

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

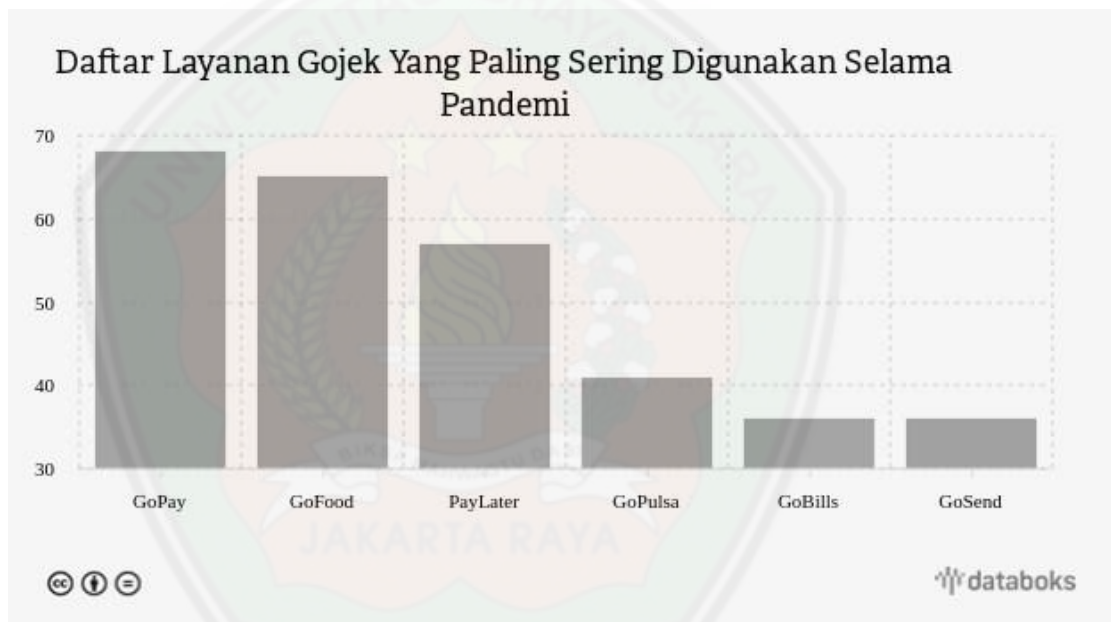
Di era sekarang ini internet menciptakan banyak aplikasi untuk memudahkan kita dalam menjalankan aktivitas, seperti halnya dengan memenuhi kebutuhan hidup. Banyak aplikasi yang sudah menyediakan berbagai layanan yang menjadi kebutuhan masyarakat, terutama dalam berbelanja online, angkutan jasa online, dan pemesanan makanan atau minuman secara online. Sebelum era digital semakin canggih, kita masih menggunakan semua secara offline. Harus berkunjung langsung ke tokonya atau ketempatnya untuk melihat langsung atau membeli secara langsung. Namun, semakin berkembangnya zaman dan generasi semakin maju maka semua dibuat menjadi gampang dan mudah didapatkan.

Seperti pada awalnya jasa antar ojek, yang mana hanya bisa kita dapatkan atau temukan di pangkalan ojek saja. Lalu kemudian di tahun 2010 Nadiem Makarim membuat ide dengan mendirikan ojek online. Dimana pada awalnya ojek online hanya melayani angkutan jasa online saja. Gojek akan mengantarkan penumpangnya sesuai dengan rute yang diinginkan oleh penumpangnya. Lalu kemudian pendiri gojek ini mengembangkan lagi aplikasinya dan akhirnya mempunyai layanan fitur pembayaran digital bernama GoPay. GoPay digunakan untuk menyimpan Gojek Credit yang mana nantinya bisa dipakai untuk melakukan pembayaran atau transaksi-transaksi yang ada pada semua layanan aplikasi gojek (seperti GoRide, GoCar, GoSend, GoFood, dan lain sebagainya). Yang awalnya hanya untuk pembayaran GoJek, Akhirnya dimunculkan kembali layanan-layanan yang lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam kesehariannya. Fitur yang terdapat dalam aplikasi gojek memudahkan penggunaannya dari berbagai kalangan anak muda ataupun kalangan orang dewasa dapat menggunakan aplikasi ini.

Sebelum era modern seperti sekarang ini, pemesanan makanan atau delivery order hanya bisa dilakukan jika kita menelpon pihak restoran tersebut dan hanya franchise saja yang punya jasa antar *delivery* order. Dulu sebelum ada nya jasa antar online ini kita pasti malas untuk memesan makanan di suatu restoran karena harga nya yang cukup mahal ditambah ongkos kirim dari pihak restoran nya membuat kita akan berpikir dua kali jika akan memesan makanan di restoran tersebut. Dalam pemesanan delivery order kita hanya diberitahu menu pilihan yang tersedia oleh pihak restoran melalui telfon dan tidak bisa melihat menu makanan atau minumannya. Kemudian, muncul lah inovasi dari gojek yang membuka jasa layanan antar beli makanan dan minuman yaitu GoFood. Kita bisa memilih pemesanan dari restoran mana saja yang akan kita inginkan. Konsumen tinggal memilih menu apa yang sedang diinginkan, lalu cari lokasi restoran atau rumah makan yang terdekat kemudian melakukan order. Di dalam fitur GoFood ada penjelasan secara lebih *detail* mengenai harga dan makanan apa saja yang tersedia di restoran tersebut. Bahkan estimasi perjalanan pesanan makanan atau minuman bisa kita lihat berapa lama waktu yang dibutuhkan agar orderannya sampai. Dengan ini maka semakin banyak juga restoran dan rumah makan yang bekerja sama dengan layanan GoFood ini. Karena banyak nya kalangan masyarakat yang menggunakan jasa antar online ini. Memudahkan segala keinginan kita dalam memilih menu makanan atau minuman untuk sarapan, makan siang, atau makan malam. Karena GoFood bisa melayani keinginan kita kapan pun dan dimana pun lokasi keberadaan kita. Dan adanya GoFood ini selain kita bisa memesan makanan dan minuman dengan mudah dan cepat, alasan yang memicu banyak nya pemesanan jasa antar online ini adalah Harga. Harga yang ditawarkan dalam pemesanan GoFood ini terbilang lebih cukup murah daripada kita harus memesan nya langsung di restorannya tersebut atau makan langsung di tempat. Bahkan pemesanan GoFood ini sering memberikan potongan harga atau penawaran lainnya untuk menarik minat konsumen.

Pandemi yang kita alami setahun belakangan ini menjadikan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya hanya bisa memesan lewat online saja, adanya *social distancing* menjadikan konsumen harus tidak untuk berkumpul-kumpul di luar rumah.

Alasan konsumen memesan via GoFood adalah agar menjaga upaya pencegahan penyebaran COVID-19. Pembayaran yang dilakukan oleh konsumen yaitu dengan menggunakan GoPay sehingga dapat mengurangi penyebaran virus melalui uang yang sudah sebelumnya dipegang oleh orang banyak. Berikut adalah data layanan yang terdapat pada aplikasi GoJek 2020



**Gambar 1. 1. Daftar Layanan Gojek yang Paling Sering Digunakan Selama Pandemi**

Sumber: Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, 8 oktober 2020

Adapun dampak yang dialami oleh konsumen pada saat pandemi menurut (Novianti Eka Kartika, 2020) yaitu:

Dampak negatif dari pengguna aplikasi/konsumen antara lain penghapusan sementara layanan GoRide menimbulkan kesulitan bagi para pengguna layanan GoCar

dengan biaya yang mahal dan kurang efektif apabila diperlukan saat waktu mendesak.

Dampak positif bagi pengguna aplikasi atau konsumen. Pertama, berbagai macam promo yang disediakan oleh GoJek pada layanan-layanan GoJek sangat menguntungkan, kita jadi berhemat pengeluaran. Kedua, edukasi dari fitur dan layanan pada aplikasi GoJek seperti #dirumahsaja menghimbau para pengguna agar berdiam dirumah saja. Fitur *chat* pesan otomatis untuk menyimpan makanan atau minuman pada pagar rumah.

Mengenai harga yang terdapat pada aplikasi GoJek ini, ada berbagai banyak restoran yang mengadakan penawaran *cashback* jika kita membayar melalui GoPay. Untuk menarik minat dari konsumennya dan membuat kesetiaan pengguna gojek semakin bertambah. Maka gojek menyediakan penawaran *cashback* ini jika kita melakukan pemesanan lewat aplikasi gojek dan membayarnya melalui dompet digitalnya yaitu GoPay. Jika pengguna memesan makanan atau minuman dari GoFood akan menerima *cashback* jika terdapat promo dalam menu yang tersedia. Penawaran *cashback* ini berupa pengembalian dana ke dalam dompet digital si pengguna sesuai dengan yang terdapat pada promosinya. Dari kalangan muda maupun orang dewasa pasti akan tergiur dengan penawaran *cashback* jika terdapat promo ini.

Perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu dalam (Cholili1 & Rachmi2, 2020) penelitian terdahulu yaitu bahwa terdapat harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Gofood menggunakan Gopay di Kota Malang.

Untuk itu, penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah harga dan penawaran *cashback* yang diberikan pihak GoJek di saat pandemi ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli ketersediaan yang ada pada GoFood. Mengingat, pesaing Gojek ada Grab dan Shopee food yang sekarang memulai membuka jasa antar makanan dan minuman online. semua aplikasi online dan dompet digital sekarang banyak menawarkan-penawaran lainnya hingga memberikan promosi besar-besaran.

Oleh karena itu sesuai dengan pernyataan - pernyataan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul:

**“PENGARUH HARGA DAN PENAWARAN CASHBACK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOPAY (STUDI KASUS PADA KONSUMEN GOFOOD DI TAMAN KEBALEN, BEKASI)”**

### **1.2 Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah penggunaan GoFood di daerah Taman Kebalen dalam memesan makanan atau minuman di GoJek.

Dari masalah diatas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Harga terhadap keputusan pembelian Gofood pada konsumen di Taman Kebalen
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Penawaran *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen di Taman Kebalen
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Harga dan Penawaran *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian di Taman Kebalen

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan pada pengguna GoFood di Taman Kebalen adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian GoFood di Taman Kebalen
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan Penawaran *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian GoFood di Taman Kebalen
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan Harga dan Penawaran *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian

Kegunaan penelitian yang dilakukan pada GoFood adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan pengetahuan bagi konsumen Taman Kebalen

2. Bagi Akademik

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh dan dampak GoFood di Taman Kebalen.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain:

1. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini menjadi acuan konsumen dalam memutuskan dalam pembelian apa saja yang harus menjadi tolak ukur dalam membeli. Serta, konsumen bisa menjadi lebih bijak dalam membeli.

2. Bagi Peneliti

- Menambah wawasan dan pengetahuan dalam ilmu pemasaran
- Mengetahui tentang pengaruhnya suatu harga terhadap keputusan pembelian konsumen
- Hasil penelitian bisa jadi pembelajaran untuk kedepannya

#### **1.5 Batasan Masalah**

Agar mempermudah pemecahan masalah yang dihadapi penulis, maka perlu dibuat pembatasan masalah, yaitu: Pengaruh Harga dan Penawaran *Cashback* terhadap pengguna Gopay (studi kasus GoFood di Taman Kebalen, Bekasi Utara)



## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui hasil penelitian ini, secara singkat akan saya terdapat ada 5 bab yaitu:

### **BAB I       Pendahuluan**

Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan

### **BAB II       Landasan Teori**

Pengaruh harga, penawaran *cashback*, dan keputusan pembelian, keterkaitan antar variabel, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis serta uraian teoritis lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **BAB III      Metodologi Penelitian**

Menjelaskan mengenai populasi sample, variabel yang digunakan, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, serta metode analisis data yang digunakan

### **BAB IV      Analisis dan Pembahasan**

Gambaran umum perusahaan hasil penelitian dan pembahasan menuraikan tentang gambaran umum perusahaan serta pengaruh harga dan penawaran *cashback* terhadap keputusan pembelian

### **BAB V       Penutup**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan Implikasi Manajerial.

