

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya seorang manusia akan melakukan berbagai macam cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya atau memuaskan hasratnya baik itu untuk mencoba maupun memilikinya. Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seorang manusia akan memilih untuk menjadi konsumen atau produsen. Sebagian besar manusia hanya menjadi konsumen dan hanya sebagian kecil yang ingin menjadi produsen atau berbisnis. Hal ini dikarenakan dalam menjalankan bisnis memiliki berbagai macam masalah maupun risiko yang akan dihadapi, meskipun peluang bisnis sekarang sangat besar dan terbuka lebar. Salah satu peluang bisnis yang tidak akan ditinggalkan oleh konsumen adalah bisnis di bidang kuliner atau makanan. Kebutuhan manusia akan makanan dan minuman membuat peluang bisnis di bidang kuliner memiliki tingkat kesuksesan yang tinggi dan mulai banyak diminati oleh masyarakat sekarang. Bisnis kuliner yang memiliki potensi keuntungan yang menggiurkan adalah menjual makanan cepat saji, aneka minuman segar, angkringan, cafe dan bisnis kuliner lainnya. (Kotler, 2008, hal. 62)

Kota Banjarmasin merupakan Ibu Kota dari Provinsi Kalimantan Selatan, dimana kota ini banyak dikunjungi oleh banyak orang mulai dari turis domestik hingga turis asing. Hal ini dikarenakan kota Banjarmasin memiliki objek wisata yang banyak dan luas seperti wisata pasar terapung, pulang kembang, wisata religi hingga wisata kuliner yang ada di Kuliner Baiman. Wisata Kuliner Baiman diresmikan pada tanggal 25 Januari 2017 di Kota Banjarmasin. Peresmian wisata

kuliner ini merupakan wujud dari salah satu visi Pemerintah Kota Banjarmasin dalam memfasilitasi ekonomi masyarakat. Pertimbangan Pemerintah Kota Banjarmasin dalam memilih lokasi wisata Kuliner Baiman ini adalah lokasi yang strategis di tengah kota, akses jalan yang luas dan padat kendaraan, dekat dengan kampus UIN Antasari serta dekat dengan berbagai macam lembaga maupun instansi. Wisata Kuliner Baiman sebagian besar di isi oleh Pedagang Kaki Lima (PKL) dengan jam buka sekitar jam 10 pagi, jam 5 sore hingga jam 2 malam. Makanan dan minuman yang ditawarkan atau dijual di wisata Kuliner Baiman beraneka ragam mulai dari gorengan, kebab, nasi, cemilan dan lainnya. (Akhyar, 2017) Dengan adanya tempat makan yang difasilitasi oleh Pemerintah Kota Banjarmasin diharapkan ekonomi masyarakat meningkat dan dapat memberikan yang halal lagi baik sesuai dengan ajaran Islam. Firman Allah Swt dalam QS. Al-Baqarah/2:168 sebagai berikut.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, sesungguhnya, syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 34)

Ayat di atas menjelaskan bahwa umat manusia khususnya seorang muslim atau muslimah hendaknya mengkonsumsi makanan halal dan baik yang terdapat dimuka bumi ini, sehingga terhindar dari unsur haram atau hal yang dilarang oleh Allah Swt dan tidak mengikuti perbuatan-perbuatan syaitan yang jelas musuh nyata bagi umat manusia.

Berdasarkan catatan tahun 2018 dari Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa sektor bisnis kuliner mampu tumbuh pesat sebesar 7,91 % atau melampaui ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Oleh sebab itu, bisnis di bidang kuliner meningkatkan nilai investasi nasional hingga Rp56,60 triliun. Sektor kuliner menjadi kontributor terbesar hingga 26,67 persen dengan pencapaian nilai ekspornya sebesar USD29,91 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis kuliner di Indonesia dapat menjadi salah satu penggerak ekonomi masyarakat dan dapat membuka lapangan kerja. (Insdraswari, 2018, hal. 64)

Bisnis di bidang kuliner pada saat ini berkembang sangat cepat dan pesat karena didukung oleh kemajuan teknologi dan permintaan konsumen atau pasar yang meningkat. Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang bermanfaat bagi bisnis kuliner adalah adanya pemasaran produk makanan dan minuman secara digital atau *online* menggunakan berbagai macam media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *youtube* *tiktok* dan lainnya. Selain itu, pemasaran digital lain yang dapat memberikan dampak positif bagi bisnis kuliner adalah melalui aplikasi ojek *online* yang melayani pesan antar makanan maupun minuman, sehingga mempermudah konsumen untuk membeli makanan maupun minuman. Aplikasi ojek *online* yang banyak diminati oleh konsumen adalah aplikasi gojek melalui fitur layanan *go food* dan aplikasi grab melalui fitur layanan *grab food*. (Schiffman dan Wisenblit, 2015, hal. 36)

Aplikasi Gojek dan Grab saat ini mulai bertransformasi mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memberikan kemudahan akses dan membuat berbagai layanan yang dapat membantu konsumen maupun mitra dari aplikasi ojek *online*. Salah satu bentuk kebutuhan konsumen adalah kemudahan

dalam transaksi pembayaran dengan menyediakan layanan pembayaran digital yang terkoneksi dengan pihak bank. Selain itu, perkembangan dan kemajuan yang dapat memberikan manfaat bagi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat adalah fitur pesan antar makanan melalui layanan *Go Food* dan *Grab Food*. (Siregar, 2020, hal. 19)

Layanan pesan antar makanan yang disediakan oleh perusahaan ojek online dapat mempermudah UMKM dalam menjalankan usahanya karena tidak perlu menyediakan armada atau kendaraan untuk mengantarkan pesanan makanan dari konsumen atau pelanggan. Selain itu, UMKM juga tidak perlu menyediakan dana atau budget yang banyak untuk menjadi mitra ojek *online* agar mendapatkan layanan pesan antar yang disediakan. Oleh sebab itu, layanan pesan antar makanan menjadi salah satu alternatif bagi UMKM untuk mempermudah penjualan, pengenalan produk hingga memperluas pangsa pasar. Syarat untuk menjadi mitra ojek *online* juga tidak sulit dan tidak mengharuskan UMKM untuk memiliki toko atau bangunan, sehingga UMKM dapat menjalankan usahanya dari rumah tanpa harus memiliki tempat makan dan semua menu yang ditawarkan dapat didaftarkan tanpa ada batasan. Keuntungan utama yang didapatkan oleh UMKM ketika menjadi mitra ojek online adalah produk akan dikenalkan atau dipromosikan secara otomatis dan mudah di akses oleh konsumen. Aplikasi lain yang dapat digunakan untuk melakukan promosi secara digital adalah *instagram*, *facebook*, *youtube* dan lainnya yang sering dibuat oleh seorang konten kreator maupun seorang *food blogger*. (Hasan, 2019, hal. 16)

Food blogger merupakan seseorang yang melakukan liputan atau ulasan terhadap suatu produk makanan dan minuman, dimana hasil ulasan akan

dibagikan ke akun pribadinya seperti blog pribadi, akun *instagram*, akun *youtube* dan lainnya untuk menyampaikan berbagai macam informasi atau pesan baik dalam bentuk foto, video maupun tulisan. Unggahan atau ulasan dari seorang *food blogger* dapat memberikan dampak dan peran positif bagi pelaku usaha atau UMKM di bidang Kuliner karena dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar suatu produk. Jadi, secara tidak langsung seorang *food blogger* melakukan promosi terhadap suatu produk makanan dan minuman yang dinikmatinya secara digital atau *online* melalui berbagai macam media sosial milik pribadinya. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah *instagram* dengan berbagai macam fitur-fitur menarik yang digunakan oleh pengguna. Fitur *instagram* yang sering digunakan untuk melakukan promosi terhadap suatu produk ialah berbagi foto atau gambar produk, menyertakan tempat pembelian atau link pembelian, menawarkan promosi yang menarik hingga video mengenai fungsi hingga kualitas suatu produk. (Chakti, 2019, hal. 21)

Food blogger terkenal dan banyak memiliki pengikut yang ada di Banjarmasin ialah akun *instagram* bernama @Banjarmasinfood yang memiliki sekitar 225.000 pengikut dan akun *instagram* bernama @Banjarmasin_food yang memiliki 44.000 pengikut. Kedua akun *instagram* tersebut selalu membuat berita atau ulasan-ulasan mengenai makanan atau minuman terkini hingga kuliner yang lagi *trend* atau eksis. Ulasan dan rekomendasi makanan atau minuman dari kedua akun *instagram* tersebut sering dijadikan referensi bagi sebagian orang sebelum membeli suatu produk makanan yang dijual oleh UMKM di Kota Banjarmasin. Berdasarkan pengamatan penulis banyak masyarakat yang tertarik atau berminat mencicipi atau membeli suatu makanan karena melihat konten yang dibuat oleh

kedua akun *instagram* tersebut, sehingga seorang *food blogger* secara tidak langsung membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan dan menyampaikan informasi produk yang ditawarkan.

Hasil ulasan atau *review* dari *food blogger* terhadap suatu makanan atau minuman dapat membentuk citra suatu produk, citra suatu usaha, meningkatkan popularitas suatu makanan atau minuman dan meningkatkan penjualan, sehingga ulasan dan rekomendasi yang diberikan dapat membentuk keyakinan dan kepercayaan konsumen atau orang lain dalam memilih, mengonsumsi dan membeli produk makanan atau minuman yang ditawarkan oleh pelaku bisnis di bidang kuliner. Hal ini tentu memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis di bidang kuliner dan konsumen memiliki gambaran umum terhadap suatu produk makanan atau minuman yang ditawarkan oleh penjual. Dengan kata lain, seorang *food blogger* telah melakukan komunikasi pemasaran secara digital melalui foto, video maupun tulisan yang dibagikan atau di unggah ke akun pribadinya baik itu blog maupun media sosial. Selain itu, keberadaan *food blogger* dapat menjadi sarana bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan atau harapannya terhadap suatu produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh penjual. (Kotler dan Keller, 2012, hal. 38)

Berdasarkan pemaparan dan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dan meneliti lebih mendalam mengenai peran dari *food blogger* dan ojek online dalam meningkatkan penjualan makanan maupun minuman yang ditawarkan atau dijual oleh UMKM di Kota Banjarmasin. Adapun judul dari penelitian ini ialah **"PERAN FOOD BLOGGER DAN OJEK ONLINE**

DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MAKANAN PADA PEDAGANG KULINER BAIMAN BANJARMASIN"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Bagaimana peran *Food Blogger* dalam meningkatkan penjualan makanan pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin ?
2. Bagaimana peran Ojek *Online* dalam meningkatkan penjualan makanan pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Mengetahui peran *Food Blogger* dalam Meningkatkan penjualan makanan pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin.
2. Mengetahui peran Ojek *Online* dalam meningkatkan penjualan makanan pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan tujuan dari penelitian di atas, maka kegunaan penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Sumbangan pemikiran dalam mengisi khazanah ilmu pengetahuan, pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas

Ekonomi bisnis islam khususnya dan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

- b. Sebagai tambahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dari sudut pandang yang berbeda.
2. Manfaat secara praktis
 - a. Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi bagi pihak Pedagang Wisata Kuliner Baiman.
 - b. Menambah pemahaman dan pengetahuan khususnya bagi penulis dan bagi pembaca secara umum yang ingin mengetahui permasalahan yang penulis teliti secara lebih mendalam.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah definisi yang memberikan penjelasan dan pernyataan terhadap suku kata yang berkaitan dengan tujuan penelitian atau pokok utama penelitian. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini antara lain, yaitu :

1. Peran yang dimiliki seseorang atau sebuah lembaga akan menentukan apa yang harus dilakukan atau diperbuatnya bagi dirinya sendiri, bagi suatu lembaga atau perusahaan dan bagi masyarakat secara umum. Peran dalam penelitian ini adalah peran atau akibat positif dari *Food Blogger* dan Ojek *Online* dalam meningkatkan penjualan makanan pada pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. (Bakir, 2009, hal. 352)
2. *Food Blogger*, yaitu sebuah profesi atau pekerjaan sebagai jurnalis makanan atau fokus terhadap topik atau pembahasan kuliner. Tugas

seorang *Food Blogger* biasanya memberikan penilaian terhadap suatu makanan mulai dari segi rasa, tampilan, pelayanan, tempat rumah makan dan atributnya, sehingga penilaian atau review makanan yang diberikan akan menjadi rekomendasi bagi orang lain untuk mencoba atau merasakan makanan yang dinilainya. *Food Blogger* awalnya menulis pendapatnya atau penilaiannya terhadap suatu makanan di sebuah blog pribadinya, tetapi sekarang sudah merambat ke berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube dan media lainnya. *Food Blogger* dalam penelitian ini adalah peran dari *Food Blogger* dalam menilai atau review makanan dari para pedagang makanan di Kuliner Baiman Banjarmasin. (Kusumaningrum, 2019, hal. 170)

3. Ojek Online, yaitu jasa transportasi menggunakan sepeda motor yang berbasis sistem teknologi yang terkoneksi dengan internet dan terhubung dengan aplikasi yang disediakan oleh pihak perusahaan ojek *online*. Jadi, jasa transportasi ojek *online* dapat diakses melalui ponsel pintar pengguna untuk mendapatkan layanan antar maupun jemput penumpang hingga barang termasuk pengantaran makanan. Ojek *online* dalam penelitian ini adalah peran ojek *online* dalam mengantarkan pesanan makanan dari para pedagang di Kuliner Baiman Banjarmasin. (Khusaini, 2021, hal. 17)
4. Penjualan, yaitu kegiatan atau bisnis yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang menawarkan dan menjual produk barang maupun jasa kepada konsumen. Kegiatan penjualan dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan dari hasil penjualan produk barang maupun jasa. Selain itu, penjualan juga memiliki arti perpindahan hak

milik suatu barang dari penjual kepada pembeli. Penjualan dalam penelitian ini adalah penjualan produk makanan dan minuman dari para pedagang yang ada di Kuliner Baiman Banjarmasin yang dinilai dari peran *Food Blogger* dan ojek *online* dalam menarik minat beli konsumen hingga peningkatan penjualan. (Mulyadi, 2016, hal. 160)

F. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan yang berhubungan atau berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti diantaranya sebagai berikut.

1. Achmad Fajrul Falaq, 2020. Skripsi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan judul “Keberadaan Ojek Online Dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM Di Kota Surabaya”. Hasil penelitian menyatakan bahwa keberadaan ojek *online* sebagai teknologi pemesanan makanan mampu memberikan dampak baik bagi pelaku usaha atau UMKM karena dapat meningkatkan penjualan dan penghasilan serta memajukan perekonomian sekitar dengan memunculkan usaha-usaha baru. Akan tetapi, sistem pemesanan harus diperbaiki agar tidak ada lagi penipuan pesanan atau pesanan ghaib yang dapat merugikan pelaku usaha atau UMKM di Kota Surabaya. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan atau tujuan penelitian mengenai dampak atau peran dari ojek *online* dalam meningkatkan perkembangan UMKM di suatu wilayah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian dan UMKM yang

berbeda yaitu di pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin serta adanya peran lain dari *Food Blogger*.

2. Zella Hapna Hapsari, 2019. Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dengan judul “Pengaruh Review Food Blogger Javafoodie Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner Di Yogyakarta”. Hasil penelitian menyatakan bahwa dimensi pembentuk harapan kinerja mempunyai pengaruh positif (informatif dan persepsi relevansi) dan variabel harapan kinerja yang terbentuk juga memiliki pengaruh positif terhadap minat berperilaku. Artinya semakin tinggi harapan kinerja maka akan semakin tinggi minat berperilaku. Informatif dan persepsi relevansi mempengaruhi harapan kinerja sebesar 79,4 % dan harapan kinerja mempengaruhi minat berperilaku sebesar 71,8%. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi panduan bagi pemasar apabila ingin memanfaatkan instagram sebagai media untuk mereview kuliner dan promosi. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan penelitian mengenai *Food Blogger* dalam mempengaruhi minat dan perilaku konsumen terhadap kuliner. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian dan UMKM yang berbeda yaitu di pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin serta adanya peran lain dari ojek *online*.
3. Sry Wahyudi, 2020. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan dengan judul “Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner”. Hasil penelitian menyatakan bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan *Go Food* dan *Grab Food*. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan atau tujuan penelitian mengenai peran dari ojek online dalam meningkatkan perkembangan UMKM di suatu wilayah. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian dan UMKM yang berbeda yaitu di pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin serta adanya peran lain dari *Food Blogger*.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian adalah sebuah penjabaran yang mendeskripsikan atau menjelaskan tentang bagian-bagian dari karya ilmiah yang akan ditulis, dimana secara garis besar terdiri dari bagian awal, isi pembahasan, hasil penelitian dan akhir atau kesimpulan penelitian. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini antara lain, yaitu :

BAB I Pendahuluan merupakan bagian awal dari sebuah karya tulis ilmiah dengan diawali oleh sub latar belakang masalah, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan dari penelitian, signifikansi atau manfaat penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Teori merupakan bagian pembahasan dari sebuah karya tulis ilmiah dengan diawali oleh sub bab pembahasan *Digital Marketing, Food Blogger, Ojek Online, UMKM dan Penjualan*.

BAB III Metode Penelitian merupakan cara atau metode yang akan digunakan dalam menyelesaikan sebuah karya tulis ilmiah dengan diawali oleh

sub bab jenis dan pendekatan penilitan, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, teknik pengolahan data penelitian dan analisis data serta tahapan penelitian.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data merupakan bagian dari hasil penelitian yang akan disajikan setelah mendapatkan data-data penelitian dan akan data akan diolah serta di analisis. Sub bab ini terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V Penutup merupakan bagian akhir dari sebuah karya tulis ilmiah yang memuat simpulan hasil penelitian dan saran-saran bagi lokasi penelitian maupun bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya.