

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Kalimantan Selatan merupakan salah satu Provinsi di Pulau Kalimantan yang resmi menjadi Provinsi pada tanggal 1 Januari 1957 bersamaan dengan Provinsi Kalimantan Timur dan Provinsi Kalimantan Barat didasarkan pada hukum Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1956 Tentang Pembentukan Daerah-daerah Otonom Provinsi Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan dan Kalimantan Timur. Sebelumnya ketiga Provinsi tersebut tergabung menjadi satu Provinsi yaitu Provinsi Kalimantan. Kalimantan Selatan memiliki 11 Kabupaten dan 2 Kota yaitu Kabupaten Tanah Laut, Kabupaten Kotabaru, Kabupaten Banjar, Kabupaten Barito Kuala, Kabupaten Tapin, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kabupaten Tabalong, Kabupaten Tanah Bumbu, Kabupaten Balangan, Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru.

Kecamatan Banjarmasin Timur adalah salah satu kecamatan di kota Banjarmasin. Kota Banjarmasin merupakan pusat kota yang berada di Provinsi Kalimantan Selatan sekaligus menjadi kota terbesar. Kota Banjarmasin dijuluki sebagai kota Seribu Sungai, memiliki wilayah seluas 98,46 . Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri tahun 2021, Kota Banjarmasin memiliki penduduk sebanyak 672.343 jiwa (BPS Kalsel, 2022). Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk di Kecamatan Banjarmasin Timur pada tahun 2021 adalah sebanyak

119.141 orang. Banjarmasin Timur memiliki wilayah yang mencakup 9 kelurahan. Kota Banjarmasin menjadi pusat kegiatan wilayah (PKW), sebagai kota pusat pemerintahan serta sebagai kota pusat kegiatan ekonomi nasional. Daerah ini cukup padat penduduk dan merupakan tempat yang strategis bagi para pelaku usaha termasuk usaha kecil seperti *Outlet* Roti Bakar Bandung.

Outlet Roti Bakar Bandung ada di hamper setiap jalan yang ada di kecamatan Banjarmasin Timur terdapat lebih dari 1 pelaku bisnis Roti Bakar Bandung. Berdasarkan hasil observasi penulis, kurang lebih ada 24 *Outlet* Roti Bakar Bandung. Di antara 24 *Outlet* tersebut ada 9 *Outlet* yang menggunakan dua sistem penjualan sekaligus yaitu secara langsung dan secara *online*.

B. Penyajian Data

1. Deskripsi Hasil Wawancara Informan I

Nama informan : Fai
Umur informan : 22 Tahun
Nama *Outlet* : Roti Bakar Bandung Leekeer
Alamat *Outlet* : Jl. Pramuka, Kelurahan Pemurus Baru Kecamatan Banjarmasin Timur

Roti Bakar Bandung Leekeer adalah nama *Outlet* yang digunakan pedagang di jalan Pramuka Banjarmasin. Fai nama dari penjaga *Outlet* tersebut hanyalah sebagai karyawan bukan dari pemilik dari *Outlet* Roti Bakar Bandung. *Outlet* ini selalu buka setiap harinya mulai dari jam 16.00 sore sampai jam 23.00 malam.

Menurut Fai dalam sehari Penjualan Roti Bakar Bandung Leekeer bisa samapai 25 roti habis terjual. Diantaranya untuk penjualan langsung bisa 10 sampai 20 roti yang terjual sedangkan untuk penjualan *online* 1 samapai 5 roti habis terjual. Di akui oleh Fai penggunaan media *online* dalam menjual Roti Bakar Bandung Leekeer hanya menggunakan 1 aplikasi yaitu Gojek dan baru 1 bulan lebih dalam penggunaannya. Untuk harga Roti Bakar Bandung Leekeer dari 12.000 sampai 20.000, dalam sehari bisa menghabiskan 25 roti dengan masing-masing penjualan langsung 20 roti dan 5 roti untuk penjualan *online*, maka omset yang didapat dari penjualan langsung bisa 250.000 dengan laba bersih 100.000 yang di dapat, adapun untuk omset penjualan *online* bisa 70.000 dengan laba bersih 25.000. Menurut Fai tidak ada kendala menjalankan kedua sistem penjualan baik langsung maupun *online* hanya saja ketika banyak pembeli yang datang dalam waktu yang bersamaan penjual kewalahan dalam melayani.

Menurut peneliti, Perbandingan penjualan langsung dan penjualan *online* Roti Bakar Bandung Leeker milik Fai cukup jauh berbeda yakni lebih banyak kontribusi penjualan langsung terhadap pendapatan Fai dibandingkan penjualan *online*, dengan harga yang lebih murah dibandingkan roti bakar lainnya. Kendala yang dialami Fai ketika menjalankan kedua penjualan ini adalah kewalahan melayani konsumen hanya ketika ramai konsumen yang datang bersamaan.

2. Deskripsi Hasil Wawancara Informan II

Nama informan : Siska

Umur informan : 20 Tahun
Nama *Outlet* : Roti Bakar Bandung Clasher Bakery
Alamat *Outlet* : Jalan Harmony II, Kelurahan Pekapuran Raya
Kecamatan Banjarmasin Timur

Roti Bakar Bandung Clasher Bakery adalah nama *Outlet* Roti Bakar Bandung yang berada di jalan Harmony II Kelurahan Pekapuran Raya. Siska adalah seorang mahasiswi sekaligus karyawan *Outlet* Roti Bakar Bandung Clasher Bakery, *Outlet* ini buka mulai jam 16.30 sore sampai jam 22.00 malam.

Menurut Siska *Outlet* Roti Bakar Bandung yang dia jaga dalam perharinya bisa menghabiskan 15 roti yang terjual. Terbilang cukup sedikit dibandingkan dengan Roti Bakar Bandung Leekeer, Siska mengatakan penjualan langsung lebih dominan karena penjualan *online* dalam perhari nya hanya menghabiskan 1 sampai 3 roti saja, padahal aplikasi yang digunakan Siska terbilang banyak yaitu Maxim, Shoppe Food, dan juga Grab. Harga di *Outlet* tersebut mulai dari harga 10.000 sampai 18.000. Dalam sehari bisa menghabiskan 15 roti dengan masing-masing penjualan langsung 12 roti dan 3 roti untuk penjualan *online* maka omset yang didapat dari penjualan langsung bisa 150.000 dengan laba bersih 70.000 yang di dapat, adapun untuk omset penjualan *online* bisa 40.000 dengan laba bersih 15.000. Siska mengakui tidak ada kendala dalam menjalankan kedua sistem penjualan baik langsung maupun *online* hanya saja ketika banyak pembeli yang datang dalam waktu yang bersamaan penjual kewalahan dalam melayani.

Menurut peneliti, perbandingan penjualan langsung dan *online* pada Roti Bakar Bandung Clasher Bakery milik Siska ini jauh berbeda lebih banyak roti yang terjual pada penjualan langsung dibandingkan penjualan *online* yang tidak mencapai 5 roti dalam sehari, tentu saja lebih besar kontribusi penjualan langsung terhadap pendapatan Siska, padahal Siska cukup banyak menggunakan aplikasi untuk penjualan *online* Roti Bakar Bandung Clasher Bakery. Disini dapat kita ketahui pemanfaatan banyak aplikasi pada penjualan *online* pun tidak menjamin banyak roti yang akan terjual. Sama seperti informan sebelumnya kendala yang dialami Siska yaitu kewalahan ketika ramai konsumen yang membeli secara bersamaan.

3. Deskripsi Hasil Wawancara Informan III

Nama informan : K
 Umur informan : 27 Tahun
 Nama *Outlet* : Roti Bakar Bandung Kuripan
 Alamat *Outlet* : Jl. Kuripan

Roti Bakar Bandung Kuripan yang berada di jalan Kuripan ini terbilang cukup yang laris diantara kedua *Outlet* sebelumnya, K sebagai penjaga *Outlet* tersebut juga sekaligus pemilik. *Outlet* ini selalu buka setiap harinya dari jam 16.00 sore sampai jam 00.00 malam.

Menurut K dalam sehari penjualan roti bakar miliknya bisa mencapai 40 roti yang terjual. Mungkin dikarenakan tempat sangat strategis ditengah perkotaan. Aplikasi yang digunakan K ada empat macam yaitu Grab, Gojek, Shoppe Food, dan juga Maxim, wajar saja jika penjualan *online* yang dilakukan bisa sampai 15 roti yang terjual. Dalam sehari bisa menghabiskan

40 rotel dengan masing-masing penjualan langsung 25 roti dan 15 roti untuk penjualan *online* maka omset yang didapat dari penjualan langsung bisa 350.000 dengan laba bersih 160.000 yang di dapat, adapun untuk omset penjualan *online* bisa 180.000 dengan laba bersih 90.000. K mengakui tidak ada kendala yang terdapat dalam penjualan langsung maupun *online*, hanya saja sama dengan kendala yang di hadapi *Outlet-Outlet* sebelumnya.

Menurut peneliti, Perbandingan penjualan langsung dan *online* pada Roti Bakar Bandung lebih banyak berasal dari penjualan langsung, tentu saja pendapatan K lebih banyak didapatkan dari penjualan langsung daripada penjualan *online*. Tetapi total rata-rata penjualan *online* Roti Bakar milik K lebih banyak dibandingkan Informan lain, hal ini disebabkan Roti Bakar milik K berada diwilayah strategis dan sebagian konsumen K lebih menyukai memesan *online* melalui aplikasi. Menurut tidak ada kendala besar dalam menjalankan kedua penjualan ini sama saja seperli informan yang lain hanya kewalahan ketika ramai konsumen datang bersamaan.

4. Deskripsi Hasil Wawancara Informan IV

Nama informan : Akhmad
Umur informan : 26 Tahun
Nama *Outlet* : Roti Bakar Bandung Premium
Alamat *Outlet* : Jl. Sungai Lulut

Roti Bakar Bandung Premium nama *Outlet* roti bakar yang berada di jalan Sungai Lulut ini di jaga oleh pemiliknya langsung yaitu Akhmad. *Outlet* ini buka dari jam 17.00 sampai jam 22.00 malam.

Akhmad mengatakan penjualannya dalam sehari bisa mencapai 30 roti. Aplikasi yang digunakan Akhmad dalam menjalankan penjualan *online* yaitu Grab dan diakuinya bahwa sering juga orang terdekat atau pelanggan yang menghubungi langsung lewat WhatsApp. Harga Roti Bakar Bandung Premium dari 11.000 samapi 16.000. Dalam serhari bisa mengahabiskan 30 roti dengan masing-masing penjualan langsung 25 roti dan 5 roti untuk penjualan *online*, maka omset yang didapat dari penjualan langsung bisa 320.000 dengan laba bersih 100.000 yang di dapat, adapun untuk omset penjualan *online* bisa 75.000 dengan laba bersih 30.000. Menurut Akhmad tidak ada kendala menjalankan kedua sistem penjualan baik langsung maupun *online* karena Akhmad dibantu oleh saudara dalam berjualan sehingga jika banyak pembeli yang datang baik itu membeli secara langsung ataupun *online* masih dapat mereka atasi.

5. Deskripsi Hasil Wawancara Informan V

Nama informan : Haikal
Umur informan : 24 Tahun
Nama *Outlet* : Roti Bakar Bandung Signature
Alamat *Outlet* : Jalan Manggis Kelurahan Kebun Bunga

Roti Bakar Bandung Signature adalah nama *Outlet* Roti Bakar Bandung yang terletak di Jalan Manggis Kelurahan Kebun Bunga. Haikal adalah seorang pemilik langsung dari Roti Bakar Bandung Signature. Roti Bakar Bandung Signature telah berdiri sejak tahun 2016, awalnya Roti Bakar Bandung Signature dijalankan oleh orang tua Haikal . Namun sejak tahun 2020 Haikal yang menjalankan usaha keluarga ini karena orang tua Haikal

membuka usaha yang lain. Roti Bakar Bandung Signature buka setiap hari mulai pukul 16.30 WITA dan tutup pada pukul 22.00 WITA.

Dengan adanya kemajuan teknologi yang memungkinkan perdagangan dilakukan secara *online*, Haikal mencoba memasarkan produk Roti Bakar Signature tidak hanya menggunakan sistem penjualan langsung tetapi Haikal juga memanfaatkan *E-commerce* sebagai sarana prasarana Roti Bakar Bandung.

Haikal menggunakan aplikasi Gojek dan Grab untuk penjualan *online* Roti Bakar Bandung Signature. Menurut Haikal tidak ada salahnya memanfaatkan Aplikasi Gojek dan Grab untuk memasarkan produk Roti Bakar Signature walaupun ada sedikit penambahan pada harga jual *online* di aplikasi Gojek dan Grab.

Penetapan harga pada *Outlet* Roti Bakar Bandung Haikal sangat bervariasi bergantung pada rasa yang dipilih pembeli yakni ada harga Rp. 15.000 - 18.000. Sedangkan pada aplikasi Gojek dan Grab ada penambahan harga jual sebanyak Rp.5000.

Total rata-rata omset yang diperoleh Haikal dalam satu hari pada penjualan langsung adalah Rp.330.000 dengan 25 Roti yang laku dan omset penjualan *online* adalah Rp. 150.000 dengan 15 Roti yang laku. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara penjualan langsung dan *online* ini karena lebih besar omset pada penjualan langsung dibanding penjualan *online* . Tentu saja pendapatan Haikal lebih banyak didapatkan dari penjualan langsung daripada penjualan *online*. Karena menurut Haikal konsumen Roti Bakar Bandung Signature adalah kebanyakan yang datang

langsung ke *Outlet* dibanding memilih memesan melalui aplikasi Gojek atau Grab.

Dalam menjalankan penjualan langsung dan *online* tidak ada kendala yang terlalu berat bagi Haikal karena Haikal mampu meng-*handle* semuanya sendiri. Menurut Haikal sebanyak apapun konsumen yang sedang mengantri membeli Roti Bakar Signature Haikal mampu melayani seluruh konsumen dengan tenang sehingga tidak kewalahan.

Menurut saya sebagai peneliti Penjualan pada Roti Bakar Bandung Signature lebih banyak dari Penjualan Langsung daripada Penjualan *Online*, terlihat lebih banyak kontribusi pendapatan dari Penjualan Langsung dibandingkan Penjualan *Online* dan pada saat menjalankan Penjualan Langsung dan Penjualan *Online* Haikal sebagai pemilik yang menjalankan usaha Roti Bakar Bandung Signature tidak mengalami kendala yang signifikan karena Haikal mampu meng-*handle* keduanya dibantu dengan adik Haikal..

6. Deskripsi Hasil Wawancara Informan VI

Nama informan : Ari

Umur informan : 29 Tahun

Nama *Outlet* : Roti Bakar Bandung Bang Riy

Alamat *Outlet* : Jalan Pemurus Luar Kelurahan Kertak Hanyar

Roti Bakar Bang Riy adalah nama Roti Bakar Bandung milik Ari yang berada di Jalan Pemurus Luar Kelurahan Kertak Hanyar sudah lama

beroperasi yakni sejak Tahun 2016. Roti Bakar Bang Riy buka setiap hari dari pukul 16.00 - 22.30 WITA.

Menjalankan penjualan langsung dalam proses pemasaran produk Roti Bakar Bang Riy, Ari juga memanfaatkan aplikasi Gojek sebagai sarana memasarkan produk Roti Bakar Bang Riy. Menurut Ari penjualan *online* melalui aplikasi Gojek adalah salah satu bentuk ikhtiar Ari dalam berdagang, Ari hanya menggunakan aplikasi Gojek sebagai platform jual beli *online* produk Roti Bakar Bang Riy .

Harga yang ditetapkan Ari untuk Roti Baka Bang Riy cukup variatif tergantung pada rasa yang dipilih konsumen, harga yang ditetapkan Ari pada penjualan langsung Roti Bakar Bandung Bang Riy adalah Rp. 15.000 - 17.000. Sedangkan harga yang ditetapkan Ari pada penjualan *online* melalui aplikasi Gojek adalah Rp. 20.000-23.000.

Total rata-rata omset yang diperoleh Ari dalam satu hari adalah Rp.350.000 yakni 30 Roti yang habis terjual untuk penjualan langsung, dan rata-rata omset yang didapatkan Ari pada penjualan *online* adalah Rp. 70.000 yaitu 5 roti yang terjual, dan laba yang diperoleh Haikal dalam satu hari mencapai Rp.200.000. Perbedaan antara hasil penjualan langsung dan *online* pada Roti Bakar Bang Riy cukup jauh berbeda karena lebih banyak berasal dari penjualan langsung dibandingkan penjualan *online*.

Kendala yang dialami Ari hanya ketika sedang ramai konsumen yang membeli langsung membuat Ari tidak bisa menggunakan handphone secara bersamaan secara cepat karena Ari hanya sendiri dalam melayani konsumen

Roti Bakar Bandung Bang Riy, hal ini membuat orderan dari Aplikasi Gojek sedikit lambat dicek oleh Ari.

Menurut peneliti penjualan langsung dan penjualan *online* pada Roti Bakar Bandung Bang Riy cukup jauh berbeda, yakni lebih besar kontribusi penjualan langsung terhadap omset yang didapat Ari dibandingkan penjualan *online*. Terkadang Ari juga mengalami kendala ketika menjalankan kedua penjualan ini karena sedikit lambat dalam mengecek orderan yang masuk pada aplikasi Gojek.

7. Deskripsi Hasil Wawancara Informan VII

Nama informan : Yoga
Umur informan : 25 Tahun
Nama *Outlet* : Roti Bakar Khas Bandung
Alamat *Outlet* : Jalan Kelurahan Pekapuran Raya

Roti Bakar Khas Bandung adalah nama usaha dari Roti Bakar milik Yoga yang berada di Jalan Kelurahan Pekapuran Raya baru berdiri tahun 2020 yang lalu, terhitung 2 tahun telah dijalankan Yoga. Roti Bakar Khas Bandung milik Yoga buka setiap hari mulai pukul 16.30 - 22.00 WITA.

Dalam proses penjualan Roti Bakar Khas Bandung Yoga menggunakan sistem penjualan langsung dan penjualan *online* melalui aplikasi Grab karena menurut Yoga penambahan harga jual pada aplikasi Grab sedikit lebih murah dibandingkan yang lain.

Harga jual Roti Bakar Khas Bandung milik Yoga pada *Outlet* adalah Rp. 16.000 - 18.000 menyesuaikan varian rasa yang dipilih konsumen, sedangkan pada aplikasi Grab terdapat penambahan harga sebesar

Total rata-rata omset yang didapatkan Yoga dalam satu hari adalah 200.000 dengan 17 roti yang terjual pada penjualam langsung sedangkan omset Yoga pada penjualan *online* sebesar 60.000 dengan 4-5 roti yang terjual, dengan total laba bersih yang diperoleh Ari dalam satu hari adalah Rp. 150.000 - 200.000. Sama seperti beberapa informan sebelumnya omset lebih besar didapatkan dari penjualan langsung daripada penjualan *online*. Dalam pelayanan Yoga terhadap pembeli ketika menjalankan penjualan langsung dan penjualan *online* tidak mengalami kendala yang berat karena dalam penjualan *online* tidak terlalu mempengaruhi terhadap penjualan langsung Roti Bakar Khas Bandung milik Yoga.

Menurut peneliti, perbandingan penjualan langsung dan *online* pada Roti Bakar Khas Bandung milik Yoga jauh berbeda lebih banyak penjualan langsung dibandingkan penjualan *online* terlihat lebih banyak roti yang terjual pada penjualan langsung tentu saja omsetnya lebih. Tidak ada kendala yang berarti bagi Yoga karena ketika menjalankan penjualan langsung dan penjualan *online* keduanya mampu ditangani oleh Yoga sendiri.

C. Analisis Data

1. Analisis tentang Perbandingan Tingkat Penjualan Secara Langsung dan Penjualan Secara *Online* Pada *Outlet* Roti Bakar Bandung Di Kecamatan Banjarmasin Timur

Berdasarkan hasil penelitian dan membandingkan antara data dan fakta yang diperoleh selama proses penelitian dengan uraian teoritis maka dapat diperoleh data dan fakta tentang teori dari kenyataan di lapangan mengenai Perbandingan Penjualan Langsung dan Penjualan *Online* Pada *Outlet* Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur.

Sejak zaman dahulu perdagangan dilakukan manusia umumnya menggunakan transaksi jual beli secara langsung yakni tatap muka antar penjual dan pembeli. Penjualan langsung adalah penjualan yang dilakukan secara tatap muka antara penjual dan pembeli. Penjualan langsung memungkinkan calon pembeli dapat menyentuh barang secara fisik dimana kita menemui calon pembeli itu secara langsung dan ditempat yang nyata (Jimly dkk, 2021, hlm.104).

Namun, seiring berkembangnya teknologi yakni sebagian dari dampak modernisasi digital maka bermunculan banyak aplikasi yang memungkinkan pembeli atau konsumen tidak harus pergi ke *Outlet*, toko atau tempat penjual untuk membeli contohnya yang sekarang banyak digunakan oleh orang adalah Gojek, Grab, Shopee Food, Maxim dan lain sebagainya. Kebanyakan dari aplikasi tersebut menawarkan jasa untuk membelikan suatu produk makanan dan lain-lain melalui seorang kurir yang nantinya akan mengantarkan pesanan konsumen ke tujuan. Dan dampak positif dari aplikasi ini adalah perluasan

pasar bagi penjual. Definisi penjualan *online* menurut Laudon adalah proses membeli dan menjual produk produk secara elektronik oleh konsumen, dan dari perusahaan ke perusahaan dengan sebagai perantara transaksi bisnis.

Pemanfaatan sistem penjualan langsung dan penjualan *online* adalah bentuk inovasi sekaligus mempertahankan usaha Roti Bakar Bandung di zaman sekarang ini sesuai dengan definisi penjualan sebagai kegiatan yang perusahaan lakukan untuk mempertahankan bisnisnya agar berkembang dan mendapatkan laba atau keuntungan sesuai dengan yang diinginkan (Nafarin, 2009, hlm. 166).

Berdagang atau memiliki usaha juga diperbolehkan dalam Islam, sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S Al-Baqarah (1):198.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ
عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Artinya: *Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. (Q.S. Al-Baqarah 2:198).*

Keterangan Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 198 diatas dijelaskan bahwa Allah SWT menyeru manusia untuk berusaha mencari rezeki yang halal. Salah satu cara memperoleh rezeki dari Allah SWT yaitu dengan melakukan perdagangan atau berusaha. Dengan perdagangan selain mendapatkan ketentuan-ketentuan materialguna memenuhi kebutuhan ekonomi seorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Disini setelah peneliti melakukan penelitian selama kurang lebih dua bulan maka peneliti telah menemukan data dan fakta yang berbeda antara

secara teoritis dengan yang terjadi dilapangan. Dari total 8 Informan yang telah diwawancara semua mengatakan tingkat penjualan langsung lebih besar dibandingkan penjualan *online* pada *Outlet* roti bakar mereka, berdasarkan data rata-rata pendapatan yang di peroleh pemilik Roti Bakar Bandung semuanya lebih banyak bersumber dari penjualan langsung. Padahal sistem penjualan *online* ini sangatlah membantu. Karena konsumen tidak perlu datang langsung ke lokasi untuk membeli barang yang diinginkan, mengingat kondisi lalu lintas kota yang cukup ramai yang menyebabkan terlalu banyak waktu yang kita buang di jalan untuk sampai ke lokasi. Maka dengan sistem *online* ini, konsumen bisa mendapatkan barang yang diinginkan cukup dari tempat duduknya (Anggraini, 2017). Pernyataan tersebut berbeda hasil riset ditemukan fakta bahwa kelebihan dan kekurangan dari penjualan *online* yang dijalankan *Outlet* Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1

Kelebihan dan Kekurangan Penjualan Langsung

Kelebihan	Kekurangan
1. Dapat mengetahui produk yang dijual dan melihat proses pembuatannya 2. Mengetahui secara langsung produk yang sedang tersedia dan produk yang sedang habis	1. Membutuhkan waktu dan tenaga bagi konsumen untuk membeli 2. Sangat bergantung pada cuaca, apabila hujan maka konsumen biasanya malas untuk membeli sehingga penjualan sepi

Tabel 4.2

Kelebihan dan Kekurangan Penjualan *Online*

Kelebihan	Kekurangan
1. Memudahkan pembeli, yaitu hanya dengan menggunakan aplikasi untuk melakukan pembelian produk 2. Pembayaran bisa dilakukan konsumen melalui mobile banking dan sejenisnya 3. Menghemat waktu dan tenaga 4. Konsumen bisa langsung membandingkan harga produk melalui aplikasi	1. Penambahan biaya yang lebih dibandingkan harga pada <i>Outlet</i> 2. Tidak semua konsumen menggunakan aplikasi untuk membeli

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui penyebab Tingkat Penjualan pada *Outlet* Roti Bakar Bandung lebih banyak bersumber dari Penjualan Langsung karena pada penjualan *online* terdapat penambahan harga dan biaya untuk kurir yang mengantarkan pesanan konsumen dan kebanyakan pelanggan dari 8 Informan pemilik *Outlet* Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur tidak menggunakan aplikasi untuk membeli. Kebijakan penetapan harga pada aplikasi yang dipakai pemilik Roti Bakar Bandung ini sudah menjadi ketentuan karena menggunakan jasa mereka, tetapi bagi beberapa konsumen hal ini menjadi beban tersendiri.

2. Analisis tentang kontribusi penjualan secara langsung dan penjualan secara *online* terhadap pendapatan pada *Outlet* Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur

Penjualan langsung adalah penjualan yang dilakukan secara tatap muka antara penjual dan pembeli. Penjualan langsung memungkinkan calon pembeli dapat menyentuh barang secara fisik dimana kita menemui calon pembeli itu secara langsung dan ditempat yang nyata (Jimly dkk, 2021, hlm.104).

Sedangkan Penjualan *online* adalah salah satu jenis penjualan yang menggunakan media internet dalam penjualannya, yang saat ini paling banyak dilakukan ialah dengan berbasis kepada media sosial. Aktivitas penjualan *online* dari mencari calon pembeli sampai menawarkan produk atau barang dengan memanfaatkan jaringan internet (Jimly dkk, 2021, hlm.104).

Secara garis besar letak perbedaan kedua sistem penjualan ini adalah pada media yang digunakan, penjualan langsung menggunakan lisan dan tulisan yang ada di *Outlet* Roti Bakar Bandung dan penjualan *online* menggunakan media elektronik yang didukung oleh internet. Walaupun penjualan *online* terlihat lebih sederhana karena menggunakan media elektronik dan internet tetapi juga menjadi kendala dalam mempengaruhi tingkat pendapatan penjual Roti Bakar Bandung, karena kebanyakan konsumen lebih suka membeli langsung sendiri di *Outlet* Roti Bakar Bandung.

Penjualan Langsung lebih banyak berkontribusi pada pendapatan pemilik Roti Bakar Bandung dibanding Penjualan *Online*, rata-rata penjualan langsung memiliki omset diatas Rp.250.000 dalam sehari sedangkan omset penjualan *online* dibawah Rp.100.000. Seperti yang telah dijelaskan bahwa konsumen Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur lebih suka membeli secara langsung dibandingkan memanfaatkan aplikasi, beberapa konsumen masih memanfaatkan aplikasi seperti Maxim, Grab, Gojek atau Shopee Food karena mungkin ada kesibukan sehingga tidak bisa membeli langsung atau malas untuk pergi ke *Outlet* Roti Bakar Bandung.

3. Analisis tentang kendala yang dihadapi dalam menjalankan penjualan secara langsung dan penjualan secara *online* pada *Outlet* Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur

Kendala yang sering dialami oleh para Informan pemilik Roti Bakar Bandung yang menjalankan penjualan langsung dan penjualan *online* pada *Outlet* Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Helien (2004, hlm. 7) pelayanan pelanggan adalah kegiatan yang berorientasi kepada pelanggan yang terdiri dari elemen-elemen nyata berupa faktor yang bisa diraba dan didengar serta diraba seperti ukuran, warna dan sebagainya. Kemudian karena elemen-elemen tersebut tidak nyata yaitu sulit diukur dan seringkali dinilai secara subjektif bergantung pada sikap yang bisa dipengaruhi namun tidak diajarkan, misalnya rasa nyaman, rileks, percaya dan lain sebagainya.

Pelayanan yang unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Menurut Fandy Tjiptono (2002) secara garis besar ada empat unsur pokok dalam mewujudkan pelayanan yang unggul untuk konsumen, yaitu sebagai berikut.

1. Kecepatan

Kecepatan dalam pelayanan yang unggul adalah pelayanan pelanggan dan upaya mengatasi kebutuhan serta menimbulkan kesan profesional karyawan perusahaan.

2. Ketepatan

Dalam pelayanan yang unggul unsur ketepatan yang dimaksud adalah dalam melayani kebutuhan konsumen dan mengatasi permasalahan yang didapat konsumen.

3. Keramahan

Keramahan dalam pelayanan yang unggul yakni yang diberikan karyawan perusahaan dalam melayani kebutuhan konsumen dan hambatan yang dialami konsumen.

4. Kenyamanan

Kenyamanan adalah rasa yang diberikan dapat meningkatkan loyalitas para pelanggan dan memuaskan mereka.

Sedangkan Kepuasan Konsumen menurut Philip Kotler (1997) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan dalam Handi Irawan (2007).

- a. Kualitas Produk , Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.
- b. Harga. Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

- c. Kualitas Jasa Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.
- d. *Emotional factor* Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.
- e. Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Kendala yang dialami para pemilik Roti Bakar Bandung di Kecamatan Banjarmasin Timur kebanyakan adalah kewalahan ketika konsumen penjualan langsung dan penjualan *online* datang bersamaan membeli, hal ini menjadi kebijakan dari pemilik Roti Bakar Bandung dalam aspek pelayanan dimana ada beberapa unsur penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan pelayanan yang unggul bagi konsumen atau pembeli Roti Bakar Bandung diantaranya adalah kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Seringkali menurut para Informan dalam melayani konsumen yang banyak datang bersamaan membuat mereka kewalahan tetapi mereka tetap mengusahakan memberikan pelayanan yang unggul bagi pembeli Roti Bakar Bandung. Informan yang merasa kewalahan dalam melayani semua pembeli yang datang bersamaan disebabkan oleh mereka yang sendirian berjualan

tanpa memiliki karyawan untuk membantu. Karena salah satu Informan yang berjualan dibantu oleh saudaranya tidak mengalami kendala ketika banyak pembeli, artinya penambahan karyawan pada *Outlet* Roti Bakar Bandung akan sangat membantu mengatasi kendala kewalahan ini. Selain kendala kewalahan yang dialami penjual Roti Bakar Bandung, pendapatan mereka dari penjualan *online* juga sangat sedikit karena adanya penambahan harga pada aplikasi yang digunakan untuk memasarkan produk sehingga menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen belum lagi biaya pengiriman yang dibebankan kepada konsumen karena menggunakan jasa kurir untuk membeli dan mengantarkan Roti Bakar Bandung sehingga mengurangi kepuasan pembeli dalam menggunakan sistem penjualan *online* dibandingkan penjualan langsung.