

## **Riset Tenggara Strategics: Pasca-Pandemi, Permintaan Layanan Pesan Antar Makanan Tetap Tinggi**

*GoFood menjadi pemimpin layanan pesan-antar makanan online di Indonesia dengan nilai transaksi tertinggi mencapai Rp 30,65 triliun setahun, menggungguli para kompetitor.*

**Jakarta, 15 Juni 2022, - Tenggara Strategics**, badan riset bagian dari Centre for Strategic and International Studies (CSIS) dan Universitas Prasetiya Mulya, memproyeksikan layanan pesan antar makanan online atau *online food delivery (OFD)* tetap menjadi pilihan masyarakat Indonesia pasca pandemi COVID-19, sehingga industri OFD di tanah air akan terus bertumbuh.

Hal ini diketahui melalui riset **“Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia”** yang dilakukan oleh Tenggara Strategics guna mendalami perilaku konsumen Indonesia dalam menggunakan layanan OFD.

Berdasarkan riset tersebut, Tenggara Strategics juga melaporkan bahwa di tengah pandemi COVID-19 GoFood adalah pemimpin layanan pesan antar makanan di Indonesia dengan nilai transaksi terbesar. Pada 2021, Tenggara mengestimasi nilai transaksi pesan-antar makanan (GMV) yang terjadi di sektor OFD sebesar Rp 78.4 triliun<sup>1</sup>, dan nilai transaksi di platform GoFood - bagian dari ekosistem GoTo, menurut hitungan Tenggara mencapai Rp 30,65 triliun atau lebih tinggi dari penyedia layanan OFD lainnya seperti GrabFood dan Shopee Food.

**Riyadi Suparno - Direktur Eksekutif Tenggara Strategics** memaparkan, “Layanan pesan-antar makanan secara online atau online food delivery merupakan salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi digital dan penggerak perekonomian di tengah masyarakat. Di tengah pandemi, layanan OFD terbukti menjadi penyelamat masyarakat yang harus beraktivitas dari rumah dan penyelamat UMKM untuk bisa tetap berbisnis. Kami kemudian melakukan riset untuk mengetahui, apakah pasca pandemi layanan OFD akan tetap diminati mengingat ada perubahan perilaku di mana masyarakat sudah mulai kembali bekerja di kantor, beraktivitas di luar rumah serta adanya relaksasi regulasi dalam bepergian. Jawaban yang kami dapat dari riset ini adalah masyarakat tetap meminati layanan OFD karena kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan.”

---

<sup>1</sup> Estimasi dihitung berdasarkan hasil riset Google, Bain, dan Temasek (2021)

Melanjutkan uraian dari Riyadi, **Stella Kusumawardhani, M.IDEc - Economic Research Lead, Tenggara Strategics** memaparkan sejumlah temuan lainnya dari riset terkait online food delivery ini, di antaranya:

- **Layanan *online food delivery* (OFD) telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian masyarakat.** Mayoritas konsumen menggunakan OFD untuk mendukung produktivitas, menjelajahi tren kuliner terbaru dan bersosialisasi. Lebih dari setengah konsumen menggunakan OFD minimal sekali setiap minggu.
- **Layanan *online food delivery* digunakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat berpenghasilan tetap.** Di mana, mayoritas pengguna adalah Generasi Z (43%) dan millennial (39%)

Sementara terkait industri OFD, Tenggara Strategics juga menemukan beberapa temuan utama terkait para pemain industri ini, seperti:

- **GoFood menjadi preferensi utama konsumen dengan nilai transaksi tertinggi, mencapai Rp 30,65 triliun.**
  - Menurut riset, GoFood lebih banyak dimiliki dan digunakan oleh konsumen Indonesia meski para konsumen memiliki aplikasi OFD lainnya.
  - Tidak hanya itu, GoFood merupakan platform yang menjadi *top of mind* (50%) dan paling banyak di *download* (76%) oleh konsumen, serta menawarkan kenyamanan dan menu paling beragam.
- **ShopeeFood berada di posisi kedua dengan nilai transaksi mencapai Rp 26,49 triliun.**
  - Sebanyak 28% responden menjadikan ShopeeFood sebagai *top of mind* platform OFD dan dianggap konsumen sebagai platform yang paling banyak menawarkan promo.
- **GrabFood berada di posisi ketiga mencapai Rp 20,93 triliun.**
  - Sebanyak 22% responden menjadikan GrabFood sebagai *top of mind* platform OFD.

Stella melanjutkan, "Kami memperkirakan industri OFD juga akan terus bertumbuh. Hasil survei kami menemukan mayoritas konsumen (99%) berniat terus menggunakan dan meningkatkan penggunaan (96%) layanan OFD di masa-masa mendatang."

Menanggapi hasil penelitian ini, **Dr. Handyanto Widjojo - Research Fellow, Tenggara Strategics** mengatakan, "Sekalipun penelitian dilakukan di masa pandemi, saya kira beberapa hal yang tadi disebutkan, seperti kenyamanan dan kemudahan, akan tetap menjadi pertimbangan konsumen di periode berikutnya karena kebiasaan tersebut sudah terbentuk, apalagi untuk hal yang ada hubungannya dengan makanan."

Riset mengenai layanan OFD ini menggunakan metode wawancara tatap muka oleh pewawancara terlatih, dengan jumlah responden mencapai 1200 yang tersebar di enam kota yang dilakukan pada 10 hingga 14 Januari 2022. Riset juga memiliki tingkat kepercayaan 95%, dengan batas kesalahan atau MoE +/- 2.8%.

-selesai-



Tenggara Strategics adalah lembaga riset dan konsultasi bisnis dan investasi yang didirikan oleh Centre for Strategics and International Studies (CSIS), *The Jakarta Post*, dan Universitas Prasetiya Mulya. Menggabungkan kemampuan dari tiga organisasi, Tenggara Strategics melayani komunitas bisnis dengan penelitian dan informasi yang dapat diandalkan untuk membantu para pemimpin bisnis membuat keputusan strategis. Layanan Tenggara Strategics meliputi riset politik, bisnis, dan sosial, laporan mingguan politik dan ekonomi-bisnis, Tenggara Backgrounder, dan penyelenggaraan kegiatan-kegiatan strategis untuk para pemimpin bisnis.

**Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:**

**Stella Kusumawardhani, M.IDEc**

*Economic Research Lead* Tenggara Strategics

Whatsapp: +62 811 9966 083

Email: [stella@tenggara.id](mailto:stella@tenggara.id)

[www.tenggara.id](http://www.tenggara.id)