

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk dunia maka kebutuhan akan makanan juga meningkat, sehingga menciptakan peluang bisnis yang sangat besar. Indonesia merupakan negara berpenduduk ke-4 terbesar didunia, pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi kebutuhan akan makanan yang terus meningkat, perkembangan sosial, dan perubahan pola hidup masyarakat yang semakin modern.²

Hal ini yang memancing banyak investor untuk melakukan bisnis rumah makan, sehingga sampai sekarang bisnis rumah makan atau restoran semakin berkembang di Indonesia. Peningkatan jumlah usaha rumah makan juga diiringi dengan perkembangan teknologi yang tumbuh pesat, transformasi sistem pembayaran pun juga semakin berkembang, salah satunya adalah sistem pembayaran dengan kartu elektronik atau yang sering disebut dengan sistem pembayaran elektronik (*Electronic Payment Sistem*). Perkembangan sistem pembayaran didorong oleh semakin besarnya volume transaksi yang dilakukan oleh masyarakat, peningkatan resiko, kompleksitas transaksi, dan perkembangan teknologi itu sendiri. Sistem pembayaran tunai ini berkembang dari *commodity money* sampai *fiat money*, sedangkan sistem pembayaran non

² <https://wikipedia.org/wiki/Indonesia>, diakses pada hari Selasa, 01 Agustus 2018 pukul 20.10 WIB.

tunai berkembang dari yang berbasis warkat (cek, bilyet giro, nota debit dan sebagainya) sampai kepada yang berbasis elektronik (kartu elektronik maupun *electronic money*). Mengingat sistem pembayaran ini merupakan salah satu komponen penting dalam dunia perekonomian, baik perdagangan maupun transaksi-transaksi pembayaran yang terjadi di masyarakat. Dengan adanya sistem pembayaran elektronik yang lebih efisien dan praktis, hal tersebut mendorong pengusaha rumah makan untuk memanfaatkan kecanggihan teknologi yang memudahkan para konsumen untuk melakukan pembayaran. Konsumen termudahkan dengan tersedianya fasilitas pembayaran elektronik, apabila kelengkapan fasilitas yang terdapat pada rumah makan membuat konsumen puas, hal tersebut dapat meningkatkan efektivitas penjualan.

Sistem pembayaran dan pola bertransaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis.³ Pembayaran non tunai dapat dilakukan dengan cara transfer atau menggunakan kartu sebagai alat pembayaran, misalnya kartu debit dan kartu kredit. Hasil dari perkembangan teknologi informasi dalam sistem pembayaran adalah Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) seperti kartu kredit, kartu debit. Kemudahan yang ditawarkan dalam transaksi membuat masyarakat beralih menggunakan instrument non tunai. Pola hidup masyarakat yang cenderung menginginkan sesuatu yang praktis dalam berbagai aspek, termasuk dalam hal bertransaksi. Hal tersebut dapat

³Pramono, dkk. "*Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter*". Working Paper Bank Indonesia, 2006. Volume 18 Nomor 1 Maret 2011 hal 36.

meningkatkan volume dan nilai transaksi pembayaran menggunakan kartu, ditambah dengan pertumbuhan ekonomi yang membaik dan diperkuat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1

Volume transaksi alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) di Indonesia Pada Tahun 2013-2016⁴

Tahun	Transaksi Kartu Kredit		Transaksi Kartu Debet	
	Nominal (Juta Rupiah)	Volume	Nominal (Juta Rupiah)	Volume
2013	223,369,577	239,098,519	3,797,370,438	3,461,149,865
2014	255,057,458	254,320,061	4,445,073,437	4,077,696,164
2015	280,543,930	281,325,840	4,897,794,435	4,574,387,633
2016	281,020,518	305,052,297	5,623,912,646	5,196,512,452

Sumber: Bank Indonesia (2017)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah transaksi alat pembayaran elektronik atau kartu di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hingga pada tahun 2016 untuk volume transaksi kartu kredit sebesar 305,052,297 dengan nominal sebesar 281,020,518 juta rupiah. Sedangkan volume transaksi kartu debit sebesar 5,196,512,452 dengan nominal sebesar 5,623,912,646 juta rupiah. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat indonesia cenderung gemar menggunakan sistem pembayaran elektronik yang lebih efisien dan praktis.

Dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha rumah makan tentunya diperlukan strategi penjualan yang menarik guna meningkatkan omset penjualan. Melihat persaingan bisnis makanan yang semakin marak saat

⁴ Statistik Transaksi Kartu Debet 2009, <http://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran>, diakses pada hari Jumat tanggal 10 Agustus 2018, pukul 15.00 WIB.

ini dengan munculnya banyak restoran makanan asing, maka pelaku bisnis makanan khas atau tradisional harus dapat mempertahankan eksistensi produknya. Rumah makan Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung dituntut untuk menerapkan strategi penjualan dengan mengikuti perkembangan teknologi menggunakan sistem pembayaran elektronik yang dapat meningkatkan efektivitas penjualan. Menurut Buchari Alma dalam bukunya yang berjudul *Kewirausahaan, Strategi adalah pola penentuan keputusan dalam perusahaan dengan menentukan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama serta merencanakan untuk mencapai tujuan secara terperinci dari jangkauan bisnis yang akan dicapai perusahaan.*⁵ Sedangkan menurut Maqfira Dwi Utami penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.⁶ Dari definisi tersebut peneliti menyimpulkan bahwa strategi penjualan merupakan cara-cara di dalam proses penjualan yang dapat memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan. Strategi penjualan dibutuhkan agar

⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hal. 176

⁶ Maqfira Dwi Utami, *Analisis Pengaruh Harga*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 40

pelanggan merasa senang dengan gaya berjualan yang dilakukan oleh Waroeng Kampong AG ONE Tulungagung.

Rumah makan Waroeng Kampoeng AG ONE merupakan salah satu rumah makan yang ada di Kabupaten Tulungagung yang cukup banyak pelanggannya. Rumah makan ini didirikan pada tanggal 12 April 2008 yang beralamat di jalan MT. Haryono No. 77, Bago, Tulungagung, Jawa Timur. Rumah makan Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung menyediakan masakan dengan cita rasa khas Tulungagung. Meskipun berada di tengah persaingan yang semakin ketat, namun pelanggan rumah makan ini masih tetap stabil, hal ini dapat dilihat dengan kemampuannya tetap bertahan hingga saat ini.

Berdasarkan kondisi persaingan yang semakin ketat dan semakin berkembangnya teknologi diharapkan akan diikuti dengan kemampuan rumah makan Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung untuk meningkatkan omset penjualan, maka peneliti mengangkat judul “Strategi Penjualan Menggunakan Sistem Pembayaran Elektronik Untuk Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada Usaha Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan strategi penjualan menggunakan sistem pembayaran elektronik pada Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung untuk meningkatkan efektivitas penjualan?

2. Bagaimana kendala, skema, jenis, dan respon dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik sebagai strategi penjualan untuk meningkatkan efektivitas penjualan di Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung?
3. Bagaimana tingkat efektivitas penjualan di Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung setelah menerapkan strategi penjualan menggunakan sistem pembayaran elektronik?

C. Tujuan penelitian

1. Mengkaji penerapan strategi penjualan menggunakan sistem pembayaran elektronik pada Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung untuk meningkatkan efektivitas penjualan
2. Mengkaji kendala, skema, jenis, dan respon dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik sebagai strategi penjualan untuk meningkatkan efektivitas penjualan di Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung
3. Mengkaji tingkat efektivitas penjualan di Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung setelah menerapkan strategi penjualan menggunakan sistem pembayaran elektronik

D. Batasan Masalah

Penelitian ini mengacu pada peranan sistem pembayaran elektronik untuk meningkatkan efektivitas penjualan di Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik untuk manfaat akademik maupun manfaat praktis. Kedua manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Diharapkan hasil penelitian skripsi ini dapat digunakan untuk memperoleh gelar sarjana dalam keilmuan Ekonomi Syariah serta sebagai referensi kepustakaan mengenai strategi penjualan menggunakan sistem pembayaran elektronik untuk meningkatkan efektivitas penjualan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada usaha rumah makan Waroeng Kampoeng AG ONE Tulungagung untuk meningkatkan efektivitas penjualan agar selalu berkembang.

F. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk memudahkan memahami sebuah definisi, melalui tinjauan definisi konseptual yang bersumber dari teori para tokoh dan definisi operasional yang telah dibuat oleh peneliti dengan acuan judul dan teori, sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi menurut Fandi Tjiptono yaitu berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan

situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.⁷

- b. Penjualan menurut Maqfira Dwi Utami merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.⁸
- c. Pembayaran Elektronik menurut Berkatulloh dan Presetyo, dkk. merupakan kegiatan E-Business dalam pelayanan secara langsung kepada konsumen melalui barang atau jasa.
- d. Efektivitas menurut Sedamaryanti merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai.⁹

2. Definisi Operasional

- a. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan tindakan yang bersifat

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hal. 3

⁸ Maqfira Dwi Utami, *Analisis Pengaruh Harga*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 40

⁹ Sedamaryanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, (Bandung: Bandung Maju, 2008), hal. 59

incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

- b. Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya.
- c. Pembayaran Elektronik sistem pembayaran alternatif yang memudahkan konsumen melakukan pembayaran melalui jaringan atau internet.
- d. Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

G. Sistematika Penelitian Skripsi

Sistematika penyusunan laporan penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian Utama, terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari: latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penelitian skripsi.

Bab II Kajian pustaka, terdiri dari: kajian fokus pertama, kajian fokus kedua dan seterusnya, hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir teoritis.

Bab III Metode penelitian, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil penelitian, terdiri dari: paparan data, temuan penelitian, pembahasan temuan penelitian.

Bab V Pembahasan

Bab VI Penutup, terdiri dari: kesimpulan, implikasi penelitian, dan saran. Bagian akhir, terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.