**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1.** **Latar Belakang Penelitian**

Go-Food merupakan layanan Go-Jek yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Layanan ini diselenggarakan sebagai sesuatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Go-Food adalah memberikan informasi serta pengenalan terhadap produk kuliner.

Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur Go-Food di dalam aplikasi Go-jek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Go-jek. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh Go-jek. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran.

Sejak januari 2015 sampai April 2016, makanan GO-FOOD telah diorder lebih dari 15 juta kali. Saat ini, GO-FOOD sendiri telah memiliki lebih dari 100.000 mitra di seluruh Indonesia, mulai dari restoran kelas atas sampai penjual makanan rumah tangga yang hanya menjual makanannya via platform online. Memesan makanan lewat GO-FOOD sering kali lebih menguntungkan karena pengguna dapat mendapatkan banyak promo dan menghemat waktu. Pengguna tidak perlu pergi keluar rumah untuk membeli makanan, pengguna hanya cukup memesan makanan yang diinginkan lewat aplikasi. Aplikasi ini juga menggunakan sistem GPS, sehingga supir GO-FOOD dapat mengetahui keberadaan Anda via aplikasi dan mengantar makanan pesanan di mana saja Anda berada.

Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki budget terbatas untuk mengembangkan layanan delivery order, Go-Food bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu. Pengusaha UMKM bisa memiliki layanan delivery order tanpa harus menyiapkan armada. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu meng-hire atau menggaji SDM untuk delivery. Lebih ekstrim lagi, pengusaha bahkan tidak perlu memiliki store atau toko untuk berjualan. Go-Food juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas.

Bayangkan saja, saat ini ada lebih kurang 200 ribu armada roda dua Go-Jek di Indonesia yang bisa dimanfaatkan sebagai armada layanan food delivery. Syaratnya pun cukup mudah, tinggal bekerja sama dengan Go-Jek sehingga menu atau produk kuliner yang dijual bisa masuk ke dalam menu pilihan di fitur Go-Food.

Fitur Go-Food yang dikembangkan Gojek jelas menguntungkan semua pihak. Bagi konsumen, bisa dimudahkan dalam hal memesan makanan. Bagi Go-Jek, bisa menambah pemasukan dengan banyaknya order yang masuk via Go-Food. Sedangkan bagi pengusaha UMKM, ada potensi kenaikan omset dari layanan food delivery. Layanan Go-Food memang langsung mendapat sambutan positif dari para pelaku pengusaha kuliner. Bahkan menurut keterangan dari pihak Gojek pada April 2015, layanan Go-Food sudah bekerja sama dengan 15 ribu tempat makan di wilayah Jabodetabek. 15 ribu tempat makan tersebut terdiri dari 23 kategori, mulai dari kaki lima hingga restoran mewah. Artinya, Go-Food tidak hanya disediakan bagi pemilik restoran mewah saja. Salah satu esensi Go-Food adalah mempromosikan makanan hasil karya industri UKM. Go-Food menyediakan fitur suggest restaurant jika ada makanan yang enak dan berkualitas bagus di pinggir jalan.

Ramainya ojek online, selain Gojek, justru membawa dampak positif bagi para konsumennya, termasuk para pengusaha yang memakai jasa ojek online sebagai layanan delivery. Sebab dengan begitu, semakin banyak alternatif yang bisa dijadikan pilihan jika seandainya Gojek atau ojek online lain merasa ‘besar’. Bagi pengusaha kuliner, Go-Food sebagai layanan food delivery rasanya tidak memiliki dampak negatif sama sekali. Justru banyak keuntungan yang bisa dirasakan.

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki serta menyajikan berbagai produk kuliner. Karena beragamnya produk makanan tersebut, tidak semua masyarakat mengetahui dan mengenal makanan-makanan serta produk kuliner yang ada secara menyeluruh. Keberadaan Go-Food sebagai bagian dari Go-Jek. diharapkan mampu mengenalkan serta menginformasikan masyarakat akan keberagaman tersebut. Go-Food berusaha mempromosikan kekayaan kuliner khas Indonesia, tercatat lebih dari 37.000 restaurant yang bermitra dengan Go-Food. Linier dengan Go-Jek yang mencitrakan diri sebagai perusahaan anak negeri, Go-Food sebagai layanan dari Go-Jek berusaha membantu promosi dan penjualan makanan produk anak negeri. Pengembangan dari layanan ini tidak hanya dari jasa antar beli makanan, yakni juga membantu mempromosikan usaha masyarakat kecil, seperti pedagang kaki lima yang kita ketahui tidak semua mempunyai jasa delivery makanan. Di sisi lain Go-Food berusaha hadir sebagai perangsang pertumbuhan konsumen. Hal ini juga difungsikan sebagai solusi atas masalah-masalah konsumen yang ditemukan dalam evaluasi terhadap pasar. Salah satu masalah yang muncul berkaitan dengan food delivery service adalah pengaruh mobilitas masyarakat sebagai konsumen. Kecenderungan masyarakat kota yang memiliki mobilitas tinggi, keterbatasan waktu, dan kebutuhan yang tinggi akan makanan kini mampu tertatasi dengan adanya Go-Food. Standar pelayanan yang tinggi dan ketepatan dalam delivery service selalu dijunjung untuk memuaskan para pelanggan.

Seperti yang kita ketahui selama ini bahwa layanan food delivery yang ada di Indonesia ini sangat banyak dan bemacam-macam namun disini Go-Food hadir dengan memberikan kemudahan bagi masyarakat khususnya mahasiswa di Kota Bandung yang kesulitan untuk mencari referensi makanan atau bagi mahasiswa yang malas untuk keluar rumah namun ingin membeli makanan kini dapat memesan nya melalui aplikasi. Karena itu dengan adanya aplikasi Go-Food ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah tersebut. Aplikasi Go-Food yang telah terpadu dengan teknologi yang canggih mampu menyulap Go-Food menjadi image yang positif. Karena kenyamanan, kemudahan, dan praktis merupakan aspek yang sangat penting pada era sekarang ini.

Sebagai perusahaan yang pertama mengembangkan transportasi online, gojek sudah lebih dulu memiliki mitra driver dan pelanggan setia yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan lain. Banyaknya pengusaha kuliner yang tertarik bergabung menjadi mitra gojek membuat layanan Go-Food dari gojek menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk menggunakan aplikasi gojek, Go jek memiliki banyak pilihan layanan yang dapat dijadikan kelebihan dalam melayani kostumer. Go jek food delivery sangat populer dan bisa dijadikan sumber pendapatan utama di masa mendatang, brand image yang sangat kuat dan diingat oleh konsumen dan mudah di temukan dan dioperasikan, karena berbasis aplikasi online.

Kelemahan dari Go-Jek ini adalah ketika pelanggan menggunakan layanan pengantar barang belanja atau makanan, kemungkinan terjadi barang atau makanan yang diterima kurang sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini terjadi ketika pengguna kurang lengkap menjelaskan barang atau makanan apa yang ingin dibeli. Kelemahan lain dari Gojek adalah tidak melayani system booking/pre-order dan tidak terjadi komunikasi langsung antara karyawan dan manajemen sehingga keamanan pengendara dan pengguna tidak bisa secara langsung dijamin oleh manajemen.

Untuk pelanggan Go-Food harus bersedia menunggu lebih lama untuk memesan makanan yang disukai. karena beberapa rumah makan yang bekerja sama dengan gojek membutuhkan waktu yang lama untuk menyiapkan pesanan tersebut dan semenjak munculnya Go food muncul juga pesaing-pesaing lainnya seperti Grab food sehingga menjadi kelemahan tersendiri karena Grab food banyak memiliki promo dan ongkos kirim yang lebih murah dibanding Gofood.

Memperluas jaringan dan kerja sama dengan lebih banyak rumah makan atau resto lagi karena masih banyak rumah makan/resto pilihan konsumen yang belum masuk layanan Go-Food. Layanan Go jek food delivery adalah satu area dimana Go jek perlu perencanaan serius, karena layanan ini dapat menjadi sumber pemasukan yang baik. Diluar layanan pengiriman ini, Go jek dapat mengimplementasikan sistem promosi dan pengiklanan, sehingga food partner mereka dapat mempromosikan produk mereka dengan bagus. Layanan kurir adalah ranah lain yang Go jek perlu fokuskan. Ini adalah layanan ideal untuk klien berbentuk korporasi, yang membutuhkan layanan kurir terpercaya. Dengan ide yang sama. Go jek dapat mengekspansi ke transportation booking service lainnya. pemberian diskon atau potongan harga pada setiap event-event tertentu dapat menjadi kesempatan untuk menambah kepercayaan masyarakat.

Ancaman timbul dari pemerintah berupa peraturan dan penertiban tarif online. Meskipun tidak terlalu mempengaruhi layanan kepada konsumen. Ancaman timbul dari pesaing penyedia layanan food delivery online terdahulu yang memang sudah memiliki peraturan yang pasti dan Gojek adalah developer pertama atau pioneer dari segi Gofood berbasis online sehingga akan terus mendapat perlawanan dari pesaing-pesaing nya sehingga akan membutuhkan kerja keras agar dapat bersaing di pasar delivery berbasis online.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti berminat untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai kasus tersebut dengan judul **“FENOMENA PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD SEBAGAI LAYANAN *FOOD DELIVERY* DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG”.**

**1.2.** **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

* + 1. **Fokus Penelitian**

Melihat konteks penelitian diatas makan peneliti memfokuskan penelitian ini pada **“Bagaimana Fenomena Penggunaan GO FOOD di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung ?”**

* + 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana motif pengguna GO-FOOD di kalangan mahasiswa Fisip Universitas Pasundan Bandung
2. Bagaimana tindakan pengguna GO-FOOD dikalangan mahasiswa Fisip Universitas Pasundan Bandung
3. Bagaimana mahasiswa memaknai aplikasi GO-FOOD
   1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
      1. **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari laporan ini untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diindentifikasikan sebagai masalah yang harus dicari gambarannya. Dan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui motif penggunaan GO-FOOD dikalangan mahasiswa Fisip Universitas Pasundan kota Bandung
2. Untuk mengetahui tindakan penggunaan GO-FOOD dikalangan mahasiswa Fisip Universitas Pasundan Bandung
3. Untuk mengetahui mahasiswa dalam memaknai aplikasi GO-FOOD

**1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan sebuah ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat, maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

**1.3.2.1. Kegunaan Teoritis**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan kajian tentang fenomena penggunaan aplikasi GO-FOOD sebagai layanan *food delivery* dikalangan mahasiswa fisip Universitas Pasundan Bandung, serta memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi lain yang mengambil objek serupa.
2. Dengan selesainya penelitian ini maka sangat berguna bagi perkembangan program studi ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya jurnalistik terutama dalam penelitian fenomena penggunaan aplikasi GO-FOOD sebagai layanan *food delivery* dikalangan mahasiswa fisip Universitas Pasundan Bandung.
3. Menjadi bahan masukan, informasi, referensi dan melengkapi bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan, khususnya akademi dan praktisi.

**1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

1. Secara praktis, hasil penelitian ini berusaha meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai komunikasi melalui sebuah aplikasi yang menggunakan internet di telepon genggam.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan berusaha memahami subyektif mahasiswa dalam aktivitas menggunakan aplikasi GO-FOOD khususnya sebagai layanan *food delivery* dari mahasiswa Universitas Pasundan kepada *driver* GO-FOOD.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan, rekomendasi, pemikiran, informasi dan kontribusi positif bagi peneliti para lain yang mengambil obyek serupa.