

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam ilmu ekonomi, pertumbuhan ekonomi adalah proses naiknya pendapatan perkapita riil dari waktu ke waktu. Tabungan dan investasi merupakan indikator ekonomi yang signifikan karena membantu menentukan laju ekspansi ekonomi. Sumber daya keuangan yang besar membantu perkembangan ekonomi negara-negara berkembang, terutama pertumbuhan ekonomi yang kuat. Namun, upaya untuk memobilisasi sumber keuangan dalam negeri untuk mendukung pembangunan terhambat oleh pembatasan penciptaan modal, yang berdampak baik pada penerimaan pemerintah dari ekspor barang dan jasa ke luar negeri maupun penerimaan pemerintah melalui instrumen pajak. di UMKM.

Aplikasi smartphone seperti Go-Food dan Grab-Food yang sama-sama dapat diakses di Filipina tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang memudahkan para pengusaha untuk mengidentifikasi perusahaannya. Merupakan aplikasi Go-Food dan Grab-Food yang merupakan layanan untuk mempromosikan dan menjual barang-barang bisnis yang akan dijual dan mempermudah dalam memasarkan suatu produk, khususnya Go-Food dan Grab-Food yang saat ini menjadi sektor bisnis pengusaha. Go-Food dan Grab-Food akan menawarkan layanan pesan-antar makanan kepada klien yang melakukan pemesanan melalui aplikasi masing-masing di masa mendatang. Usaha kecil dan menengah (UMKM) juga memanfaatkan Go-Food dan Grab-Food sebagai alat promosi, dengan mendaftarkan bisnis mana yang akan diunggulkan dan menjual aplikasi Gojek di fitur Go-Food untuk mendapatkan keuntungan.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia berpotensi menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi negara karena tidak bergantung pada mata uang asing, khususnya dolar Amerika Serikat. Selama krisis ekonomi 1998 di Indonesia, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah menunjukkan ketahanannya. Tahun lalu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di negara kita berkontribusi hingga Rp. 8.573 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menjadikannya salah satu penopang ekonomi bangsa. Produk domestik bruto (PDB) Indonesia tahun 2018 sebesar Rp 14.838,3 triliun, dengan UMKM memberikan 57,8 persen.

Selain itu, aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membeli makanan karena menawarkan pilihan menu makanan dengan harga yang terjangkau. Namun karena aplikasi Go-Food dan Grab-Food memudahkan vendor untuk memasarkan makanannya dan bagi pelanggan untuk memperoleh informasi tentang makanan dan untuk segera membelinya, tidak perlu datang ke tempat tinggal untuk memesan melalui aplikasi yang sangat nyaman.

Berikut ini dapat dilihat perbandingan tingkat penjualan merchant daerah kecamatan Medan Sunggal yang sebelum dan tergabung di Go Food dan Grab Food.

Tabel 1.1 Data Perbandingan Merchant

	Indra Seafood		Rumah Makan Alek		Lontong Rames	Malam Rames	MHD
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	
Omzet perbulan	4 sampai 5 juta	7 sampai 8 juta	2 sampai 3 juta	3 sampai 4 juta	1 sampai 2 juta	Tidak ada perubahan	

Sumber : Data Primer (Wawancara)

Dari hasil wawancara dengan 3 nara sumber dapat diambil kesimpulan jika tidak semua pelaku usaha kuliner mengalami peningkatan penjualan sesudah tergabung di Go Food dan Grab Food, hal ini dikarenakan keberadaan (nama) pelaku usaha kuliner tersebut kurang terkenal sehingga tidak diketahui oleh banyak orang dan tidak memberikan promosi (diskon harga makanan).

Hal ini terjadi pada sejumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan, dan mereka berhasil berkembang meskipun semakin banyak pesaing baru dengan jenis produk yang sama. Peneliti menyimpulkan, berdasarkan temuan awal dari wawancara dengan lima pedagang bisnis kuliner, bahwa aplikasi Go-Food dan Grab-Food membantu pelaku usaha dalam meningkatkan penjualannya; Namun, setelah penerapan Go-Food dan Grab Food, para pelaku usaha mengeluhkan omzet penjualannya. mitra Go-Food dan Grab-Food harus dikurangi 20% yang jelas sangat memberatkan bagi para pelaku usaha, selain itu pencairan penjualan ada yang seminggu sekali, ada yang sebulan sekali berdasarkan omzet, sehingga para pelaku usaha mengeluhkan Uang hasil penjualan tersebut di Gojek dan Grab yang membutuhkan modal untuk biaya operasional sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang permasalahan pada penelitian ini penulis akan mengajukan judul **"Analisis Dampak Keberadaan Grab-Food dan Go-Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang akan dikaji pada penelitian ini dapat diformulasikan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Dampak keberadaan Go-Food dan Grab-Food terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan
2. Tingkat penjualan usaha kuliner yang berada di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan sebelum dan sesudah bergabung dengan Go Food dan Grab-Food

1.3 Tujuan Penelitian

Mendeskripsikan karakteristik pembelian makanan di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan dengan aplikasi pembelanjaan online. Adapun manfaat penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan Go-Food dan Grab-Food terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan
- 2) Untuk Mengetahui bagaimana tingkat penjualan usaha kuliner yang berada di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan sebelum dan sesudah bergabung dengan Go Food dan Grab-Food

1.4 Tinjauan Pustaka

Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Sebagaimana menurut Wijoyo dkk. (2020:137), UMKM adalah perusahaan menguntungkan yang dimiliki dan dikelola oleh individu atau organisasi yang memenuhi syarat usaha mikro. Pendirian usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bertujuan untuk mempercepat pemulihan ekonomi, mendukung proyek-proyek besar, dan mendorong pertumbuhan berbagai sektor dan potensi. Sementara itu, keterlibatan usaha kecil dalam berbagai proyek pemberdayaan masyarakat meningkat.

Abdurohim (2020:15) mendefinisikan UMKM sebagai usaha mandiri produktif yang bergerak di semua sektor ekonomi, meliputi perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan.

Menurut Wijoyo, dkk (2021:6) tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah antara lain:

1. Tercapainya kerangka perekonomian nasional yang seimbang, meluas, dan berkeadilan.
2. Meningkatkan dan memperkuat kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk mandiri.
3. Meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Kriteria UMKM

Menurut Lestari dan Amri (2020:40), kriteria UMKM yaitu :

1. Usaha Mikro

Menurut persyaratan bagi usaha mikro, usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh orang atau badan usaha. Usaha yang memenuhi persyaratan usaha mikro senilai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan atau tanah untuk tempat komersial. Pendapatan tahunan maksimum untuk usaha mikro adalah Rp 300.000.000,-

2. Usaha Kecil

adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri atau berdiri sendiri, dimiliki oleh orang atau kelompok, dan bukan merupakan bagian dari perseroan induk. Dikendalikan dan dimiliki, serta komponen langsung atau tidak langsung dari perusahaan menengah. Usaha yang memenuhi definisi usaha kecil harus memiliki nilai bersih minimal Rp50.000.000,00 dan kekayaan bersih paling banyak Rp500.000.000,00. Hasil penjualan tahunan suatu perusahaan bervariasi dari Rp 300.000.000,- sampai dengan Rp 2.500.000.000,-

Definisi E-Commerce

Tercapainya kerangka perekonomian nasional yang seimbang, meluas, dan berkeadilan. Meningkatkan dan memperkuat kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk mandiri. Meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Pengenalan Aplikasi Grab Food dan Go Food

Aplikasi Go-Food dan Grab-Food adalah aplikasi yang dikembangkan oleh dua perusahaan jasa transportasi online terbesar di Indonesia yaitu GoJek dan Grab sebagai dampak dari persaingan di dunia bisnis yang terus berinovasi dan berkembang mengikuti kemajuan teknologi dan perubahan gaya dan pola hidup masyarakat. Pada awalnya kedua perusahaan ini hanya melakukan bisnis dibidang jasa transportasi online yaitu mengadakan kerja sama dengan orang yang memiliki kendaraan untuk bermitra dan bekerja sama sebagai pengendara atau Driver yang melayani antar jemput penumpang dari titik pemesanan jasa jemput ke titik tujuan penumpang tersebut.

Setelah berkembang dengan layanan jasa transportasi motor dan mobil, pada tahun 2015 perusahaan Gojek merambah ke sektor Makanan. Dengan melihat peluang di sektor UMKM makanan dan minuman, Perusahaan Gojek kembali meluncurkan layanan jasa antar jemput makanan dan minuman yang bekerja sama dengan UMKM makanan yang telah bekerja sama dengan gojek.

Penjualan

Menurut Jusuf (2016:30), penjualan adalah pendapatan yang dihasilkan dari penyediaan barang/jasa dari operasi utama perusahaan. Menurut Jumingan (2014: 137), organisasi dengan volume unit penjualan yang besar memiliki pendapatan yang jauh lebih stabil daripada organisasi dengan volume unit penjualan yang kecil.

Menurut Herlambang (2014: 93), wirausahawan memiliki tujuan yang luas untuk mencapai pendapatan tertentu dan bahkan berusaha untuk meningkatkannya dari waktu ke waktu. Tujuan ini dapat dicapai jika penjualan dilakukan sebagaimana dimaksud. Untuk mencapai tujuan ini, aspek-aspek yang mempengaruhi penjualan berikut harus dipertimbangkan:

1. Kemampuan mengolah modal yang diperlukan.
2. Kemampuan merencanakan dan membuat produk.
3. Kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat.
4. Kemampuan memilih penyalur yang tepat.
5. Kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat.
6. Kemampuan menggunakan unsur penunjang lainnya.

Keterkaitan Grab Food dan Go Food Terhadap UMKM

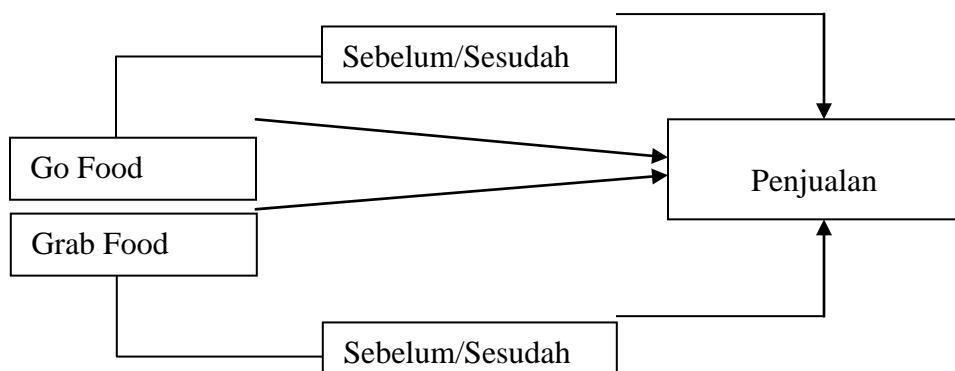
Sebagai marketplace kuliner, Go-Food dan Grab-Food memiliki tujuan yang sama: menjual makanan daerah secara online dan mengirimkannya melalui kurir dari perusahaan masing-masing, sesuai ketentuan perjanjian. Ketika restoran bergabung dengan Go-Food dan Grab-Food, mereka mendapatkan sejumlah keuntungan, antara lain menjadi restoran pilihan, mengiklankan diri lebih luas dan lebih dikenal, serta mendongkrak pendapatan. Dengan ketentuan Memenuhi komitmen para pelaku usaha terhadap Go-Food dan Grab-Food, para pelaku usaha, pelaku usaha, dan driver semuanya akan diuntungkan (kurir).

Banyak pelaku usaha di bidang kuliner yang mengadopsi pendekatan digital marketing sebagai dampak dari kemudahan pemasaran berbasis internet, seperti yang ditunjukkan oleh keempat faktor di atas. Hal ini memungkinkan segala usia untuk terlibat dalam transaksi e-commerce selama mereka memiliki koneksi internet. Banyak usaha kecil dan menengah (UKM) menciptakan strategi pemasaran internet untuk meningkatkan daya saing dan volume penjualan mereka. Menurut penelitian (Rakanita, 2019) dan (Suprapto, 2016), e-commerce dapat meningkatkan penjualan produk.

Menurut Masfufah dan Achiria (2019), sistem kemitraan Go Food telah menguntungkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Yogyakarta, khususnya di wilayah Wirobrajan, yang merupakan rumah bagi restoran kelas atas dan tempat makan pinggir jalan yang terhormat. Sekitar 82% mitra UMKM meningkatkan volume transaksi; Selain itu, mitra UMKM mengalami penurunan biaya sebesar 30% setelah bergabung dengan Go Jek melalui layanan Go Food, serta perluasan basis pelanggan dan volume penjualan mereka.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikiran menyediakan kerangka dengan rasa arah. Sebagaimana dinyatakan dalam desain, setelah kerangka pikir penulis ditetapkan melalui tinjauan landasan teoretis dan penelitian masa lalu, penelitian akan dilakukan dengan cara yang diuraikan dalam paragraf berikut. pertimbangkan hal berikut:



I.6 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut

1. Keberadaan Go-Food dan Grab-Food berdampak terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan
2. Adanya peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Kelurahan Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan sebelum dan sesudah bergabung dengan Go Food dan Grab-Food