

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal tahun 2020, saat Indonesia melaporkan kasus Covid-19 pertamanya. Banyak acara komunitas yang terhenti akibat aturan PSBB dan pengucilan sosial. Hal ini berlaku untuk menghentikan penularan penyakit yang dapat menyebar melalui sistem pernapasan. Kegiatan ekonomi terkena dampak selain kegiatan sosial masyarakat. Hal itu memunculkan prospek resesi di Indonesia, klaim Kusuma (2020). Kuartal ketiga tahun 2020 diperkirakan akan melihat ekonomi negara berkontraksi sebesar 2,9% hingga 1%. Fakta bahwa ekonomi Indonesia terancam sejak Maret 2020 bukan lagi kejutan bagi pemerintah. Aspek pemerintah yang sangat terdampak dari adanya Covid-19 adalah APBN.

UMKM merupakan salah satu sumber pendapatan pemerintah terbesar. UMKM adalah pondasi bangsa. Pasalnya, dengan terhentinya kegiatan ekonomi skala kecil akibat pandemi, sebagian besar sektor UMKM terancam gulung tikar. Sektor penginapan dan makanan dan minuman, menurut jajak pendapat BPS, adalah yang paling parah terkena dampak penurunan. Informasi ini dikumpulkan dari 34.000 pelaku usaha UMKM di masing-masing sektor. Penurunan pendapatan kedua industri ini mencapai 92,47%. (Yudha, 2020).

Di sisi lain, saat Indonesia sedang mengalami resesi dan krisis, Gofood melalui aplikasi Gojek hadir menawarkan solusi baru bagi para pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman agar bisa bertahan dan mungkin berkembang lebih baik dari sebelumnya. Banyak UMKM yang menutup usahanya untuk

selamanya.

Menurut redaksi yang ditulis oleh (Artanti, 2020), PSBB menyebabkan jumlah transaksi GoFood naik 20% selama wabah. Ini memberi UMKM prospek baru untuk tumbuh. Kebijakan PSBB, Work from Home, dan Social Distancing, menurut Chief Food Officer Gojek Group, telah meningkatkan kuantitas transaksi GoFood (Artanti, 2020).

Bisnis Gojek yang menawarkan layanan GoFood berfokus pada tiga area agar UMKM dapat memanfaatkan peluang baru. Yang pertama adalah membantu memaksimalkan pendapatan pedagang pada acara promosi tertentu, yang kedua adalah mengurangi biaya dan pengeluaran operasional dengan menyediakan bahan baku dan peralatan medis, dan yang ketiga adalah menawarkan inovasi melalui variasi makanan dan pemasaran, pendekatan untuk menarik pelanggan (Setyowati, 2020).

Digitalisasi sudah mendarah daging dalam budaya Indonesia di era industri 4.0, khususnya di kota-kota besar. Hari ini, kita dapat melakukan apapun yang kita inginkan hanya melalui ponsel pintar. Ponsel cerdas kami memberi kami akses ke segala hal mulai dari hiburan hingga sumber daya pendidikan. Berdasarkan informasi dari studi bertajuk “Konsumen Bergantung pada Gojek untuk Menyesuaikan Kebiasaan Baru di Masa Pandemi”, konsumen menggunakan aplikasi digital untuk menjalankan tugas sehari-hari selama menjalani karantina. ketika telah terjadi perubahan perilaku atau perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi digital yang menawarkan layanan. Menurut 86% responden, aplikasi Gojek membuat aktivitas tetap berjalan sukses di tengah pandemi Covid-

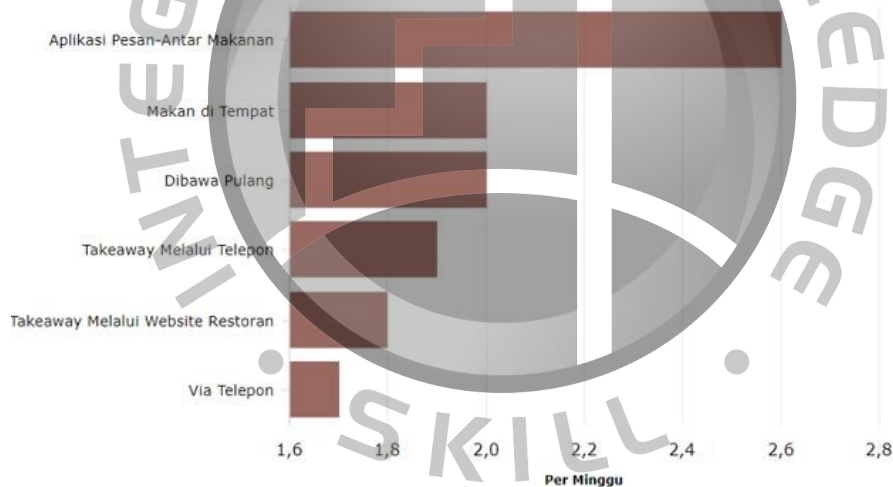
19. Dengan metode pembayaran GoPay (68%) dan Paylater (57%), hingga 65% responden lebih sering menggunakan layanan GoFood dibandingkan sebelum pandemi. Rata-rata penggunaan layanan GoFood setiap bulan oleh konsumen untuk memesan makanan naik sebesar 26%, mencerminkan peningkatan penggunaan. Penggunaan saldo Gopay per bulan juga meningkat, naik 8% dari sebelum pandemi. Efek pandemi ini telah memajukan digitalisasi Asia Tenggara selama lima tahun (Primaldhi, 2020).

Epidemi yang terjadi memiliki dampak yang sangat signifikan. Orang harus beradaptasi dengan perubahan yang diperlukan karena bencana seperti ini jarang terjadi di tempat kita tinggal. Menurut tajuk rencana yang ditulis oleh (Dianawanti, 2020), pandemi Covid-19 telah mempengaruhi cara hidup masyarakat Indonesia. Orang-orang terpaksa mengandalkan teknologi digital dengan jarak fisik dan undang-undang PSBB, yang menyebabkan interaksi sosial sangat sedikit. Dimana masyarakat yang terbiasa bergaul dengan orang lain melalui pekerjaan terpaksa memiliki kehidupan sosial yang sangat dibatasi.

Seni kuliner merupakan salah satu bidang yang mempengaruhi budaya Indonesia. Konotasi makanan telah berubah di era digital modern. Dulu hanya cara untuk menikmati makanan, tetapi sekarang ini adalah cara hidup. Di era digitalisasi, inovasi kuliner dapat membantu penikmat makanan dalam melakukan pembelian makanan secara online atau sebagai bukti sosial sebelum klien melakukan pembelian. Akibatnya, ada peningkatan permintaan untuk industri kuliner online. Menurut (Juniman, 2017), industri makanan dan minuman Indonesia mengalami peningkatan rata-rata 14% setiap tahun sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan

internet. Hal ini dimungkinkan sebagai akibat dari meningkatnya kebutuhan penduduk perkotaan. “Di jaman sekarang, orang bisa dengan mudah untuk membeli makanan hanya dengan menggunakan aplikasi”, kata Wiliam Wongso, pada suatu acara yang bertajuk Perkembangan Kuliner di Era Digitalisasi (Permana, 2018).

Masyarakat bisa memesan makanan dengan berbagai cara di era digitalisasi. Kini hadir layanan pesan antar makanan online yang dinilai lebih efektif dan praktis secara keseluruhan. Cara orang Indonesia mendapatkan makanan yang mereka inginkan mengungkapkan perubahan gaya hidup kuliner mereka. Temuan penelitian berikut berkaitan dengan cara konsumen memesan makanan:



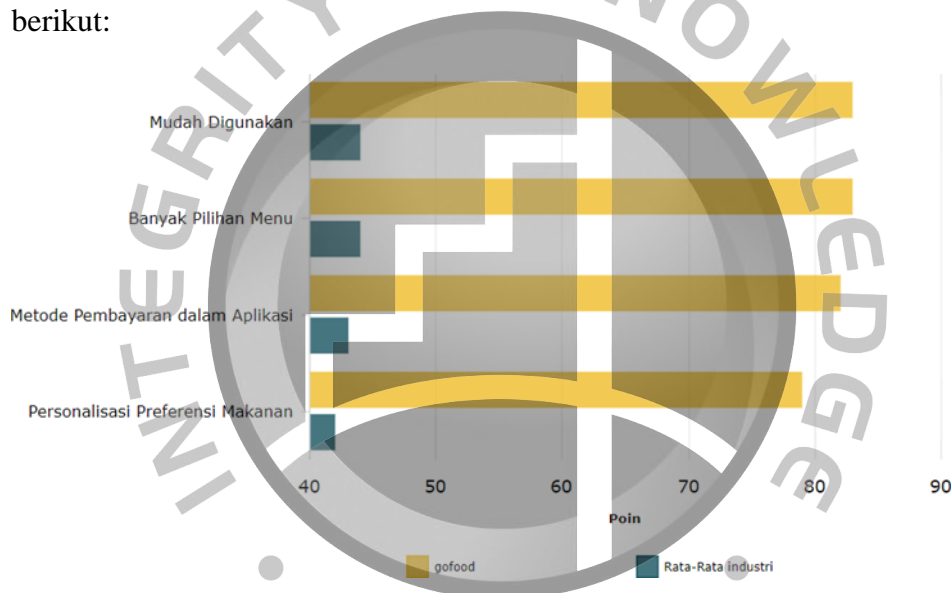
Gambar 1. 1 Rata-Rata Metode Memesan Makanan Selama Seminggu Masyarakat Indonesia

Sumber: (Jayani, 2019)

Menurut sebuah studi oleh Nielsen Singapore, 58% dari seluruh penduduk Indonesia telah memilih untuk menggunakan aplikasi smartphone untuk membeli makanan siap saji secara online. Orang Indonesia membeli makanan siap saji menggunakan aplikasi pesan antar rata-rata 2,6 kali per minggu. di mana hampir separuh orang Indonesia semakin tertarik untuk membeli makanan secara online

(Jayani, 2019).

GoFood adalah salah satu layanan pengiriman makanan yang paling disukai di lingkungan saat ini. Menurut penelitian penulis, GoFood merupakan layanan pesan-antar makanan yang paling sering digunakan di Indonesia di antara responden yang telah menggunakan lebih dari dua layanan sejenis. Industri tipikal studi ini meliputi GrabFood, Berry Kitchen, dan Culinary (Hastuti, 2019). Data kepuasan klien untuk layanan pesan antar makanan Indonesia adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Kepuasan Pelanggan Pada Penyedia Layanan Pesan Antar di Indonesia

Sumber: (Hastuti, 2019).

Berdasarkan grafik di atas, GoFood unggul di atas standar industri. Pengguna aplikasi percaya bahwa layanan GoFood sangat ramah konsumen dan mudah digunakan. Dibanding produk sejenis, menu makanan GoFood juga terbilang paling beragam. Untuk melanjutkan pembayaran, GoFood juga menawarkan kemudahan isi ulang. GoFood adalah penawaran layanan makanan

yang sangat disukai karena melayani selera makan dari berbagai klien.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu, penulis menetapkan melakukan penelitian dengan judul “Keputusan Penggunaan Layanan GoFood Selama Masa Pandemi Covid-19”.

Mengacu pada uraian latar belakang yang dipaparkan tersebut, dengan ini peneliti menguraikan beberapa fenomena tertentu, dan berkeinginan untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Keputusan Penggunaan Layanan Gofood Selama Masa Pandemi Covid 19” (Studi Pada Mahasiswa aktif di STIE Indonesia Banking School)”. Adapun Batasan yang dibuat penulis dalam penyusunan penilitan ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini didasarkan pada pengembangan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya. Penelitian berupa replikasi model dari penelitian Ray A, Dhir A, Bala P, Kaur P (2019). dengan hipotesis societal pressure, delivery experience, customer experience, ease of use, quality control, convenience, listing, search of restaurant memiliki pengaruh terhadap intention to use.
2. Menggunakan variable independent societal pressure, delivery experience, customer experience, ease of use, quality control, convenience, listing, search of restaurant. Variabel ini ditujukan untuk memfokuskan dan tidak melebar ke suatu permasalahan lain yang tidak ada kaitannya dengan pengaruh terhadap variabel dependent Intention to Use.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat

diidentifikasi sebagai berikut:

1. dengan terhentinya kegiatan ekonomi skala kecil akibat pandemi, sebagian besar sektor UMKM terancam gulung tikar. Sektor penginapan dan makanan dan minuman, menurut jajak pendapat BPS, adalah yang paling parah terkena dampak penurunan. Informasi ini dikumpulkan dari 34.000 pelaku usaha UMKM di masing-masing sektor.
2. Adanya kegiatan ekonomi yang terkena dampak selain kegiatan sosial masyarakat. Hal itu memunculkan prospek resesi di Indonesia.

1.4 Perumusan Masalah

Mengangkat latar belakang yang menjadi fokus penulis, rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Societal Pressure memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- b. Apakah Delivery Experience memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- c. Apakah Customer Experience memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- d. Apakah Ease of Use memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- e. Apakah Quality Control memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- f. Apakah Convenience memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- g. Apakah Listing memiliki pengaruh positif terhadap Intention to Use?
- h. Apakah Search of Reastaurant memiliki pengaruh positif terhadap Intention

to Use?

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah, tujuan penulisan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh Societal Pressure terhadap Intention to Use.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Delivery Experience terhadap Intention to Use
- c. Untuk menganalisis pengaruh positif Customer Experience terhadap Intention to Use
- d. Untuk menganalisis pengaruh positif Ease of Use terhadap Intention to Use
- e. Untuk menganalisis pengaruh positif Quality Control terhadap Intention to Use
- f. Untuk menganalisis pengaruh positif Convenience terhadap Intention to Use
- g. Untuk menganalisis pengaruh positif Listing terhadap Intention to Use
- h. Untuk menganalisis pengaruh positif Search of Restaurant terhadap Intention to Use

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Dari hasil penentuan perumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat dijabarkan manfaat yang diharapkan dapat di peroleh:

- a. Manfaat Teoritis
 1. Untuk Pembaca: Temuan penelitian diharapkan untuk memajukan pengetahuan dan memberikan perspektif baru di bidang manajemen

pemasaran, khususnya dalam kaitannya dengan pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas produk, dan pengalaman pengiriman pada keputusan pembelian.

2. Untuk Peneliti: dapat memberikan pengalaman melakukan pengolahan data dan menyusun penelitian, serta dapat membantu mahasiswa menemukan solusi atas permasalahan yang berkaitan dengan kewajibannya sebagai mahasiswa.
- b. Manfaat Praktis
1. Untuk Akademisi: Peneliti mengantisipasi bahwa penelitian ini akan menjadi bahan referensi, bahan ajar, dan sumber untuk penelitian pemasaran di masa depan, khususnya dalam hal societal pressure, delivery experience, customer experience, ease of use, quality control, convenience, listing, search of restaurant dan intention to use.
 2. Untuk Penelitian selanjutnya: Diyakini bahwa ini akan menjadi sumber dan referensi bagi peneliti selanjutnya, memungkinkan mereka untuk menghasilkan konsep dan ide yang akan meningkatkan kaliber pekerjaan mereka.
 3. Untuk perusahaan (Gojek): berfungsi sebagai dasar referensi ketika mengembangkan kebijakan dan taktik untuk meningkatkan profitabilitas. juga dapat menawarkan ide untuk masalah, terutama yang melibatkan keputusan pembelian.
 4. Untuk industry (UMKM) : untuk menawarkan solusi baru bagi para pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman, agar dapat bertahan bahkan

berkembang lebih baik dari sebelumnya, di saat Indonesia tengah mengalami resesi dan krisis.

1.7 Sistematika Penulisan

Suatu prosedur penelitian yang disebut dengan sistematika penulisan berusaha untuk mempermudah pembuatan skripsi. Berikut adalah sistematikanya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan umum penelitian, meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi masalah, dan sistematika teks.

BAB II: GAMBARAN DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

Bab ini merupakan ringkasan yang jelas, ringkas, dan padat dari penelitian sebelumnya tentang topik tertentu. Misalnya, penjelasan kajian teori, penelitian terdahulu, deskripsi pengaruh keterlibatan orang tua, disiplin akademik, dan motivasi belajar terhadap hasil belajar online siswa. digunakan sebagai dasar analisis penelitian, hipotesis penelitian, kerangka konseptual dan ruang lingkup penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah---langkah pengumpulan data atau informasi yang dapat diolah dan dianalisis secara ilmiah, terkait dengan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk menjawab atau menjelaskan masalah penelitian. menyelamatkan. Seperti subjek penelitian, jenis dan desain penelitian, populasi, sampel, variabel aktivitas, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN ARGUMEN

Bab ini merupakan kegiatan yang meliputi rangkaian kegiatan seperti menganalisis,

membedakan, mengorganisasikan sesuatu ke dalam kelompok. Menggambarkan makna dan menjelaskannya secara lebih rinci. Sebagai objek kajian kemudian dilanjutkan dengan analisis dan juga pembahasan hasil observasi.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari tugas akhir ini. Seperti kesimpulan, keterbatasan, penelitian, rekomendasi untuk peneliti lain dan implikasi penelitian.

