

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada tanggal 11 Maret 2020, *World Health Organization* (WHO) mendeklarasikan bahwa dunia sedang menghadapi pandemi. Sejak itu, berbagai industri mengalami penurunan dari segi performa bisnisnya (Marves, 2022), tetapi menariknya, kemunculan pandemi justru memicu peningkatan penjualan online secara tinggi (Gu et al., 2021). Tidak terkecuali salah satu platform *Online Food Delivery* (OFD) yaitu GoFood, produk dari perusahaan yang berasal dari Indonesia yaitu Gojek, yang telah mencapai hasil yang positif dengan mencapai pertumbuhan pendapatan 20 kali lipat dari 2017 hingga 2019, sehingga memperkuat posisinya di industri layanan OFD. Terlepas dari situasi pandemi, GoFood masih mencatatkan kontribusi keuntungan yang positif di tahun 2020 (Cilcia, 2021).

Cho (2019) berpendapat bahwa OFD adalah cara inovatif yang memungkinkan konsumen untuk membeli berbagai pilihan makanan melalui sebuah platform. Platform OFD menerima pesanan dari konsumen dan meneruskan pesanan tersebut kepada restoran dan *driver* (Troise et al., 2021). Menurut Poon & Tung (2022) OFD membuka peluang baru bagi restoran untuk menjangkau pasar baru sambil meningkatkan pendapatan mereka dan kenyamanan konsumen untuk mengirimkan makanan ke rumah pelanggan.

Seiring perkembangan zaman dan perkembangan teknologi yang bersifat multidimensi serta multidisiplin, konsep layanan pesan antar makanan secara *online* muncul yang diikuti dengan perubahan pada perilaku konsumsi masyarakat. Layanan pesan antar makanan telah mengubah perilaku konsumen, terutama konsumen perkotaan, sehingga menurut Keeble (2022) menggunakan layanan OFD telah menjadi rutinitas sehari-hari. Pelanggan banyak yang memilih layanan pengiriman makanan ini karena memungkinkan mereka untuk mengkonsumsi makanan di kantor atau rumah, supaya mereka memiliki kebebasan untuk melakukan aktivitas (Kimes & Laque, 2011). Dapat dikatakan bahwa layanan OFD memberikan kemudahan dan menghemat waktu bagi pelanggan karena mereka dapat membeli makanan tanpa keluar dari rumah atau kantor (Aprilianti & Amanta, 2020).

Menurut Poon & Tung (2022) perubahan perilaku konsumsi masyarakat menciptakan fenomena yang dikenal dengan *Online Food Delivery Culture*/ budaya pengiriman makanan. Menurut Poon & Tung (2022) budaya pengiriman makanan mengacu pada pergeseran praktik dan sikap konsumen dari model tradisional (yaitu makan

Jabal Al Tariq Kurniawan, 2023

**PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE PADA SAAT SEBELUM PANDEMI, SAAT PANDEMI, DAN SETELAH PANDEMI**

di tempat atau dibawa pulang) ke layanan OFD. Namun demikian, dengan munculnya *Online Food Delivery Culture*, sedikit yang diketahui mengenai potensi adanya perilaku baru dan proses pengambilan keputusan terkait aktivitas ini.

Salah satu perilaku baru yang ingin dieksplorasi dalam penelitian ini adalah terkait pandangan baru terhadap pengalaman, ekspektasi, dan juga alasan dari masyarakat menggunakan OFD pada saat sebelum pandemi, saat pandemi, dan paska pandemi. Dalam konteks penelitian ini, Menurut Holbrook & Hirshman (1982) pengalaman dalam mengkonsumsi produk adalah kenikmatan dan pengalaman yang dihasilkan dari seluruh proses keputusan pembelian, mulai dari pengenalan kebutuhan, belanja, konsumsi, hingga perilaku paska-pembelian.

Penelitian terdahulu terkait OFD (Cho et al., 2019; Li et al., 2020; Yeo et al., 2017) cenderung menggunakan sudut pandang dari *Theory of Acceptance Model* (TAM) dan juga *Theory of Planned Behaviour* (TPB), yang mana kedua teori tersebut memiliki keterbatasan pemahaman terkait niat, perilaku, atau tindakan seseorang (Ray et al., 2019). Selain itu, penelitian terdahulu tersebut (Cho et al., 2019; Li et al., 2020; Yeo et al., 2017) dilaksanakan pada saat sebelum pandemi, sehingga pengalaman yang dirasakan pengguna OFD pada saat pandemi dan juga saat paska pandemi belum digali secara kualitatif dengan jenis penelitian *phenomenology*. Penelitian ini memiliki manfaat dan signifikansi penelitian berupa memperkaya pemahaman akan *customer behaviour* secara spesifik dalam penggunaan OFD, khususnya terkait fenomena pandemi. Lalu membuat pemahaman terhadap signifikansi minat masyarakat terhadap penggunaan OFD.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meneliti apa harapan, pengalaman, alasan dan juga perubahan yang dirasakan dari penggunaan OFD pada saat sebelum pandemi, saat pandemi, dan paska pandemi Covid-19. Setelah mengetahui bagaimana studi ini akan mengisi kesenjangan penelitian terdahulu, maka bagian selanjutnya akan dijabarkan rumusan dan tujuan dari penelitian ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dari penelitian ini, maka rumusan masalah penelitian ini adalah;

1. Bagaimana pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan *Online Food Delivery* di saat sebelum pandemi, saat pandemi, dan paska pandemi.

2. Apa alasan pengguna memilih menggunakan *Online Food Delivery* di saat sebelum pandemi, saat pandemi, dan paska pandemi.
3. Bagaimana harapan pengguna akan layanan *Online Food Delivery* di masa depan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui;

1. Pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan *Online Food Delivery* di saat sebelum pandemi, saat pandemi, dan paska pandemi.
2. Alasan pengguna memilih menggunakan *Online Food Delivery* di saat sebelum pandemi, saat pandemi, dan paska pandemi.
3. Harapan dari pengguna akan layanan *Online Food Delivery* di masa depan.

### **1.4 Struktur Skripsi**

Untuk memahami lebih jelas mengenai penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan penyusunan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan penjelasan mengenai *Online Food Delivery* (OFD), bagaimana dengan adanya pandemi membuat terjadinya perubahan *Online Food Delivery Culture*. Diketahui bahwa OFD mengalami kenaikan di Asia Tenggara pada saat pandemi tahun 2020, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui pengalaman pengguna OFD pada saat pandemi dan harapan pengguna untuk OFD pada saat paska pandemi. Bab ini diakhiri dengan penjabaran struktur skripsi.

#### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai kajian pustaka dan literasi pendukung sebagai fondasi kerangka berpikir penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab yang membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam memperkuat analisis penelitian. Bab ini membahas terkait *Online Food Delivery* (OFD), pengguna OFD, dan perubahan konsumsi. Ketiga sub-bab tersebut bertujuan untuk mengetahui apa OFD, Pengguna dari OFD, dan juga mengapa mengalami perubahan. Bab ini diakhiri dengan penjabaran kerangka pikiran.

### **BAB III: METODOLOGI**

Bab ini berisi tentang pemilihan metode dan desain penelitian yang akan dilakukan, desain penelitian, partisipan dan lokasi penelitian, pengumpulan data, etika penelitian, data analisis, dan validasi data.

### **BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil dari penelitian ini yang menjawab ketiga rumusan masalah yang dikemukakan di atas, yaitu:

1. Bagaimana pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan *Online Food Delivery* pada saat pandemi Covid-19.
2. Apa alasan pengguna memilih menggunakan *Online Food Delivery* di saat pandemi, paska pandemi, dan di masa depan .
3. Bagaimana harapan pengguna akan layanan *Online Food Delivery* di masa depan

### **BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir dalam penelitian ini disertai dengan implikasi penelitian dan juga rekomendasi untuk penelitian selanjutnya

Jabal Al Tariq Kurniawan, 2023

*PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE  
PADA SAAT SEBELUM PANDEMI, SAAT PANDEMI, DAN SETELAH PANDEMI*