

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui, Al-Qur'an merupakan kitab suci yang menjadi sumber segala informasi bagi umat muslim, baik yang telah, sedang maupun akan terjadi di kemudian hari. Termasuk di dalamnya tertera ayat-ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang bisnis yaitu sebagai berikut: An-Nisa: 29<sup>1</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

*"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu".*

Perkembangan bisnis restoran di Yogyakarta yang pesat menunjukkan bahwa kebutuhan konsumen sangat beragam dalam hal memenuhi keinginan. Dalam waktu singkat berbagai restoran banyak bermuculan dengan memperkenalkan keunikan dan keunggulan masing-masing oleh sebab itu, pemilik dari bisnis harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus berkembang sesuai dengan visi, misi dan tujuannya.

---

<sup>1</sup> Qs. An-Nisa ayat 29

Setiap jenis usaha kuliner tersebut muncul dalam bentuk dan penawaran menu makanan yang berbeda-beda. Meskipun begitu, adanya pasar potensial dalam bidang kuliner tidak sesuai menjamin keberlangsungan dari setiap usaha kuliner yang terdapat dikota Yogyakarta. Terbukti terdapat beberapa usaha kuliner atau restoran yang mengalami kelesuan dan kerugian, dan akhirnya ditutup karena bangkrut. Sebagai contoh adalah PKL Resto di Merican, restoran berbentuk *foodcourt* di depan Ambarukmo Plaza, ataupun di jalan Plaga. Beberapa usaha kuliner mengalami kerugian dan akhirnya tutup, sebagian besar disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang efektif yang digunakan untuk menarik masyarakat menjadi pelanggan.<sup>2</sup>

Dalam dunia kuliner, permintaan pasar akan produk tersebut tidak pernah menurun. Dengan adanya era digitalisasi, menuntut industri pada pembisnis harus menyesuaikan dalam memasarkan produknya. Di Indonesia, masyarakat cenderung konsumtif, sehingga hal ini mendukung laju pertumbuhan bisnis yang cukup menjanjikan. Berbagai bisnis kuliner banyak ditawarkan, mulai dari makanan tradisional hingga moderen. Pada zaman yang serba cepat, makanan dengan menu yang sangat banyak peminatnya. Selain karena proses pembuatan dan pengelolanya relatif cepat, menu kuliner moderen memang telah disesuaikan dengan selera kebanyakan masyarakat moderen. Menu kuliner moderen sendiri sangat banyak ragam dalam pilihannya.

---

<sup>2</sup> Septiana Maulina Rahayu, 2014, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Bisnis kuliner Berbasis Mix Media* (Yogyakarta: Universitas Islam Negri)

Untuk memulai sebuah usaha dalam bidang kuliner salah satu hal yang sangat penting dan patut menjadi perhatian bagi pelaku bisnis kuliner adalah segmen pasar. Karna segmen pasar tentunya akan mempengaruhi berjalan atau tidaknya sebuah usaha kuliner. Jika dalam menjalankan usaha kuliner seorang pelaku bisnis salah memilih segmen pasar bagi usah kuliner maka otomatis hasil yang didapatkan tak akan sama seperti yang diharapkan.<sup>3</sup>

Para pembisnis kuliner udaha muli memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, salah satunya adalah menjalankan bisnis tersebut dengan berjualan secara transaksi internet menggunakan media inteaktif. Pembisnis kuliner yang berbasis media interaktif adalah pada aplikasi gojek yang memiliki 14 fiktur layanan, salah satunya adalah jasa pelayanan makanan atau disebut *Go-Food*.

Go-food merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* laykanya delivery di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan smartpohne dan membuka fitur *Go-Food* di dalam aplikasi gojek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah berkerjasama dengan gojek. Makanan akan dipesan dan daintar langsung oleh gojek. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran.

Bagi pengusaha kuliner, terutama usah Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki bodigat terbatas untuk

---

<sup>3</sup> Nadya, 2016, "Peranan Media Interaktif Dalam Mengembangkan Usaha makanan Ringan", dalam *Jurnal Rupa-rupa*, Vol. 12, No. 5), hlm. 174-175

mengembangkan layanan delivery order, *Go-Food* bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu. Ramainya ojek online, selain gojek, justru membawa dampak positif bagi para konsumennya, termasuk para pengusaha yang memaki jasa ojek online sebagai layanan *delivery*. Bagi pengusaha kuliner, *Go-Food* sebagai layanan food delivery rasanya tidak memiliki dampak negatif sama sekali.

Strategi dalam menggunakan teknologi dalam bisnis *Go-Food* Via Go-Jek:<sup>4</sup>

1. Biaya rendah

Menggunakan teknologi untuk mengurangi biaya dari konsumen untuk melakukan pemesanan. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya ketempat makanan yang ingin dipesan.

2. Diferensiasi

Salah satu strategi Go-Jek untuk meningkatkan pelayanan dalam usaha jasa mengantar. Dan kali ini bukan penumpang melainkan makanan.

3. Inovatif

Merupakan produk layanan jasa antar makanan yang bisa kita sebut sebagai delivery order namun memanfaatkan teknologi informasi dalam penggunaannya.

4. Mempromosikan pertumbuhan

---

<sup>4</sup> Diagram Proses Bisnis *Go-Food* Sebagai Layanan *Food Delivery*, <http://majalahfranchise.com/article/306/memanfaatkan-gofood-sebagai-layanan-food-delivery> (diakses pada hari jumat, 5 Januari 2018, Pukul 4.45WIB)

Dengan perkembangan jasa antar makanan, akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi Negara karna tidak hanya menguntungkan konsumen namun para penjual makanan yang mengaku mendapatkan keuntungan lebih setelah mendaftarkan usahanya dalam list *Go-Food*.

#### 5. Mengembangkan alinsi

Menguntungkan teknologi informasi untuk mengembangkan sistem infprmasi antara perusahaan makana yang memanfaatkan jasa *Go-Food*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN APLIKASI *GO-FOOD* TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Warung Makan yang Berbasis *Go-Food* di Dusun Gatak Tamantirto Kasihan Bantul Yogyakarta)”**

#### **B. Identifikasi masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat didefinisikan masalah yaitu, dari beberapa pengusaha kuliner yang mengalami kelesuhan dan kerugian, dan akhirnya tutup, sebagian besar disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang efektif yang digunakan untuk menarik para konsumen dan belum memperhatikan segmen pasar. Karna segmen pasar tentunya akan mempengaruhi berjalan atau tidaknya sebuah usaha kuliner. Apakah pelaku bisnis kuliner sudah menerapkan strategi

yang efektif dan melihat segmen pasar untuk menikatakan volume penjualan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah: Apakah terdapat perbedaan volume penjualan antara sebelum dan sesudah menggunakan jasa *Go-Food*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui perbedaan volume penjualan antara sebelum dan sesudah menggunakan jasa *Go-Foo*.

### **E. Manfaat penelitian**

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan.
2. Bagi pengusaha, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk mendukung kenaikan volume penjualan.
3. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang membutuhkan guna pengembangan lebih lanjut.
4. Bagi pembaca umum, Penelitian ini diharapkan memberi pengetahuan kepada pembaca tentang pengaruh strategi pemasaran menggunakan aplikasi *Go-Food* terhadap peningkatan volume penjualan.