

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan bisnis kuliner makanan maupun minuman dari hari kehari semakin meningkat. Seperti yang telah dipaparkan dalam web berita bisnis.com diperkirakan pada kuartal ke II tahun 2020 sektor bisnis makanan dan minuman mencapai 19,87% dan diproyeksi akan menjadi penggerak pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) pada kuartal III tahun 2020. Dan selama tahun 2021 terus mengalami peningkatan hingga 25,01%.² Dengan meningkatnya angka tersebut, maka akan menimbulkan banyak persaingan dalam bisnis kuliner ini. Sehingga hal tersebut membuat persaingan yang semakin kuat diantara para pengusaha kuliner. Kemampuan seorang pengusaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pasar menjadi hal terpenting bagi pelaku usaha. Karena dengan begitu seorang pelaku usaha dapat mengambil peluang untuk mengembangkan bisnisnya dengan menciptakan inovasi baru.

Dengan semakin ketatnya persaingan tersebut, terdapat beberapa masalah yang dihadapi pelaku usaha. Salah satunya seorang pelaku usaha harus memiliki produk yang berbeda dengan pengusaha lain yang dapat menarik perhatian masyarakat luas. Misalnya, walaupun jenis makanannya sama namun harga, rasa, tampilan, hingga kemasan harus berbeda dan harus

²Andi M. Arief, Sektor Makanan Dan Minuman Jadi Penggerak Utama Industri Pengolahan, <https://www.google.co.id.bisnis.com=berita+peningkatan+bisnis+kuliner+indonesia+2020>, diakses pada tanggal 06 Januari 2022 pukul 22:26.

semenarik mungkin. Karena dengan banyaknya pelaku usaha kuliner yang memiliki jenis produk yang sama, seorang konsumen lebih memilih-milih makanan maupun minuman yang ingin mereka santap. Untuk itu mereka harus lebih mengenalkan produk yang mereka buat kepada para calon konsumen dan harus bisa menonjolkan kelebihan dan perbedaan produknya dengan produk pesaing yang sejenis pada setiap melakukan pemasaran. Karena biasanya produk yang berbeda ini dapat menarik perhatian para calon konsumen sehingga para calon konsumen mulai memperhitungkan untuk membelinya. Untuk itulah mereka harus memperhatikan dalam membuat strategi pemasaran agar dapat menarik para calon konsumen. Apalagi dengan perkembangan teknologi saat ini yang sangat membawa dampak besar bagi segala aspek kehidupan manusia tak terkecuali dalam pemasaran suatu produk.³

Sehingga dalam era industri 4.0 ini segala bisnis tidak hanya dipasarkan lewat *mouth to mouth*, tetapi juga dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, path, dan media sosial lainnya. Hal yang seperti itu juga berlaku untuk bisnis makanan. Dengan memanfaatkan media sosial, pasar yang tercipta akan lebih luas dan tidak terbatas oleh wilayah. Selain itu, dengan memanfaatkan media sosial juga dapat memangkas biaya pemasaran yang biasanya digunakan untuk pembuatan banner dan brosur. Dan dengan adanya pemasaran lewat media sosial ini juga membantu seorang pelaku bisnis pemula yang tidak mempunyai modal banyak.

³ Eko Nur Syahputra, Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial, (Gresik: Caremedia Communication, 2020), hlm. 3.

Selain mengenai strategi pemasaran yang harus dapat menarik perhatian calon konsumen, hal lain yang perlu diperhatikan oleh seorang penjual adalah kepuasan seorang konsumen. Biasanya seseorang malas keluar hanya untuk membeli makanan maupun minuman. Dengan kemajuan teknologi saat ini jual beli makanan juga bisa dilakukan dengan *online food delivery service*. Apalagi sekarang sudah ada aplikasi yang menyajikan fitur layanan *online food delivery service*. Untuk itulah para pelaku usaha harus memanfaatkan layanan ini dengan bergabung pada aplikasi yang menyajikan fitur layanan *online food delivery service* agar dapat membuat seorang konsumen lebih puas karena telah dimudahkan untuk melakukan pembelian.

Saat ini di Tulungagung aplikasi yang menawarkan *online food delivery service*, beberapa diantaranya adalah GrabFood dan GoFood. Namun, mayoritas warga Tulungagung lebih mengenal dan menggunakan GrabFood daripada GoFood. Fitur ini memudahkan bagi konsumen dalam memperoleh makanan dan minuman yang sedang diinginkan hanya melalui media *smartphone* dan juga memberikan keuntungan bagi pebisnis makanan dan minuman, membantu untuk memberikan peluang kepada mereka yang ingin berbisnis kuliner tanpa modal yang besar.

Pelaku bisnis kuliner yang menggunakan aplikasi *online food delivery service*, tidak harus memiliki karyawan khusus dan kendaraan tersendiri untuk layanan pengantaran kepada konsumen. Sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk gaji karyawan, juga tidak memerlukan tempat khusus dalam menggunakan layanan tersebut. Pada tahun 2017 bulan

Oktober Grab mulai masuk di Tulungagung, namun itu hanya untuk yang GrabBike saja. Lalu pada bulan Juli 2018 Layanan GrabFood hadir di Tulungagung dan untuk Restoran pertama yang menggunakan layanan GrabFood adalah Mie Ndower yang terletak di Jl. Raya K.H Agus Salim 108, kenayan Tulungagung. Dan semenjak itu kurang dari satu tahun terdapat kurang lebih 150 outlet yang bergabung dan hingga saat ini kurang lebih 500 outlet di seluruh Tulungagung yang bergabung.⁴ Seperti yang dimuat dalam CNBC Indonesia untuk saat ini di seluruh Indonesia kurang lebih terdapat 3000 outlet yang bergabung dalam grabfood.⁵ Setiap harinya jumlah usaha yang bergabung dalam GrabFood semakin meningkat, dan setiap outlet berbeda-beda kapan mulai bergabung di GrabFood. Baik usaha kuliner yang berada di desa ataupun di pusat kota. Salah satu usaha yang sudah bergabung dalam GrabFood Tulungagung adalah Korima.

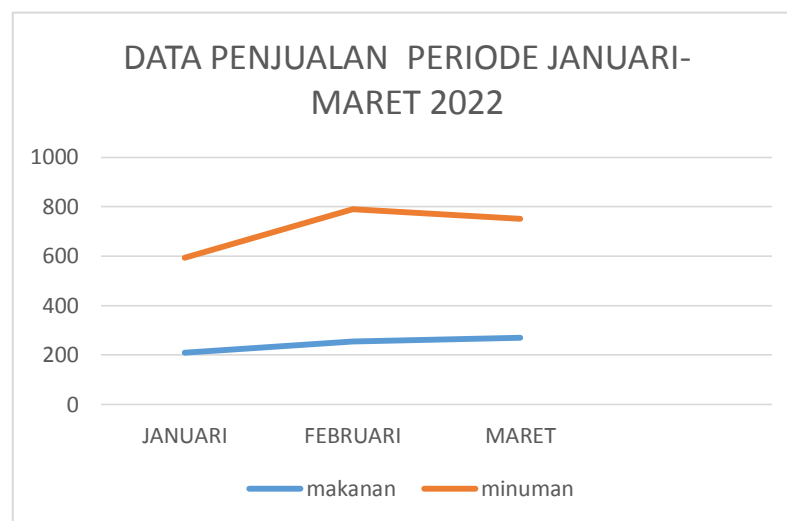
Kafe Korima merupakan bisnis UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang dijalankan oleh seorang pemuda dari salah satu desa di Tulungagung yaitu Desa Besuki. Korima merupakan singkatan dari Kopi Rindu Malam yang mulai berdiri 29 Juni 2020. Beberapa produk yang dijual pada warung kekinian ini yaitu berupa minuman dan makanan ringan yang dapat menemani sambil mengobrol santai. Korima mulai bergabung dalam aplikasi GrabFood sejak sebulan setelah berdiri. Korima menyajikan tontonan live music pada setiap malam minggu untuk menarik minat

⁴ Devi Tyas Saputri, Perlindungan Hukum Terhadap Driver Grab Bike Atas Orderan Fiktif Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam, *Skripsi dari Institut Agama Islam Negeri*, 2019, hlm.63.

⁵ Rahajeng Kusumo Hastuti, Ngeri! Omzet GrabFood Tumbuh 5,2 Kali Dalam Setahun Terakhir, www.cnbcindonesia.com, diakses pada 30 Oktober 2020 pukul 22.56.

pelanggan untuk datang. Namun, karena tempatnya berada di desa Korima menambah strategi bisnis untuk bergabung dalam GrabFood agar bisnis ini diketahui dan dinikmati oleh khalayak ramai. Tidak hanya warga sekitar Desa Besuki, namun juga seluruh Tulungagung: Berikut ini grafik data penjualan makanan dan minuman Korima pada periode Januari-Maret pada tahun 2022

**Grafik 1.1 Data Penjualan Kopi Rindu Malam
Periode Januari-Maret 2022**



Sumber: data primer Kopi Rindu Malam yang telah diolah

Selain mengenai strategi penjualan melalui *online*, hal yang juga harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha adalah mengenai persaingan harga dan kualitas yang diberikan pada produk makanan atau minuman yang dijual. Karena pada umumnya masyarakat luas lebih memilih sesuatu dengan harga yang terjangkau namun mempunyai kualitas yang sesuai dengan yang diharapkan. Biasanya seorang konsumen menyebutnya dengan *worth it*.

Tetapi biasanya untuk menyajikan kualitas yang baik pelaku usaha juga membutuhkan suatu modal lebih. Sehingga pelaku usaha juga akan

mempertimbangkan pemberian harga suatu produk agar modal dapat kembali. Namun selain pada modal suatu omzet penjualan juga sangat di perhitungkan dalam melakukan suatu bisnis. sehingga hal inilah yang menarik bagi penulis untuk diteliti. Apakah pengaruh dari harga, kualitas dan adanya *online food delivery service* ini terhadap omzet penjualan bisnis kuliner Korima yang juga sudah bergabung dalam aplikasi *online food delivery service* tersebut.

B. Identifikasi Masalah

1. Adanya perasaan was-was yang dirasakan oleh sebagian konsumen saat melakukan pembelian secara online daripada membeli secara langsung datang ke penjual.
2. Penambahan harga dan ongkos antar yang cukup lumayan membuat sebagian konsumen berfikir ulang.
3. *Signal* internet mengalami gangguan saat akan melakukan transaksi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat menimbulkan pertanyaan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh harga terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung?
2. Adakah pengaruh kualitas terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung?
3. Adakah pengaruh *online food delivery service* terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung?

4. Adakah pengaruh harga, kualitas, dan *online food delivery service* secara bersama-sama terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung.
2. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *online food delivery service* terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, dan *online food delivery service* secara bersama-sama terhadap nilai omzet penjualan usaha kuliner Korima Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan beberapa kegunaan berupa:

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah informasi yang ingin diketahui dan dapat dijadikan sumber referensi bagi ekonom, mengenai pengaruh dari harga produk, kualitas produk, dan pelayanan yang diberikan *online food delivery* terhadap omzet penjualan usaha kuliner di Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi masyarakat: untuk mengetahui harga dan kualitas dari sebuah produk serta untuk mengetahui pengaruh *online food delivery service* terhadap kehidupan sehari-hari.
- b. Bagi pelaku bisnis: untuk mengetahui perkembangan bisnis penjualan kuliner sebelum adanya aplikasi yang menyediakan fitur *online food delivery service* dan setelah bergabung dengan aplikasi *online food delivery service* serta untuk mengetahui pengaruh dari penentuan harga dan kualitas yang diberikan kepada konsumen terhadap omzet penjualan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya: untuk dapat dijadikan referensi penulisan apabila ada kemiripan tentang tema yang akan dibahas mengenai pengaruh harga, kualitas dan pelayanan *online food delivery* terhadap omzet penjualan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

a. Variabel Independen

Variabel bebas dari penelitian ini adalah:

1) Harga

Harga suatu produk yang diberikan penjual kepada pembeli mungkin akan mempengaruhi seseorang untuk membeli produk dan akan mempengaruhi penjualan.

2) Kualitas

Adanya kualitas yang diberikan dalam produk, seperti ukuran dan cara penyajian yang memungkinkan mempengaruhi seseorang untuk membeli produk yang berkualitas dan akan mempengaruhi penjualan.

3) *online food delivery service*

Adanya pelayanan *online food delivery* (GrabFood). Dengan adanya *online food delivery* (GrabFood) yang profesional mungkin akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan fitur GrabFood untuk membeli makanan sehingga akan berpengaruh terhadap penjualan bisnis kuliner.

b. Variabel Dependen

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah omzet penjualan. Omzet penjualan diambil dari jumlah uang hasil penjualan makanan dan minuman rumah makan setiap harinya yang menggunakan satuan rupiah.

2. Keterbatasan Penelitian

Agar penelitian yang akan di bahas oleh peneliti tidak terlalu luas pembahasannya, maka diperlukan adanya batasan penelitian. Adapun batasan penelitian dalam pembahasan ini adalah:

- a. Penelitian dilakukan pada usaha kuliner Korima Tulungagung yang sudah terdaftar di aplikasi *online food delivery service* GrabFood.
- b. Penelitian hanya pada harga makanan ataupun minuman yang dijual, kualitas produk makanan atau minuman yang disajikan, serta omzet penjualan pada rumah makan Korima Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

Supaya tidak terjadi kekeliruan dalam memahami istilah dan pembahasan yang melebar, penulis melakukan penegasan beberapa istilah yang terdapat pada judul penelitian sebagai berikut:

- a) Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang ataupun barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu.⁶ Dengan adanya suatu harga maka seseorang dapat menjual suatu barang yang mereka miliki dengan harga yang umum dan dapat diterima.
- b) Kualitas secara istilah diartikan sebagai mutu, yaitu tingkatan mengenai baik buruknya sesuatu.⁷ Sehingga kualitas dikaitkan

⁶ Supriadi, Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam, (Bogor: GUEPEDIA,2018), hlm. 26-27.

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 603.

mengenai kesesuaian produk dengan apa yang diperlukan atau diharapkan oleh pengguna.

- c) *Online food delivery service* adalah jasa pengiriman makanan yang bisa dipesan melalui *online* dengan *smartphone* tanpa harus repot datang ke rumah makan yang diinginkan.⁸ *Online food delivery service* yang banyak digunakan oleh warga di Kabupaten Tulungagung adalah Grab-Food yang merupakan salah satu fitur yang disediakan oleh perusahaan ojek *online* Grab.
- d) Omzet berarti laba kotor yang berasal dari usaha yang dijalankan. Dikatakan sebagai laba kotor dikarenakan omzet masih harus dikurangi dari biaya yang dikeluarkan untuk usaha yang dijalankan sebelum menjadi keuntungan.⁹
- e) Penjualan sendiri mempunyai kata dasar menjual. Menjual dapat diartikan sebagai memasarkan atau memarkertingan suatu barang dagangan dari usaha yang dijalankan.¹⁰

2. Secara operasional

Berdasarkan penegasan konseptual yang telah dipaparkan di atas, maka secara operasional yang dimaksud dari “Pengaruh Harga, Kualitas dan *Online food delivery service* Terhadap Omzet Penjualan Usaha Kuliner (Studi pada Usaha Kuliner Korima (Kopi Rindu Malam) Di Tulungagung)” adalah pengaruh dari harga yang diberikan pada suatu

⁸ Dian Fauzia Suryadi dan Muh. Indra Fauzi Ilyas, Adopsi Online Food Delivery Service Bagi Wirausaha Pemula di Kota Semarang, *Prosiding Seminar Hasil Penelitian*, 2018, hlm. 78.

⁹ Dede Ibrahim, *Unusual Santri: Berbedahlah Maka Kau Akan Dikenal*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), hlm. 139.

¹⁰ AN Ubaedy, *Berkarier di Era Global*, (Jakarta: PT Gramedia, 2008), hlm. 93.

produk, kualitas yang dimiliki dari suatu produk dan adanya *Online food delivery service* yang disediakan oleh perusahaan ojek *online* Grab dalam fitur GrabFood yang sudah banyak digunakan oleh warga Tulungagung ini akan membawa pengaruh yang positif terhadap omzet penjualan bisnis kuliner Korima Tulungagung.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi yang menggunakan model penelitian kuantitatif terdiri dari beberapa bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal dalam penulisan skripsi yaitu: halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan dari pembimbing, halaman pengesahan dari penguji, halaman moto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar lamiran, halaman abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama dalam penulisan skripsi disusun secara terstruktur sebagai berikut ini:

Bab I pendahuluan terdiri dari : (a) latar belakang, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika penulisan.

Bab II landasan teori, terdiri dari: a) harga, b) kualitas, c) *online food delivery service*, d) omzet penjualan, e) penelitian terdahulu, f) kerangka konseptual, dan g) hipotesis penelitian

Bab III metode penelitian, terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian; (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Bab IV hasil penelitian, terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta (b) temuan penelitian.

Bab V pembahasan hasil penelitian yang meliputi a) pengaruh harga terhadap omzet penjualan kuliner di Kopi Rindu Malam, b) pengaruh kualitas terhadap omzet penjualan kuliner di Kopi Rindu Malam, c) pengaruh adopsi *online delivery service* terhadap omzet penjualan kuliner di Kopi Rindu Malam, dan d) pengaruh harga, kualitas, dan *online delivery service* terhadap omzet penjualan kuliner di Kopi Rindu Malam

Bab VI penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran.

3. Bagian akhir

Bagian akhir terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.