

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital di era modern seperti sekarang ini semakin hari semakin pesat perkembangannya. Seiring berjalannya waktu, teknologi digital terus berperan penting dalam kehidupan manusia karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas dan dapat digunakan dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu teknologi yang paling dikenal dikalangan masyarakat saat ini adalah internet, hadirnya internet beberapa pekerjaan manusia menjadi mudah dan cepat terselesaikan.¹ Jika dimanfaatkan dengan baik, internet dapat menjadi sarana dalam berkomunikasi dan menjadi peluang bagi siapa saja yang dapat memanfaatkannya. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Januari 2021 bahwa setiap tahunnya penetrasi internet mengalami peningkatan. Terdapat 196 juta penduduk atau sekitar 73% dari populasi sudah terjangkau internet. Ketua Umum APJII Jamalul Izza mengatakan, dengan adanya koneksi internet yang bagus akan meningkatkan ekonomi digital masyarakat di suatu daerah, maka dengan ini lambat laun akan meningkatkan perekonomian masyarakat.²

¹ Singgih Santoso, *Teknologi Informasi dan Komunikasi Kelas IX untuk SMP dan MTs*, (Klaten: Andi dan Intan Pariwara, 2007), h.6.

² Tim APJII, *Peluang Internet dan Tantangan Regulasi Daerah*, dalam *Buletin APJII*, Edisi 79, (Januari, 2021), h.1.

Dari penelitian Palmira Permata dkk, menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia memiliki potensi yang cukup besar dari perkembangan teknologi digital. Perkembangan dari ekonomi digital melahirkan banyak model-model bisnis baru. Hingga akhir 2019, Indonesia memiliki beberapa *start up* baru yang kini telah berevolusi menjadi perusahaan-perusahaan raksasa berbasis teknologi dan perusahaan tersebut menyangg gelar *unicorn* dan *decacorn*.³

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menyangg gelar *unicorn* adalah perusahaan transportasi berbasis internet yaitu Gojek. Pada tahun 2016 Gojek menjadi perusahaan pertama yang menyangg gelar *unicorn* dengan kurang lebih melayani 300.000 pesanan perhari. Kini layanan aplikasi Gojek tidak hanya tersedia di Indonesia, namun sudah merambah hingga ke beberapa negara di Asia. Perkembangan Gojek semakin pesat dalam memunculkan berbagai fitur layanan yang tentu bertujuan untuk memudahkan dan membantu manusia. Aplikasi Gojek yang awalnya hanya memiliki fitur layanan ojek online saat ini terdapat sekitar 20 produk fitur layanan pada aplikasi Gojek, salah satu diantaranya adalah layanan yang cukup banyak digunakan yaitu layanan GoFood.⁴ GoFood memberikan pelayanan berupa *food delivery service*, pada fitur aplikasi ini terdapat layanan untuk mempromosikan produk sebagai bentuk kegiatan untuk menginformasikan tentang produk yang

³ Unicorn merupakan istilah pada perusahaan *start up* yang telah memiliki nilai valuasi lebih dari 1 miliar dolar, sedangkan yang dimaksud *decacorn* adalah perusahaan *start up* yang memiliki valuasi lebih dari 10 miliar dolar.

⁴ "Milestone", <https://www.gojek.com/id-id/about/>, diakses pada 6 Januari 2022.

dijual oleh suatu produsen atau distributor tertentu, dalam hal ini produk yang dipromosikan merupakan produk kuliner dapat berupa makanan atau minuman.

Salah satu sektor yang mendapatkan kemudahan dari layanan tersebut adalah pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang kuliner. Para pemilik UMKM tidak perlu mengeluarkan *budget* besar untuk menyediakan layanan *delivery order* pada usaha yang dimilikinya, melainkan cukup menjadi mitra dari Gojek dapat menjadi salah satu solusi alternatif yang cukup membantu. Para pemilik UMKM dapat menyediakan layanan *delivery order* tanpa harus memiliki armada dan orang untuk mengantar, dengan begitu pengusaha tidak perlu menggaji SDM untuk layanan *delivery* di toko atau restoran nya. Bahkan lebih ekstrim lagi para pengusaha yang bermitra GoFood di Gojek tidak perlu memiliki toko atau *store* dalam bentuk fisik sebagai tempat bisnis usaha, cukup menyediakan ketersediaan produk kuliner yang akan dipasarkan melalui aplikasi Gojek pada layanan GoFood.

Terdapat lebih dari 900.000 usaha kuliner yang bergabung sebagai mitra GoFood. Untuk menjadi mitra GoFood syaratnya pun cukup mudah, para pemilik usaha kuliner cukup mengunduh aplikasi Gojek lalu daftarkan toko atau restoran yang menyediakan produk kuliner, setelah proses pendaftaran selesai maka toko atau restoran yang didaftarkan serta produk yang dijual akan muncul pada fitur GoFood. Selain itu para pemilik usaha tidak perlu memikirkan ongkos kirim pada layanan *delivery order* karena ongkos kirim akan ditanggung oleh konsumen. Namun disamping

itu terdapat skema bagi hasil antara mitra GoFood dengan pihak GoFood (Gojek), yakni pada setiap orderannya yang didapatkan mitra sebesar 80% dan sisanya yaitu 20% untuk pihak GoFood.⁵

Di tahun 2020 GoFood menjadi layanan paling berguna dan ramah pengguna di dunia saat terjadinya pandemi Covid-19. GoFood melakukan berbagai upaya yang ditunjukkan untuk membantu pelanggan dalam beradaptasi di masa pandemi. Upaya yang dilakukan mulai dari pengembangan teknologi, edukasi protokol kesehatan, serta kejelasan komunikasi dan informasi pada aplikasi.⁶ Di samping itu adapun proteksi ekstra yang diterapkan untuk berbagai layanan GoFood di masa pandemi seperti *cashless payment*, *contactless delivery*, dan prosedur keamanan makanan untuk mitra GoFood dan para *driver*. Hal-hal tersebut dilakukan untuk menurunkan risiko penyebaran virus dan bakteri di masa pandemi.⁷

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di beberapa wilayah di Indonesia menimbulkan dampak yang signifikan terhadap pelaku UMKM. Menurut Ketua Komite Tetap UKM dan Koperasi Kadin Indonesia, Sharmila mengatakan bahwa ada sekitar 40% UMKM yang gulung tikar akibat dari pandemi, pendapatan UMKM turun drastis hingga 70%. Adapun program pembinaan dan penguatan, hal ini dilakukan dalam rangka

⁵ “Skala Kami”, <https://www.gojek.com/id-id/>, diakses pada 6 Januari 2022.

⁶ “GoFood Konsisten jadi Andalan Pelanggan dan Buktikan Perannya jadi Barometer Tren Kuliner Masyarakat”, <https://www.gojek.com/blog/gofood/tren-kuliner/>, diakses pada 6 Januari 2022.

⁷ “Jaga Kesehatan Bersama - Upaya Go Food Supaya Pesananmu Tetap Terjaga Dengan Aman”, <https://www.gojek.com/blog/gofood/pesan-makanan-aman-higienis/>, diakses pada 6 Januari 2022.

untuk UMKM bisa bertransformasi ke sistem digital.⁸ Disaat banyak usaha yang mengalami penurunan pendapatan bahkan banyak yang bangkrut hingga gulung tikar, dengan adanya layanan GoFood pada aplikasi Gojek dapat menjadi salah satu solusi para pemilik usaha kuliner. Walaupun diberlakukan pembatasan kegiatan dengan layanan GoFood pemilik usaha tetap dapat memasarkan produk mereka melalui aplikasi Gojek dengan layanan GoFood. Dengan ini diharapkan para pemilik usaha kuliner tetap dapat bertahan di berbagai situasi.

Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa layanan GoFood turut meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang semula pada tahun 2017 sebesar 5,07% menjadi 5,17% di tahun 2018. Harapan pemerintah dengan tumbuhnya industri layanan pesan-antar makan dapat memberikan ruang inovasi baru bagi para pemilik UMKM yang ada diseluruh Indonesia untuk dapat naik kelas serta meningkatkan kapasitas usahanya. Dengan hadirnya GoFood dibeberapa tahun terakhir, memberikan *social impact* terhadap mitra *merchant* GoFood selain itu juga terhadap konsumen dan mitra driver.⁹

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Layanan GoFood terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Mitra GoFood. (Studi Kasus: Pelaku

⁸ “40 Persen Pelaku UMKM Putuskan Gulung Tikar Akibat Terdampak Pandemi”, <https://www.idxchannel.com/economics/40-persen-pelaku-umkm-putuskan-gulung-tikar-akibat-terdampak-pandemi>, diakses pada 7 Januari 2022.

⁹ “GoFood Tetap No. 1 Di Indonesia”, <https://www.gojek.com/blog/gofood/gofood-tetap-no-1/>, di akses pada 7 Januari 2022.

Usaha Kuliner Mitra GoFood di Kecamatan Pasarkemis Kabupaten Tangerang Banten).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka identifikasi dari masalah penelitian ini yaitu:

1. Terdapat usaha kuliner yang mengalami penurunan penjualan dan omzet penjualan akibat terdampak pandemi Covid-19.
2. Terdapat beberapa usaha kuliner yang gulung tikar akibat terdampak pandemi Covid-19.

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar pembahasan yang dilakukan tidak terlalu jauh dan melebar, maka penulis memberikan batasan pada tulisan ini yaitu responden yang diambil pada penelitian ini merupakan usaha kuliner yang bermitra dengan GoFood yang berlokasi di Kecamatan Pasarkemis Kabupaten Tangerang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dan disampaikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, Seberapa besar dampak dari layanan GoFood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner mitra GoFood yang berlokasi di Kecamatan Pasarkemis Kabupaten Tangerang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai kajian yang akan dibahas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar dampak dari layanan GoFood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner mitra GoFood yang berada di Kecamatan Pasarkemis Kabupaten Tangerang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan tentang penelitian yang berkaitan dengan peningkatan penjualan dan keterampilan dalam melakukan analisa tentang layanan *food delivery*.

2. Bagi Pengusaha Kuliner

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pengusaha yang bergerak dibidang kuliner, yang belum menggunakan media online untuk memasarkan produk kulinernya

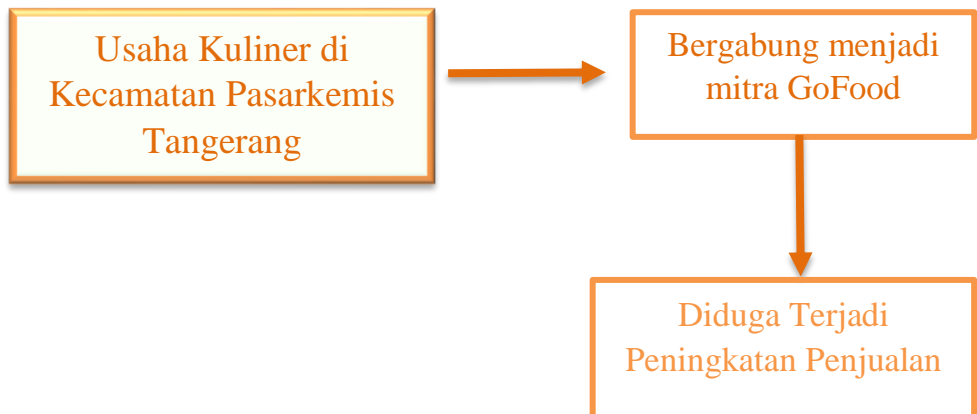
3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya, terutama pada penelitian yang berkaitan dengan peningkatan penjualan.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah konsep tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Sebagai seorang peneliti, harus mampu menguasai berbagai teori ilmiah sebagai dasar dalam menyusun kerangka pemikiran yang akan menghasilkan hipotesis. Kerangka pemikiran berisikan berbagai penjelasan yang bersifat sementara dari gejala-gejala yang dijadikan objek permasalahan.¹⁰

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.60.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat agar penelitian dapat mudah dipahami dengan baik dan utuh. Maka secara sistematis, sistematika pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I dalam penelitian ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan atau Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Dalam bab ini membahas tentang kerangka teoritik yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian teoritik, kajian pustaka berisikan sub-sub yang sesuai dengan konteks penelitian, kajian teori berisikan teori yang relevan, dimana peneliti menentukan teori apa yang sesuai dengan konteks penelitian ini.

BAB III PENYAJIAN DATA

Pada bab ini membahas tentang deskripsi subjek penelitian dan mengenai fokus penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang analisis hasil penelitian dan mengkonfirmasi dengan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab penutup yang didalamnya berisikan kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti.

