

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Covid-19 merupakan permasalahan yang sedang dialami oleh seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia. Hal ini dikarenakan pandemi covid-19 sangat berdampak terhadap perubahan kehidupan masyarakat secara menyeluruh. Covid-19 sendiri adalah penyakit yang menyerang pernapasan akibat *Severe Acute Respiratory Syndrom Corona Virus 2* (SARS-CoV 2) atau yang lebih dikenal dengan virus corona. Penyakit ini pertama kali diumumkan oleh *World Health Organization* (WHO) pada 31 Desember 2019 di Kota Wuhan, China dan terdeteksi masuk di Indonesia pada akhir Februari 2020. Covid-19 termasuk ke dalam penyakit yang mudah menular, di Indonesia tercatat lebih dari 900.000 kasus terinfeksi. Jumlah tersebut berkemungkinan masih akan bertambah kedepannya dan belum menemukan titik terang, karena pencegahan dan pengobatan covid-19 secara medis belum ditemukan hingga saat ini. Maka dari itu, masyarakat hanya bisa melakukan upaya pencegahan penyebaran covid-19 secara non-medis.

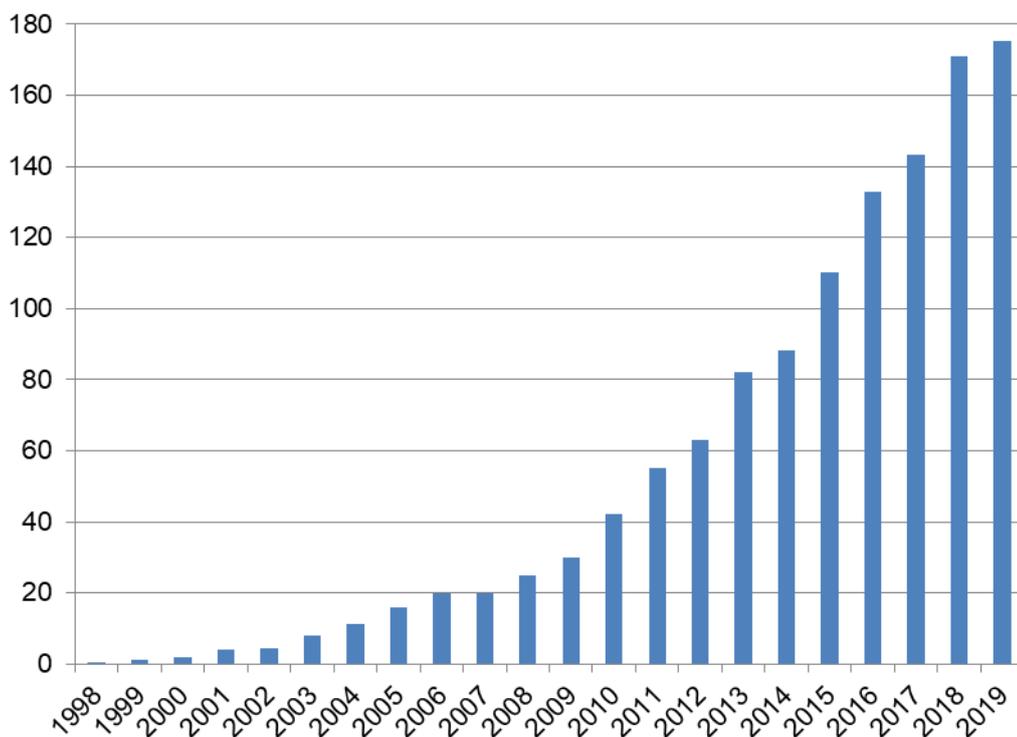
Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah salah satu kebijakan yang dibuat pemerintah Indonesia sebagai upaya pencegahan non-medis penyebaran covid-19. Kebijakan terkait PSBB telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan *corona virus disease-19* (covid-19) dan Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2020 tentang pedoman PSBB dalam rangka percepatan penanganan covid-19. Kegiatan yang dilakukan pada kebijakan PSBB ini, termasuk merumahkan atau meliburkan sekolah dan tempat kerja atau "*stay at home*" dan pembatasan kegiatan atau "*lockdown*" terutama di kota-kota besar, salah satunya Kota Surabaya. Kegiatan ini diharapkan mampu

memutus rantai penyebaran virus corona, sehingga pandemi covid-19 dapat menemukan titik akhir. Namun, dalam pelaksanaan PSBB ternyata menimbulkan dampak negatif seperti menghambat, bahkan mematikan sendi-sendi perekonomian. Hal tersebut disampaikan Lee (2020) bahwa kebijakan pemerintah seperti '*stay at home*' atau '*shelter in place*' dapat menghancurkan perekonomian, meningkatkan jumlah pengangguran, menurunkan kegiatan jual-beli, dan melumpuhkan pertumbuhan.

Dampak kegiatan PSBB juga terlihat dari salah satu kegiatan perekonomian yakni agroindustri yang didasarkan Khairad (2020), ditengah pandemi covid-19, kegiatan agroindustri tentunya juga akan terganggu dalam menghasilkan produk bernilai tambah, terutama terhadap hilirisasi agribisnis yakni kegiatan pemasaran. Kondisi seperti ini, mendorong pelaku agroindustri untuk melakukan inovasi disruptif atau sebuah inovasi yang menciptakan pasar baru dengan menggantikan teknologi yang dahulu. Inovasi ini ditujukan untuk menggerakkan roda perekonomian kembali dengan memanfaatkan teknologi dan informasi. Tronvoll *et al.* (2020) menyatakan bahwa "Krisis covid-19 mengharuskan organisasi mencari cara penyampaian produk dan layanan mereka dengan kontak fisik seminimal dan seaman mungkin, sehingga perlu rancangan produk dan layanan digital sebagai alternatif untuk strategi dalam kondisi lingkungan yang baru" atau dengan kata lain, di kondisi yang terdampak covid-19 ini, sebagai perusahaan harus mengambil kesempatan yang ada untuk memasarkan produknya dengan sistem transformasi digital (Kodama, 2020). Fletcher & Griffiths (2020), juga menjelaskan bahwa, pandemi covid-19 merupakan lonceng yang menjadi tanda kematian kepada banyak bisnis, baik bisnis kecil maupun besar. Munculnya pandemi ini memberikan peringatan bahwa transformasi digital bukan lagi pilihan atau tambahan semata, namun kebutuhan dalam pergerakan semua sektor. Penggunaan teknologi digital pada

sistem transformasi ini dapat menstabilkan keadaan di kondisi yang berubah-ubah dengan strategi yang baru (Güler & Büyüközkan, 2019).

Transformasi digital dapat terjadi dengan dorongan perkembangan era Revolusi Industri 4.0, dimana terjadinya orientasi terhadap kemajuan yang pesat terhadap teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi dan informasi ini bergerak seiringan dengan peningkatan pengguna internet yang sangat pesat pula. Menurut data statistik Badan Pusat Statistik (BPS), terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia yang cukup signifikan. Pada tahun 2017, pengguna internet di Indonesia mencapai 143,3 juta pengguna dan mengalami peningkatan signifikan menjadi 171,1 juta di tahun 2018. Angka tersebut meningkat lagi di tahun 2019 menjadi 175,4 juta pengguna dari jumlah total masyarakat Indonesia yakni 272,1 juta atau dengan kata lain sebesar 64,5% penduduk Indonesia telah memanfaatkan internet. Jumlah tersebut tergolong cukup besar karena telah melebihi setengah dari total penduduk Indonesia.

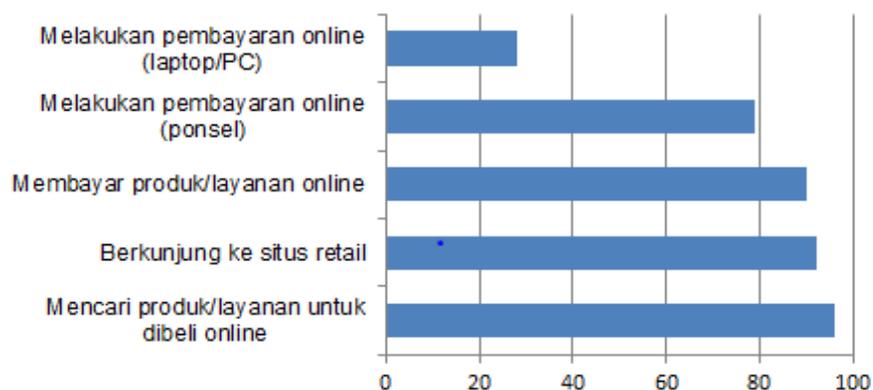


Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : Data olahan penulis

Dampak *internet of things* yang dibawa oleh Revolusi Industri 4.0 tidak dapat dipungkiri telah memberikan pengaruh kepada masyarakat. Peningkatan pengguna internet di Indonesia yang signifikan membuat internet dapat menjadi media promosi yang tepat bagi produk-produk agroindustri. Menurut Chen *et al.* (2010), salah satu pengaruh adanya internet adalah berbelanja secara daring, yang memungkinkan terjadi peningkatan promosi produk melalui komentar-komentar positif antar konsumen. Dampak media promosi tersebut dapat memberikan peluang dalam memasarkan suatu produk secara lebih luas dengan menggunakan sistem *e-commerce*. *E-commerce* menjadi salah satu bukti terjadinya perkembangan teknologi dalam perekonomian yaitu dengan pemanfaatan internet pada aktivitas produksi, sehingga dapat membawa peningkatan produktivitas ekonomi.

Penggunaan *e-commerce* di Indonesia sudah bukan hal yang baru lagi. Besarnya potensi *e-commerce* tidak lepas dari perkembangan dan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Penetrasi internet di Indonesia tumbuh dan berkembang dengan pesat, menjadikan Indonesia berpotensi menjadi salah satu pasar *e-commerce*. Rekap data yang telah dibuat dalam bentuk grafik diketahui pada tahun 2020 sekitar 96% pengguna internet di Indonesia pernah menggunakan *e-commerce*.



Gambar 1.2 Grafik Pengguna E-commerce di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Melihat besarnya potensi *e-commerce* dapat memberikan peluang dalam mempromosikan produk-produk agroindustri dengan memanfaatkan sebuah aplikasi atau *platform* terutama pada masa pandemi, sehingga dapat mempermudah penyampaian produk kepada konsumen. Hal tersebut ditujukan untuk menggerakkan perekonomian dengan meningkatkan kegiatan jual-beli, walaupun tidak terjadi interaksi langsung antara produsen dengan konsumen. *E-commerce* diharapkan mampu menjadi salah satu solusi dalam agroindustri bertahan di kondisi saat ini dan seterusnya. Salah satu *e-commerce* yang menggunakan sarana internet dan dapat dimanfaatkan oleh pengusaha agroindustri adalah gofood. Gofood adalah salah satu fitur yang terdapat pada aplikasi Gojek, local *e-commerce* yang paling banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia. Gofood merupakan inovasi layanan pesan antar makanan yang berbasis internet dan menggunakan tukang ojek sebagai mediana. Pengembangan layanan gofood ini tidak hanya dari jasa pesan antar makanan, namun juga berusaha membantu mempromosikan dan penjualan makanan serta memperluas jangkauan pasar dari produk-produk yang merupakan hasil pengolahan dari produk pertanian. Menurut Raj *et al.* (2020), *food delivery platforms* seperti ini dapat berperan mengurangi efek buruk dari perubahan kondisi yang mengakibatkan ekonomi menjadi negatif. Dengan begitu, teknologi *e-commerce* dapat memberikan peran yang sangat penting serta berpengaruh positif terkait dengan memberdayakan, menumbuhkan, serta mengembangkan industri tradisional yaitu pertanian, dalam hal ini adalah sektor agroindustri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, membuat penulis tertarik untuk meneliti mengenai "*Pengaruh Layanan Gofood Terhadap Pendapatan dan Kepuasan Gofood Partner Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Surabaya*".

1.2 Rumusan Masalah

Kebijakan pemerintah dalam upaya pencegahan penyebaran covid-19, seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dapat menghambat perekonomian secara nasional. Menurut data BPS, perekonomian nasional mengalami penurunan pada triwulan-II 2020 sebesar -4,19% (q to q) dan secara yoy sebesar -5,32%. PDB pertanian menjadi penyumbang tertinggi perekonomian nasional dengan pertumbuhan sebesar 16,24% (q to q) dan secara yoy tetap berkontribusi positif sebesar 2,19%. Penurunan ekonomi yang terjadi di berbagai sektor, membuktikan sektor pertanian mampu menjadi sektor terakhir yang sanggup bertahan dalam kondisi apapun. Sektor pertanian tetap mampu menjalankan perannya sebagai sektor andalan dan sektor dasar untuk mempertahankan kondisi perekonomian nasional.

Untuk menggerakkan kembali perekonomian di masa pandemi covid-19 pelaku ekonomi diharuskan memanfaatkan lebih dalam lagi terhadap sektor pertanian. Agroindustri menjadi salah satu potensi pada sektor pertanian yang mampu dikembangkan untuk menumbuhkan ekonomi. Namun di tengah pandemi covid-19, kegiatan agroindustri mengalami gangguan dalam menghasilkan produk pertanian bernilai tambah, terutama dalam kegiatan pemasaran. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai pelaksanaan kegiatan dan usaha yang bertujuan untuk mengalirkan barang dan jasa dari area produksi ke konsumsi. Kegiatan pemasaran inilah yang memiliki interaksi paling banyak dalam menyampaikan produk kepada konsumen. Dalam kondisi pandemi covid-19, interaksi langsung harus dihindari guna memutus penyebaran virus corona. Untuk mengurangi interaksi ini cara yang efektif dalam menyalurkan produk pertanian adalah dengan perkembangan teknologi dan informasi seperti *e-commerce*. *E-commerce* menjadi alternatif yang tepat sebagai strategi baru sehingga produk agroindustri dapat sampai ke tangan konsumen tanpa kontak

langsung. *E-commerce* merupakan hasil perkembangan teknologi dan informasi yang dapat mempengaruhi kehidupan manusia, salah satunya local *e-commerce* yaitu gofood.

Gofood menjadi bukti sisi positif dari perkembangan teknologi dan informasi karena dapat membantu kegiatan pemasaran agroindustri dengan mempermudah dalam menjangkau calon konsumen. Gofood menjadi fitur dibawah Gojek Indonesia yang masih beroperasi ketika banyak perusahaan yang berhenti beroperasi selama pandemi covid-19. Gojek Indonesia juga masih terus membuka pendaftaran kemitraan, terutama pada layanan gofood yang menjadi layanan utama gojek.

Kemitraan gofood atau *gofood partner* dapat diartikan sebagai hubungan kerjasama antara pihak perusahaan dengan mitra merchant sebagai pengusaha agroindustri dan mitra driver sebagai pengantar produk agroindustri kepada konsumen. Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan kemitraan ini adalah memberikan pengaruh positif terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan teknologi. Kemitraan dengan layanan gofood diharapkan mampu menjadi strategi untuk merangsang dan mendorong kegiatan jual-beli serta mengembalikan pergerakan roda perekonomian sehingga dapat mengatasi masalah selama dan juga setelah masa pandemi covid-19. Menurut berita pada Gizmologi.id, jumlah mitra gofood pada masa pandemi covid-19 meningkat sebanyak 17 kali lipat dan berhasil memberikan pertumbuhan pendapatan sebesar 2 kali lipat. Selama masa pandemi covid-19 masyarakat yang terkena dampak mencoba mencari solusi dalam mencari mata pencaharian alternatif untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari dan bertahan di kondisi ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme pendaftaran *gofood partner* pada masa pandemi covid-19?
2. Bagaimana pelaksanaan kerjasama antara layanan gofood dengan mitranya?
3. Bagaimana pengaruh layanan gofood terhadap pendapatan mitra pada masa pandemi covid-19?
4. Bagaimana tingkat kepuasan mitra terhadap layanan gofood?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi mekanisme pendaftaran *gofood partner* ketika pandemi covid-19.
2. Mengidentifikasi kerjasama yang dilakukan antara *gofood partner* dengan perusahaan.
3. Menganalisis pendapatan *gofood partner* yang diperoleh pada masa pandemi covid-19.
4. Menganalisis tingkat kepuasan *gofood partner* terhadap layanan yang diterima pada masa pandemi covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, antara lain :

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Mengetahui secara umum pengaruh adanya layanan Gofood terhadap pendapatan dan tingkat kepuasan mitranya pada masa pandemi covid-19.

2. Sebagai salah satu persyaratan kelulusan program perkuliahan Sarjana S1 program studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Mahasiswa dapat menyajikan data-data serta hasil penelitian yang diperoleh selama penelitian kedalam sebuah tulisan yaitu Laporan Skripsi.
4. Sebagai salah satu media pelatihan dalam mengembangkan keterampilan sesuai disiplin ilmu yang dipelajari mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian yang telah diselesaikan nantinya dapat menjadi tambahan referensi yang dapat dijadikan pembelajaran dan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di Perguruan Tinggi ataupun dapat sebagai acuan studi kasus yang akan dilakukan oleh para mahasiswa untuk penulisan karya yang sejenis.