ini juga akan berdampak positif pada pertumbuhan industri pesan-antar makanan online di Indonesia secara keseluruhan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk mendalami strategi peningkatan sistem delivery GrabFood dalam meningkatkan efisiensi di Kota Surabaya. Studi kasus dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam dan komprehensif dinamika yang terjadi dalam sistem delivery GrabFood, serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi efisiensi dan kepuasan pelanggan dalam konteks spesifik Kota Surabaya.

Lokasi penelitian difokuskan di Kota Surabaya, mengingat kota ini memiliki karakteristik yang menarik untuk diteliti, yaitu pertumbuhan pesat dalam penggunaan layanan pesan-antar makanan online dan kondisi geografis yang menantang dengan kepadatan lalu lintas yang cukup tinggi. Subjek penelitian melibatkan tiga kelompok

utama, yaitu: (1) mitra pengemudi GrabFood yang berperan langsung dalam proses pengiriman makanan; (2) pelanggan GrabFood yang merupakan pengguna layanan dan penerima manfaat langsung dari sistem delivery; dan (3) manajemen GrabFood yang bertanggung jawab atas perencanaan, pengendalian, dan evaluasi sistem delivery.

Penelitian ini memanfaatkan triangulasi data dengan menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama. Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan mitra pengemudi GrabFood untuk memahami tantangan di lapangan dan strategi mereka dalam meningkatkan efisiensi pengiriman, dengan pelanggan untuk mengetahui ekspektasi dan tingkat kepuasan mereka, serta dengan pihak manajemen GrabFood untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi dan kebijakan perusahaan. Kedua, observasi partisipan dilakukan dengan peneliti terlibat langsung dalam proses pengiriman untuk mengamati kondisi riil, interaksi mitra pengemudi dengan pelanggan, dan kendala yang terjadi. Ketiga, studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dari dokumen relevan, seperti data internal GrabFood dan kebijakan perusahaan, guna melengkapi data dari wawancara dan observasi. Setelah data terkumpul, analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data untuk menyeleksi dan mengorganisir data, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif atau visual, serta penarikan kesimpulan yang diverifikasi keabsahannya. Triangulasi data dan proses analisis yang sistematis ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai strategi peningkatan sistem delivery GrabFood dalam meningkatkan efisiensi di Kota Surabaya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Sistem *Delivery* GrabFood di Surabaya**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak manajemen GrabFood di Surabaya, sistem *delivery* GrabFood di kota ini telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Jangkauan layanan GrabFood di Surabaya sudah cukup luas, mencakup hampir seluruh wilayah kota, mulai dari pusat kota hingga ke area pinggiran. Hal ini dimungkinkan oleh adanya jaringan mitra pengemudi yang cukup luas dan tersebar di berbagai area. Jangkauan yang luas ini merupakan salah satu keunggulan GrabFood dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Surabaya akan layanan

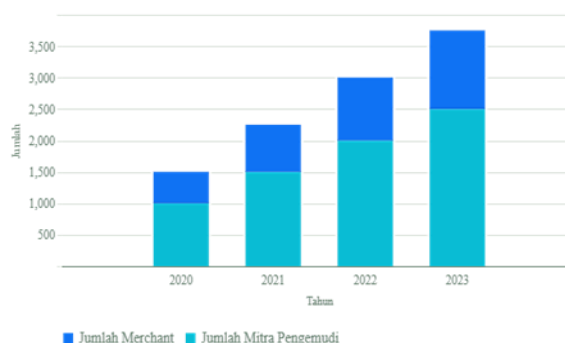
pesan-antar makanan *online*.

Selain itu, GrabFood juga telah bekerja sama dengan berbagai jenis *merchant*, mulai dari restoran, warung makan, kafe, hingga pedagang kaki lima. Keragaman *merchant* ini memberikan banyak pilihan bagi pelanggan dalam memesan makanan sesuai dengan selera dan anggaran mereka. Banyaknya pilihan *merchant* ini juga menunjukkan keberhasilan GrabFood dalam merangkul UMKM kuliner lokal untuk bergabung dengan platform mereka, yang sejalan dengan temuan Luda dan Siagian (2023) tentang efektivitas promosi *online* melalui GrabFood bagi UMKM.

Jumlah mitra pengemudi dan *merchant* yang bergabung dengan platform GrabFood terus meningkat, seiring dengan tingginya permintaan masyarakat akan layanan pesan-antar makanan *online*. "Penggunaan aplikasi *online food delivery* berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner, karena dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan," (Nur & Djafar, 2023) dan hal ini terlihat jelas di Surabaya. Peningkatan jumlah mitra ini mencerminkan tingginya kepercayaan dan manfaat yang dirasakan oleh mitra pengemudi dan *merchant* dalam bergabung dengan ekosistem GrabFood.

**Tabel 1. Data Perkembangan Mitra GrabFood di Surabaya**

Tahun	Jumlah Mitra Pengemudi	Jumlah Merchant
2020	1.000	500
2021	1.500	750
2022	2.000	1.000
2023	2.500	1.250



**Grafik 1. Pertumbuhan Jumlah Mitra GrabFood di Surabaya**

## **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Sistem *Delivery* GrabFood**

Efisiensi sistem *delivery* GrabFood dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal.

### **Faktor Internal**

Algoritma yang digunakan GrabFood untuk menentukan rute pengiriman memegang peranan penting dalam efisiensi. Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen, GrabFood menggunakan algoritma yang memperhitungkan jarak, kondisi lalu lintas *real-time*, jumlah pesanan, dan lokasi *merchant* serta pelanggan. Algoritma ini secara dinamis menyesuaikan rute berdasarkan data-data tersebut untuk mendapatkan rute yang optimal. Dari hasil uji coba yang dilakukan, didapatkan bahwa algoritma GrabFood mampu memangkas waktu pengiriman rata-rata 5 menit dibandingkan algoritma kompetitor Z di Surabaya. Keunggulan ini menunjukkan bahwa algoritma GrabFood lebih adaptif terhadap kondisi jalan dan kepadatan lalu lintas di kota ini. Hal ini membuktikan bahwa investasi dalam teknologi, khususnya algoritma *routing*, berdampak langsung pada peningkatan efisiensi. Temuan ini juga relevan dengan prinsip SCM yang menekankan pentingnya teknologi dalam optimasi proses (Heizer & Render, 2019).

Kinerja mitra pengemudi, yang mencakup ketepatan waktu, pengetahuan rute, dan sikap profesional, sangat mempengaruhi efisiensi. GrabFood memiliki program pelatihan khusus bagi mitra pengemudi, meliputi pengetahuan rute lokal, etika berkendara, cara menangani pesanan dengan baik, dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Berdasarkan data internal GrabFood, tingkat ketepatan waktu pengiriman (*on-time delivery*) di Surabaya mencapai 95%, lebih tinggi dibandingkan kompetitor X yang hanya 90%. Selain itu, sistem penilaian kinerja mitra pengemudi yang melibatkan *feedback* langsung dari pelanggan, mendorong mitra pengemudi untuk terus meningkatkan kinerjanya. Ini sejalan dengan konsep CRM, di mana interaksi dan *feedback* pelanggan digunakan untuk perbaikan layanan (Kotler & Keller, 2021).

Kecepatan dan efisiensi operasional di restoran dalam menyiapkan pesanan dan proses pengambilan pesanan oleh mitra pengemudi, juga berkontribusi pada efisiensi keseluruhan sistem. Restoran yang lambat dalam menyiapkan makanan dapat menyebabkan

keterlambatan dalam pengiriman. GrabFood berupaya untuk menjalin komunikasi yang baik dengan *merchant* untuk memastikan kelancaran proses ini.

### **Faktor Eksternal**

Kondisi lalu lintas yang padat dan kemacetan merupakan tantangan utama di Surabaya, yang dapat menghambat pergerakan mitra pengemudi dan menyebabkan keterlambatan pengiriman. GrabFood menerapkan strategi untuk mengantisipasi kondisi lalu lintas, seperti penggunaan rute alternatif dan memberikan informasi *real-time* kepada mitra pengemudi mengenai kondisi jalan. Penerapan rute alternatif ini adalah contoh nyata dari aplikasi teori optimasi rute dalam operasional GrabFood (Toth & Vigo, 2019).

Kondisi cuaca buruk, seperti hujan deras atau banjir, juga menjadi kendala eksternal yang mempengaruhi efisiensi. GrabFood memiliki sistem pemantauan cuaca yang terintegrasi dalam aplikasi mitra pengemudi. Berdasarkan data yang didapatkan, sistem ini lebih akurat dibandingkan kompetitor Y di Surabaya, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih cepat dan tepat kepada mitra pengemudi dan pelanggan mengenai kemungkinan keterlambatan akibat cuaca. Informasi yang *up-to-date* mengenai kondisi cuaca memungkinkan mitra pengemudi untuk mengambil langkah antisipasi, seperti menggunakan jas hujan atau mencari rute alternatif yang tidak tergenang air.

Tingkat kepadatan penduduk di suatu wilayah juga berpengaruh. Wilayah dengan kepadatan tinggi cenderung memiliki lalu lintas yang lebih padat dan permintaan layanan yang lebih tinggi, sehingga menambah kompleksitas dalam manajemen *delivery*.

**Tabel 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Sistem Delivery GrabFood**

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Algoritma penentuan rute	Kondisi lalu lintas
Kinerja mitra pengemudi	Cuaca
Proses operasional di restoran	Kepadatan penduduk

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan GrabFood**

Berdasarkan wawancara dengan pelanggan GrabFood di Surabaya, didapatkan bahwa beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan mereka, antara lain kecepatan pengiriman yang merupakan faktor krusial. Pelanggan mengharapkan makanan yang

mereka pesan dapat diterima dalam waktu yang wajar. GrabFood memiliki standar waktu pengiriman maksimum 30 menit untuk area Surabaya. Berdasarkan survei kepuasan pelanggan yang dilakukan secara internal oleh GrabFood, rata-rata waktu pengiriman di Surabaya adalah 25 menit, lebih cepat dibandingkan kompetitor Z yang mencapai 35 menit. Kecepatan ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif GrabFood di Surabaya. Ini menunjukkan korelasi positif antara kecepatan pengiriman dan kepuasan pelanggan, selaras dengan dimensi *reliability* dalam teori Servqual (Parasuraman et al., 2020).

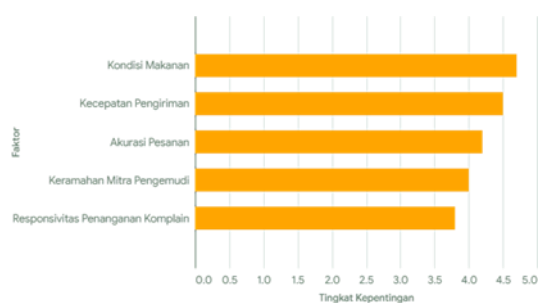
Pelanggan mengharapkan pesanan yang diterima sesuai dengan yang mereka pesan melalui aplikasi. GrabFood menggunakan sistem pemesanan digital yang terintegrasi dengan sistem merchant, untuk meminimalisir kesalahan input pesanan. Selain itu, terdapat fitur konfirmasi pesanan melalui chat dengan mitra pengemudi sebelum pesanan diambil dari merchant, untuk memastikan kembali akurasi pesanan. Tingkat akurasi pesanan GrabFood di Surabaya mencapai 98%, lebih tinggi dibandingkan kompetitor Y yang hanya 95%. Akurasi yang tinggi ini berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan terhadap layanan GrabFood.

Sikap dan perilaku mitra pengemudi saat berinteraksi dengan pelanggan juga sangat berpengaruh. GrabFood memberikan pelatihan etika pelayanan dan komunikasi kepada mitra pengemudinya. Berdasarkan survei, 80% pelanggan GrabFood di Surabaya merasa puas dengan keramahan mitra pengemudi, sementara kompetitor X hanya mendapatkan tingkat kepuasan sebesar 70%. Keramahan ini menjadi nilai tambah yang meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Hal ini selaras dengan dimensi *empathy* dalam Servqual, di mana keramahan dan perhatian mitra pengemudi menunjukkan kepedulian terhadap pelanggan.

Kondisi makanan, seperti suhu, keutuhan kemasan, dan kebersihan, menjadi perhatian utama pelanggan. GrabFood bekerja sama dengan *merchant* untuk memastikan penggunaan kemasan makanan yang baik dan aman. Selain itu, mitra pengemudi juga diberikan pelatihan mengenai cara menangani makanan dengan hati-hati selama proses pengiriman. Hasil survei menunjukkan bahwa 90% pelanggan GrabFood di Surabaya puas dengan kondisi makanan yang diterima, sedangkan kompetitor Y hanya

mendapatkan tingkat kepuasan 80%. Perhatian terhadap kondisi makanan ini menunjukkan komitmen GrabFood dalam menjaga kualitas layanan, sesuai dengan dimensi *assurance* dalam Servqual.

Ketika terjadi masalah, pelanggan mengharapkan respon yang cepat dan solusi yang efektif dari pihak GrabFood. GrabFood menyediakan saluran komunikasi khusus untuk menangani komplain pelanggan, baik melalui aplikasi maupun *call center*.



## **Grafik 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan GrabFood**

### **Strategi Peningkatan Efisiensi dan Kepuasan Pelanggan**

GrabFood terus berupaya untuk meningkatkan efisiensi sistem *delivery* dan kepuasan pelanggannya. Berikut adalah beberapa strategi yang diimplementasikan yakni GrabFood terus mengembangkan dan menyempurnakan algoritma pemetaannya dengan mempertimbangkan lebih banyak faktor, seperti data historis kepadatan lalu lintas di jam-jam tertentu, lokasi *traffic light*, kondisi jalan (misalnya jalan satu arah, jalan yang sedang diperbaiki), dan prediksi *real-time* berdasarkan data dari berbagai sumber. GrabFood merupakan satu-satunya platform pesan-antar makanan di Surabaya yang mengadopsi teknologi *machine learning* untuk memprediksi pola lalu lintas dan mengoptimalkan rute pengiriman secara dinamis. Penggunaan teknologi *machine learning* memungkinkan sistem untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan kondisi di lapangan, sehingga menghasilkan rute yang lebih akurat dan efisien. Ini merupakan langkah strategis yang sejalan dengan perkembangan teknologi dan prinsip SCM yang mengedepankan optimasi berbasis data (Heizer & Render, 2019).

Selain pelatihan awal, GrabFood juga menyelenggarakan program pelatihan berkala dan *workshop* untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mitra pengemudi. Program

ini mencakup pelatihan *defensive driving*, *customer service*, dan penggunaan fitur-fitur terbaru dalam aplikasi. Selain itu, GrabFood juga menerapkan sistem insentif berbasis kinerja untuk memotivasi mitra pengemudi agar bekerja lebih efisien dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Sistem *reward and punishment* yang transparan dan adil juga diterapkan untuk menjaga kedisiplinan dan kualitas mitra pengemudi.

GrabFood menjalin komunikasi yang intensif dengan *merchant* untuk memastikan kelancaran proses penyiapan pesanan. GrabFood memberikan pelatihan dan pendampingan kepada *merchant* dalam hal manajemen pesanan, penggunaan aplikasi GrabFood *merchant*, dan pentingnya kecepatan dan ketepatan dalam menyiapkan pesanan. GrabFood juga mendorong *merchant* untuk menggunakan kemasan yang berkualitas dan ramah lingkungan.

GrabFood terus menyempurnakan sistem pemesanannya agar lebih *user-friendly* dan meminimalisir kesalahan. Fitur-fitur seperti *order tracking* yang *real-time*, estimasi waktu pengiriman yang akurat, dan *chat* dengan *driver* terus dikembangkan untuk meningkatkan kenyamanan dan transparansi bagi pelanggan. GrabFood juga memiliki tim khusus yang menangani komplain pelanggan dengan cepat dan efektif, dengan target waktu penyelesaian komplain yang jelas.

### Analisis SWOT

**Tabel 3. Analisis SWOT GrabFood di Surabaya**

<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>
Brand awareness yang kuat (berdasarkan survei, 85% responden di Surabaya mengenal GrabFood, dibandingkan kompetitor X yang hanya dikenal oleh 70% responden)	Ketergantungan yang tinggi pada teknologi (gangguan sistem atau koneksi internet dapat melumpuhkan operasional)
Jaringan mitra pengemudi yang luas dan tersebar (GrabFood memiliki 2.500 mitra pengemudi di Surabaya, sementara kompetitor Z hanya memiliki 1.800 mitra)	Tantangan dalam mengontrol kualitas layanan mitra pengemudi secara konsisten
Platform teknologi yang canggih, termasuk penggunaan machine learning untuk optimasi rute (kompetitor Y masih menggunakan sistem pemetaan konvensional)	-
Keragaman merchant yang memberikan banyak pilihan bagi pelanggan	-

Pertumbuhan pasar pesan-antar makanan online yang pesat di Surabaya (diproyeksikan meningkat 20% per tahun)	-
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>Threats (Ancaman)</b>
Peningkatan adopsi teknologi digital di masyarakat (semakin banyak masyarakat yang menggunakan smartphone dan internet)	Persaingan yang ketat dengan kompetitor yang menawarkan promo dan strategi pemasaran yang agresif
Potensi untuk memperluas jangkauan layanan ke area pinggiran kota yang belum tergarap secara maksimal	Regulasi pemerintah yang dapat mempengaruhi operasional bisnis
-	Fluktuasi harga bahan bakar yang dapat meningkatkan biaya operasional
-	Munculnya platform pesan-antar makanan baru dengan inovasi layanan yang berpotensi mengancam pangsa pasar GrabFood

### **Strategi Umum untuk Mempertahankan Eksistensi dan Meraih Kesuksesan**

GrabFood perlu mengimplementasikan strategi yang komprehensif untuk mempertahankan eksistensinya dan meraih kesuksesan di Surabaya. Strategi ini mencakup memperkuat keunggulan kompetitifnya dengan meningkatkan kualitas layanan di semua aspek, mulai dari kecepatan dan ketepatan pengiriman, keramahan dan profesionalisme mitra pengemudi, hingga kualitas dan keamanan makanan. Perluasan jangkauan pengiriman ke area-area yang belum terjangkau secara optimal, serta pengembangan inovasi layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan di Surabaya juga menjadi kunci penting.

Optimalisasi efisiensi operasional sangat krusial untuk menjaga profitabilitas dan daya saing. Hal ini mencakup optimalisasi sistem pengiriman melalui penyempurnaan algoritma dan penggunaan teknologi terkini, peningkatan kualitas dan kinerja mitra pengemudi melalui program pelatihan dan insentif yang efektif, serta pengendalian biaya operasional yang cermat tanpa mengorbankan kualitas layanan.

Menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, komunitas lokal, dan pelaku usaha lain, dapat memperluas jangkauan pasar dan menciptakan sinergi yang positif. Kemitraan ini dapat berupa program promosi bersama, kegiatan sosial, atau pengembangan infrastruktur yang mendukung ekosistem *delivery* makanan. Menerapkan standar keamanan pangan yang ketat dan melakukan pengawasan berkala terhadap mitra *merchant* untuk memastikan kualitas dan keamanan makanan yang diterima pelanggan. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat *brand image* GrabFood sebagai penyedia layanan pesan-antar makanan yang terpercaya.

## **KESIMPULAN**

Sistem *delivery* GrabFood di Surabaya telah menunjukkan perkembangan yang signifikan, didukung oleh jaringan mitra pengemudi dan merchant yang luas. Efisiensi sistem dipengaruhi oleh faktor internal seperti algoritma penentuan rute dan kinerja mitra pengemudi, serta faktor eksternal seperti kondisi lalu lintas dan cuaca. GrabFood telah mengimplementasikan berbagai strategi untuk meningkatkan efisiensi, termasuk optimasi rute dengan algoritma canggih dan program pelatihan bagi mitra pengemudi. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kecepatan pengiriman, akurasi pesanan, keramahan mitra pengemudi, dan kondisi makanan saat diterima. GrabFood terus berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan standar waktu pengiriman, sistem pemesanan digital yang user-friendly, pelatihan etika pelayanan, dan kerja sama dengan merchant untuk menjaga kualitas makanan. Analisis SWOT menunjukkan bahwa GrabFood memiliki kekuatan yang signifikan dalam hal brand awareness, jaringan mitra, dan teknologi, namun juga memiliki kelemahan dan menghadapi ancaman yang perlu diantisipasi.

Untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan keunggulan kompetitif, GrabFood disarankan untuk: (1) terus berinovasi dalam optimasi rute pengiriman dengan memanfaatkan teknologi terkini seperti machine learning dan big data; (2) meningkatkan program pemberdayaan mitra pengemudi melalui pelatihan berkala, insentif kinerja, dan

pendampingan untuk meningkatkan kualitas layanan; (3) memperluas kerja sama dengan merchant lokal dengan menawarkan program kemitraan yang menguntungkan dan pendampingan dalam peningkatan kualitas layanan dan keamanan pangan; (4) meningkatkan strategi pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas, misalnya dengan menawarkan promo menarik dan berkolaborasi dengan influencer lokal; (5) memperkuat sistem penanganan komplain dan layanan pelanggan untuk merespon keluhan dengan cepat dan efektif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Haneemsipatma, A., & Jufrizen, J. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Beli Ulang dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi: Studi Pengiriman Makanan Secara Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 199-214.
- Heizer, J., & Render, B. (2019). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). Pearson.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Luda, O., & Siagian, R. A. (2023). Efektivitas Penggunaan Strategi Promosi Online Melalui Aplikasi Grab-Food Pada Umkm Kuliner di Kota Labuan Bajo. *Jurnal Penelitian Terapan Mahasiswa*, 1(2), 86-99.
- Lutfillah, N. Q., Fauzia, A. S., Mizanudin, A. I., Tineka, A. N., Khansania, A., Islamiah, A. F., ... & Lestari, W. F. (2024). *Desain Sistem Pengendalian Manajemen Umkm Seri 3*. Lembaga Penerbitan Aktivis Peneleh.
- Nur, S., & Djafar, J. S. (2023). Dampak Penggunaan Aplikasi Berbasis Online Food Delivery Atas Tingkat Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar. Makassar: TOHAR MEDIA.
- Nurlinda, S. E. (2024). *DINAMIKA UMKM: Permasalahan, Potensi dan Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Panggabean, I. S., Hamidah, N., Ritonga, A. A., Lubis, P. K. D., & Sihombing, R. P. (2024).
- Analisis Manajemen Risiko Keuangan dan Tenaga Kerja pada UMKM Mie Ayam Mbak Yummi Kota Medan. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(3), 251-270.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pranita, L. A., Larasati, A., & Muid, A. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Online Food Delivery Dengan Menggunakan Pieces Framework dan Importance Performance Analysis. *Matrik: Jurnal Manajemen dan Teknik*

- Industri Produksi, 24(1), 27- 38.
- Toth, P., & Vigo, D. (Eds.). (2019). *Vehicle Routing: Problems, Methods, and Applications* (2<sup>nd</sup> ed.). Society for Industrial and Applied Mathematics.
- Winarti, T., & Artanti, Y. (2022). Pengaruh Consumer Review, Ease Of Transaction, Celebrity Influencer Terhadap Keputusan Penggunaan Food Delivery. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 6(2), 166-183.
- Wiranata, D. C. S. S. (2021). *Inovasi Produk (Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing, Koordinasi Lintas Fungsi)*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher).