

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Kuliner Baiman Banjarmasin**

Kuliner Baiman Banjarmasin berada di Jl. Lingkar Dalam Selatan, Pekapuran Raya, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan Kode Pos 70237. Alasan Pemerintah Kota Banjarmasin membangun wisata kuliner baiman adalah untuk menertibkan para Pedagang Kaki Lima (PKL) yang mengganggu pengguna jalan dan dapat menyebabkan macet yang di akibatkan oleh PKL yang berjualan atau berdagang dipinggir jalan. Hal ini yang membuat pemerintah ingin membuat tempat khusus untuk berjualan bagi PKL dan mengembangkan UMKM serta melindungi konsumen dengan mengatur pedagang harus menjual makanan atau minuman yang bersih dan higienis.

Pemerintah Kota Banjarmasin ingin menertibkan jalan Ahmad Yani maupun Lingkar Dalam dan menata ruang publik agar berfungsi sebagaimana mestinya dengan melakukan relokasi tempat. Hal ini dilakukan agar pedagang yang mengganggu area jalan tetap bisa berdagang atau berjualan ditempat yang akan disediakan oleh Pemerintah Kota Banjarmasin dan tidak ada tindakan penggusuran paksa terhadap Pedagang Kaki Lima (PKL).

Pemerintah Kota Banjarmasin melakukan diskusi atau pembicaraan dengan Pedagang Kaki Lima (PKL) sebanyak 6 (enam) kali pertemuan mengenai pembuatan tempat khusus untuk berjualan agar tidak melanggar aturan Kepolisian, tidak mengganggu area jalan dan memberikan kualitas makanan maupun minuman yang lebih berkualitas atau higienis serta halal. Hasil dari pertemuan tersebut akhirnya Pemerintah Kota Banjarmasin mendapatkan persetujuan dari pihak PKL untuk pembangunan wisata kuliner dengan syarat tempat harus strategis, tempat yang layak dan biaya sewa yang lebih terjangkau.

Pada 07 Januari 2017, Pemerintah Kota Banjarmasin melalui Wali Kota Banjarmasin dan Wakilnya yaitu Ibnu Sina dan Hermansyah meresmikan Wisata Kuliner Baiman Banjarmasin untuk tempat berdagang atau berjualan UMKM di Kota Banjarmasin. Pemerintah Kota Banjarmasin memberikan sarana atau fasilitas kepada PKL seperti tempat yang bersih atau nyaman, air yang bersih, pengelolaan sampah yang baik dan keamanan yang lebih terjaga baik siang maupun malam. Makna dari nama Wisata Kuliner **BAIMAN** memiliki arti **Barasih Wan Nyaman**.

Letak atau Lokasi dari Wisata Kuliner Baiman Banjarmasin berada di Jl. Lingkar Dalam Selatan, Pekapuran Raya, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan Kode Pos 70237. Wisata Kuliner Baiman terbagi menjadi 2 tempat yaitu tempat untuk menjual makanan ringan yang tidak disarankan untuk makan di tempat dan makanan berat yang menyediakan fasilitas untuk makan ditempat dengan luas tempat sekitar  $\pm$  1 Hektar.

## 2. Visi dan Misi berdirinya Kuliner Baiman Banjarmasin

- a. **VISI**, Pemko Banjarmasin ingin merapikan dan menertibkan Jalan A. Yani agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya serta memfasilitasi UMKM untuk berjualan ditempat yang lebih baik.
- b. **MISI**, Pemko Banjarmasin mendukung dan mensukseskan Program Kapolri (Kepolisian Republik Indonesia) dalam rangka Generalisasi jalan agar dapat digunakan sesuai fungsinya serta mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Kota Banjarmasin.

## 3. Ilustrasi dan Jumlah Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin

**Gambar 4. 1 Ilustrasi dan Jumlah Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin**



Sumber : Hasil Penelitian 2023

## B. Hasil Penelitian

Berdasarkan dari riset penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan informan atau narasumber penelitian yaitu Para Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin sebanyak 5 (Lima) orang atau pedagang. Informan atau pedagang yang diwawancarai oleh peneliti sesuai dengan kriteria seperti sudah berdagang selama 1 Tahun lebih di Kawasan Kuliner Baiman, pernah dikunjungi atau diliput oleh *Food Blogger* dan sudah bergabung sebagai mitra dari Ojek *Online* minimal satu 1 Tahun. Hasil dari riset penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

### 1. Wawancara dengan Informan I

Nama : Mila  
Umur : 22 Tahun  
Pendidikan : SMA  
Jabatan : Karyawan

Berdasarkan dari hasil wawancara pada 10 November 2023 sampai 10 Januari 2024 yang telah dilakukan dengan Informan I selaku pedagang Kebablasan di Kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin mengenai Peran *Food Blogger* dan Ojek Online dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. Hasil dari wawancara tersebut akan diuraikan dibawah ini.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa usaha Kebablasan buka setiap hari selama tidak sakit atau ada urusan pribadi. Alasan Informan I membuka usaha ini karena usaha makanan cepat saji berpotensi laku dan keuntungannya besar serta tempat usaha yang mendukung untuk berjualan makanan cepat saji yang berada di jantung

kota Banjarmasin. Kuliner Baiman di Kota Banjarmasin adalah tempat yang strategis untuk memulai usaha dan sering dikunjungi oleh orang-orang yang datang ke Banjarmasin serta memiliki tempat yang nyaman hingga tempat parkir yang luas.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa usahanya pernah dikunjungi oleh selebgram atau *food blogger* untuk meliput dan mengenalkan produk jualannya kepada konsumen atau masyarakat serta pengikut media sosialnya. Cara selebgram atau *food blogger* mengenalkan produk dari Informan I melalui video liputan atau penilaian tentang produk jualannya yang diunggah ke media sosial pribadinya. Setelah selebgram atau *food blogger* mencoba mencicipi atau menikmati produk yang dijual oleh Informan I, dirinya memberikan penilaian atau *rating* dan merekomendasikan produk yang dijual oleh Informan I kepada orang lain atau pengikutnya. Dengan adanya penilaian dan video perkenalan produk yang di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger*, maka produk yang dijual oleh Informan I diharapkan penjualannya meningkat dan banyak dikenal oleh orang.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa liputan dan penilaian dari seorang selebgram atau *food blogger* dapat memberikan dampak positif bagi usahanya mulai dari produk yang semakin dikenal oleh orang banyak dan adanya peningkatan penjualan secara langsung maupun penjualan secara tidak langsung (*online*). Selain itu, selebgram atau *food blogger* juga memberikan masukan atau saran kepada Informan I dalam berbisnis agar produknya dikenal oleh banyak

orang hingga memberikan masukan atau saran terhadap produk yang dijualnya agar konsumen sering membeli produknya. Akun instagram dari Kebablasan di Kuliner Baiman Banjarmasin ialah @kebablasan.indonesia dan menerima pesanan lewat Whatsapp di Nomor 0811-9579-907 untuk wilayah sekitar Kota Banjarmasin.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa hasil dari video yang dibuat dan di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger* di akun media sosial pribadinya dapat mempengaruhi penjualan dari Kebablasan yang semakin meningkat dan membuat konsumen penasaran hingga tertarik untuk mencobanya langsung. Hal ini yang membuat Informan I tertarik untuk melakukan kerjasama dengan seorang selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produknya lagi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa usahanya yang bernama Kebablasan sudah menjalin kerjasama dan menjadi mitra dari *Go Food* dan *Grab Food* sejak 2019 hingga sekarang. Alasan Informan I mendaftarkan usahanya di ojek online karena ingin usahanya lebih dikenal oleh orang banyak atau populer dan berharap penjualan meningkat serta mempermudah konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan atau dijual. Untuk menjadi mitra atau mendaftarkan usaha di aplikasi ojek *online* tidak dikenakan biaya, tetapi setiap penjualan produk akan dikenakan biaya oleh pihak aplikasi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa manfaat usaha yang terdaftar di aplikasi ojek *online* ialah usaha lebih dikenal karena usaha yang berada di kuliner baiman sering muncul di menu

aplikasi utama atau makanan terdekat bahkan bisa menjadi makanan yang direkomendasikan oleh aplikasi yang berdasarkan penilaian atau bintang penjualan. Manfaat lain yang didapatkan oleh Informan I ialah penjualan meningkatkan karena usaha atau produk sudah dikenal oleh orang banyak, mudah menjual produk atau menjangkau konsumen yang jauh serta mudah melakukan promosi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan I menjelaskan bahwa penjualan setiap hari paling sedikit 15-20 porsi dan paling banyak 35-40 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari *food blogger* berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 50-60 porsi bahkan lebih kalau lagi ramai atau akhir pekan. Hal ini karena informasi tentang produk yang dijual lebih dikenal oleh masyarakat atau calon pembeli. Selain itu, faktor lain yang dapat meningkatkan penjualan produk dari Informan I ialah adanya rekomendasi produk dari mitra ojek *online* yang membuat pembeli tertarik untuk mencoba atau membeli. Oleh sebab itu, Informan I sering memberikan informasi kepada pembeli bahwa produk yang ia jual juga tersedia di aplikasi ojek online dan menempel stiker jasa pengiriman makanan *online* yang tersedia serta dirinya juga mengenalkan media sosial usahanya agar dikenal oleh konsumen. Hal ini yang membuat Informan I tertarik untuk menjalin kerjasama dengan para *food blogger* yang ada di Kota Banjarmasin dan tertarik mendaftarkan usahanya diberbagai macam mitra jasa pengiriman makanan secara *online*.

## 2. Wawancara dengan Informan II

Nama : Rahmayanti  
Umur : 21 Tahun  
Pendidikan : SMA  
Jabatan : Karyawan

Berdasarkan dari hasil wawancara pada 10 November 2023 sampai 10 Januari 2024 yang telah dilakukan dengan Informan II selaku pedagang ROTI MG Banjarmasin di Kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin mengenai Peran *Food Blogger* dan Ojek *Online* dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. Hasil dari wawancara tersebut akan diuraikan dibawah ini.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa usaha ROTI MG buka setiap hari selama tidak sakit atau ada urusan pribadi. Alasan Informan II membuka usaha ini karena melihat potensi usaha yang bagus dan keuntungan usaha yang menjanjikan serta tempat usaha yang bagus untuk memulai usaha di Kota Banjarmasin. Kuliner Baiman di Kota Banjarmasin adalah tempat yang strategis untuk memulai usaha dan sering dikunjungi oleh orang-orang yang datang ke Banjarmasin serta memiliki tempat yang nyaman hingga tempat parkir yang luas.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa usahanya pernah dikunjungi oleh selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produk jualannya kepada konsumen atau pengikut media sosialnya. Cara selebgram atau *food blogger* mengenalkan produk dari Informan II melalui video liputan atau penilaian tentang produk jualannya



yang diunggah ke media sosial pribadinya. Setelah selebgram atau *food blogger* mencicipi atau menikmati produk yang dijual oleh Informan II, dirinya memberikan penilaian dan merekomendasikan produk yang dijual oleh Informan II kepada orang lain atau pengikutnya. Dengan adanya penilaian dan video perkenalan produk yang di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger*, maka produk yang dijual oleh Informan II diharapkan penjualannya meningkat dan banyak dikenal oleh orang.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa liputan dan penilaian dari seorang selebgram atau *food blogger* dapat memberikan dampak positif bagi usahanya mulai dari produk yang semakin dikenal oleh orang banyak dan adanya peningkatan penjualan secara langsung maupun penjualan secara tidak langsung (*online*). Selain itu, selebgram atau *food blogger* juga memberikan masukan atau saran kepada Informan II dalam berbisnis agar produknya dikenal oleh banyak orang hingga memberikan masukan atau saran terhadap produk yang dijualnya agar konsumen sering membeli produknya. Hal ini yang membuat Informan II membuat akun media sosial Instagram usahanya yang bernama @roti\_mg\_banjarmasin untuk mengenalkan produk yang dijualnya dan meningkatkan jumlah penjualan.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa hasil dari video yang dibuat dan di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger* di akun media sosial pribadinya dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan berdampak pada jumlah penjualan. Dengan adanya video dari seorang selebgram atau *food blogger*, konsumen atau seseorang

minimal tertarik untuk mencoba atau membeli produk yang dikenalkan melalui video tersebut. Hal ini yang membuat Informan II tertarik untuk melakukan kerjasama dengan seorang selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produknya lagi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa usahanya yang bernama ROTI MG sudah menjalin kerjasama dan menjadi mitra dari Go Food dan Grab Food sejak 2020 hingga sekarang. Alasan Informan II mendaftarkan usahanya di ojek online karena ingin usahanya lebih dikenal oleh orang banyak atau populer dan berharap penjualan meningkat serta mempermudah konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan atau dijual. Untuk menjadi mitra atau mendaftarkan usaha di aplikasi ojek online tidak dikenakan biaya, tetapi setiap penjualan produk akan dikenakan biaya oleh pihak aplikasi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa manfaat usaha yang terdaftar di aplikasi ojek online ialah usaha lebih dikenal karena usaha yang berada dikuliner baiman sering muncul dimenu aplikasi utama atau makanan terdekat bahkan bisa menjadi makanan yang direkomendasikan oleh aplikasi yang berdasarkan penilaian atau bintang penjualan. Manfaat lain yang didapatkan oleh Informan II ialah penjualan meningkatkan karena usaha atau produk sudah dikenal oleh orang banyak, mudah menjual produk atau menjangkau konsumen yang jauh serta mudah melakukan promosi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan II menjelaskan bahwa penjualan setiap hari paling sedikit 10-15 porsi dan paling banyak 20-30

porsi. Setelah adanya liputan atau review dari *food blogger* berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 30-40 porsi bahkan lebih. Hal ini karena informasi tentang produk yang dijual lebih dikenal oleh masyarakat atau calon pembeli. Selain itu, faktor lain yang dapat meningkatkan penjualan produk dari Informan II ialah adanya rekomendasi produk dari mitra ojek *online* yang membuat pembeli tertarik untuk mencoba atau membeli. Oleh sebab itu, Informan II sering memberikan informasi kepada pembeli bahwa produk yang ia jual juga tersedia di aplikasi ojek online dan dirinya juga mengenalkan media sosial usahanya agar dikenal oleh konsumen. Hal ini yang membuat Informan II tertarik untuk menjalin kerjasama dengan para *food blogger* yang ada di Kota Banjarmasin dan tertarik mendaftarkan usahanya diberbagai macam mitra jasa pengiriman makanan secara *online*.

### 3. Wawancara dengan Informan III

Nama : Iqlima  
Umur : 20 Tahun  
Pendidikan : SMA  
Jabatan : Karyawan

Berdasarkan dari hasil wawancara pada 10 November 2023 sampai 10 Januari 2024 yang telah dilakukan dengan Informan III selaku pedagang Jabal Bakery di Kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin mengenai Peran *Food Blogger* dan Ojek Online dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. Hasil dari wawancara tersebut akan diuraikan dibawah ini.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa usaha Jabal Bakery buka setiap hari selama tidak sakit atau ada urusan pribadi. Alasan Informan III membuka usaha ini karena melihat potensi usaha yang bagus dan keuntungan usaha yang menjanjikan serta tempat usaha yang bagus untuk memulai usaha di Kota Banjarmasin. Kuliner Baiman di Kota Banjarmasin adalah tempat yang strategis untuk memulai usaha dan sering dikunjungi oleh orang-orang yang datang ke Banjarmasin serta memiliki tempat yang nyaman hingga tempat parkir yang luas.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa usahanya pernah dikunjungi oleh selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produk jualannya kepada konsumen atau pengikut media sosialnya. Cara selebgram atau *food blogger* mengenalkan produk dari Informan III melalui video liputan atau penilaian tentang produk jualannya yang diunggah ke media sosial pribadinya. Setelah selebgram atau *food blogger* mencicipi atau menikmati produk yang dijual oleh Informan III, dirinya memberikan penilaian dan merekomendasikan produk yang dijual oleh Informan III kepada orang lain atau pengikutnya. Dengan adanya penilaian dan video perkenalan produk yang di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger*, maka produk yang dijual oleh Informan III diharapkan penjualannya meningkat dan banyak dikenal oleh orang.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa liputan dan penilaian dari seorang selebgram atau *food blogger* dapat memberikan dampak positif bagi usahanya mulai dari produk yang semakin dikenal oleh orang banyak dan adanya peningkatan penjualan

secara langsung maupun penjualan secara tidak langsung (*online*). Selain itu, selebgram atau *food blogger* juga memberikan masukan atau saran kepada Informan III dalam berbisnis agar produknya dikenal oleh banyak orang hingga memberikan masukan atau saran terhadap produk yang dijualnya agar konsumen sering membeli produknya. Hal ini yang membuat Informan III membuat akun media sosial Instagram usahanya yang bernama @jabalbakery untuk mengenalkan produk yang dijualnya dan meningkatkan jumlah penjualan.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa hasil dari video yang dibuat dan di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger* di akun media sosial pribadinya dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan berdampak pada jumlah penjualan. Dengan adanya video dari seorang selebgram atau *food blogger*, konsumen atau seseorang minimal tertarik untuk mencoba atau membeli produk yang dikenalkan melalui video tersebut. Hal ini yang membuat Informan III tertarik untuk melakukan kerjasama dengan seorang selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produknya lagi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa usahanya yang bernama Jabal Bakery sudah menjalin kerjasama dan menjadi mitra dari Go Food dan Grab Food sejak 2021 hingga sekarang. Alasan Informan III mendaftarkan usahanya di ojek online karena ingin usahanya lebih dikenal oleh orang banyak atau populer dan berharap penjualan meningkat serta mempermudah konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan atau dijual. Untuk menjadi mitra atau

mendaftarkan usaha di aplikasi ojek online tidak dikenakan biaya, tetapi setiap penjualan produk akan dikenakan biaya oleh pihak aplikasi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa manfaat usaha yang terdaftar di aplikasi ojek online ialah usaha lebih dikenal karena usaha yang berada di kuliner baiman sering muncul di menu aplikasi utama atau makanan terdekat bahkan bisa menjadi makanan yang direkomendasikan oleh aplikasi yang berdasarkan penilaian atau bintang penjualan. Manfaat lain yang didapatkan oleh Informan III ialah penjualan meningkatkan karena usaha atau produk sudah dikenal oleh orang banyak, mudah menjual produk atau menjangkau konsumen yang jauh serta mudah melakukan promosi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan III menjelaskan bahwa penjualan setiap hari paling sedikit 10-15 porsi dan paling banyak 20-25 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari *food blogger* berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 30-40 porsi bahkan lebih. Hal ini karena informasi tentang produk yang dijual lebih dikenal oleh masyarakat atau calon pembeli. Selain itu, faktor lain yang dapat meningkatkan penjualan produk dari Informan III ialah adanya rekomendasi produk dari mitra ojek *online* yang membuat pembeli tertarik untuk mencoba atau membeli. Oleh sebab itu, Informan III sering memberikan informasi kepada pembeli bahwa produk yang ia jual juga tersedia di aplikasi ojek online dan dirinya juga mengenalkan media sosial usahanya agar dikenal oleh konsumen. Hal ini yang membuat Informan III tertarik untuk menjalin kerjasama dengan para *food blogger* yang ada di

Kota Banjarmasin dan tertarik mendaftarkan usahanya diberbagai macam mitra jasa pengiriman makanan secara *online*.

#### 4. Wawancara dengan Informan IV

Nama : Jiat

Umur : 32 Tahun

Pendidikan : S1 (Sarjana)

Jabatan : Pemilik Dimsum Choie & Crispy Kresss

Berdasarkan dari hasil wawancara pada 10 November 2023 sampai 10 Januari 2024 yang telah dilakukan dengan Informan IV selaku pedagang sekaligus pemilik dari Dimsum Choie & Crispy Kresss di Kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin mengenai Peran *Food Blogger* dan Ojek Online dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. Hasil dari wawancara tersebut akan diuraikan dibawah ini.

Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa usaha Dimsum Choie & Crispy Kresss buka setiap hari selama tidak sakit atau ada urusan pribadi. Alasan Informan IV membuka usaha ini karena melihat potensi usaha yang bagus dan keuntungan usaha yang menjanjikan serta tempat usaha yang bagus untuk memulai usaha di Kota Banjarmasin. Kuliner Baiman di Kota Banjarmasin adalah tempat yang strategis untuk memulai usaha dan sering dikunjungi oleh orang-orang yang datang ke Banjarmasin serta memiliki tempat yang nyaman hingga tempat parkir yang luas.

Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa usahanya pernah dikunjungi oleh selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produk jualannya kepada konsumen atau pengikut media sosialnya. Cara selebgram atau *food blogger* mengenalkan produk dari Informan IV melalui video liputan atau penilaian tentang produk jualannya yang diunggah ke media sosial pribadinya. Setelah selebgram atau *food blogger* mencicipi atau menikmati produk yang dijual oleh Informan IV, dirinya memberikan penilaian dan merekomendasikan produk yang dijual oleh Informan IV kepada orang lain atau pengikutnya. Dengan adanya penilaian dan video perkenalan produk yang di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger*, maka produk yang dijual oleh Informan IV diharapkan penjualannya meningkat dan banyak dikenal oleh orang.

Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa liputan dan penilaian dari seorang selebgram atau *food blogger* dapat memberikan dampak positif bagi usahanya mulai dari produk yang semakin dikenal oleh orang banyak dan adanya peningkatan penjualan secara langsung maupun penjualan secara tidak langsung (*online*). Selain itu, selebgram atau *food blogger* juga memberikan masukan atau saran kepada Informan IV dalam berbisnis agar produknya dikenal oleh banyak orang hingga memberikan masukan atau saran terhadap produk yang dijualnya agar konsumen sering membeli produknya. Hal ini yang membuat Informan IV membuat akun media sosial Instagram usahanya yang bernama @dimsumchoie\_crispykresss untuk mengenalkan produk yang dijualnya dan meningkatkan jumlah penjualan.



Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa hasil dari video yang dibuat dan di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger* di akun media sosial pribadinya dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan berdampak pada jumlah penjualan. Dengan adanya video dari seorang selebgram atau *food blogger*, konsumen atau seseorang minimal tertarik untuk mencoba atau membeli produk yang dikenalkan melalui video tersebut. Hal ini yang membuat Informan IV tertarik untuk melakukan kerjasama dengan seorang selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produknya lagi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa usahanya yang bernama Dimsum Choie & Crispy Kressss sudah menjalin kerjasama dan menjadi mitra dari Go Food dan Grab Food sejak 2020 hingga sekarang. Alasan Informan IV mendaftarkan usahanya di ojek online karena ingin usahanya lebih dikenal oleh orang banyak atau populer dan berharap penjualan meningkat serta mempermudah konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan atau dijual. Untuk menjadi mitra atau mendaftarkan usaha di aplikasi ojek online tidak dikenakan biaya, tetapi setiap penjualan produk akan dikenakan biaya oleh pihak aplikasi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa manfaat usaha yang terdaftar di aplikasi ojek online ialah usaha lebih dikenal karena usaha yang berada dikuliner baiman sering muncul dimenu aplikasi utama atau makanan terdekat bahkan bisa menjadi makanan yang direkomendasikan oleh aplikasi yang berdasarkan penilaian atau bintang penjualan. Manfaat lain yang didapatkan oleh Informan IV ialah penjualan

meningkatkan karena usaha atau produk sudah dikenal oleh orang banyak, mudah menjual produk atau menjangkau konsumen yang jauh serta mudah melakukan promosi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan IV menjelaskan bahwa penjualan setiap hari paling sedikit 10-15 porsi dan paling banyak 20-30 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari *food blogger* berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 30-40 porsi bahkan lebih. Hal ini karena informasi tentang produk yang dijual lebih dikenal oleh masyarakat atau calon pembeli. Selain itu, faktor lain yang dapat meningkatkan penjualan produk dari Informan IV ialah adanya rekomendasi produk dari mitra ojek *online* yang membuat pembeli tertarik untuk mencoba atau membeli. Oleh sebab itu, Informan IV sering memberikan informasi kepada pembeli bahwa produk yang ia jual juga tersedia di aplikasi ojek online dan dirinya juga mengenalkan media sosial usahanya agar dikenal oleh konsumen. Hal ini yang membuat Informan IV tertarik untuk menjalin kerjasama dengan para *food blogger* yang ada di Kota Banjarmasin dan tertarik mendaftarkan usahanya diberbagai macam mitra jasa pengiriman makanan secara *online*.

#### 5. Wawancara dengan Informan V

Nama : Rio  
Umur : 26 Tahun  
Pendidikan : S1 (Sarjana)  
Jabatan : Pemilik PANCUR JUS

Berdasarkan dari hasil wawancara pada 10 November 2023 sampai 10 Januari 2024 yang telah dilakukan dengan Informan V selaku pedagang sekaligus pemilik dari PANCUR JUS di Kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin mengenai Peran *Food Blogger* dan Ojek Online dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. Hasil dari wawancara tersebut akan diuraikan dibawah ini.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa usaha PANCUR JUS buka setiap hari selama tidak sakit atau ada urusan pribadi. Alasan Informan V membuka usaha ini karena melihat potensi usaha yang bagus dan keuntungan usaha yang menjanjikan serta tempat usaha yang bagus untuk memulai usaha di Kota Banjarmasin. Kuliner Baiman di Kota Banjarmasin adalah tempat yang strategis untuk memulai usaha dan sering dikunjungi oleh orang-orang yang datang ke Banjarmasin serta memiliki tempat yang nyaman hingga tempat parkir yang luas.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa usahanya pernah dikunjungi oleh selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produk jualannya kepada konsumen atau pengikut media sosialnya. Cara selebgram atau *food blogger* mengenalkan produk dari Informan IV melalui video liputan atau penilaian tentang produk jualannya yang diunggah ke media sosial pribadinya. Setelah selebgram atau *food blogger* mencicipi atau menikmati produk yang dijual oleh Informan V, dirinya memberikan penilaian dan merekomendasikan produk yang dijual oleh Informan V kepada orang lain atau pengikutnya. Dengan adanya penilaian dan video perkenalan produk yang di unggah oleh seorang

selebgram atau *food blogger*, maka produk yang dijual oleh Informan V diharapkan penjualannya meningkat dan banyak dikenal oleh orang.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa liputan dan penilaian dari seorang selebgram atau *food blogger* dapat memberikan dampak positif bagi usahanya mulai dari produk yang semakin dikenal oleh orang banyak dan adanya peningkatan penjualan secara langsung maupun penjualan secara tidak langsung (*online*). Selain itu, selebgram atau *food blogger* juga memberikan masukan atau saran kepada Informan V dalam berbisnis agar produknya dikenal oleh banyak orang hingga memberikan masukan atau saran terhadap produk yang dijualnya agar konsumen sering membeli produknya. Hal ini yang membuat Informan V membuat akun media sosial Instagram usahanya yang bernama @pancurjus untuk mengenalkan produk yang dijualnya dan meningkatkan jumlah penjualan.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa hasil dari video yang dibuat dan di unggah oleh seorang selebgram atau *food blogger* di akun media sosial pribadinya dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan berdampak pada jumlah penjualan. Dengan adanya video dari seorang selebgram atau *food blogger*, konsumen atau seseorang minimal tertarik untuk mencoba atau membeli produk yang dikenalkan melalui video tersebut. Hal ini yang membuat Informan V tertarik untuk melakukan kerjasama dengan seorang selebgram atau *food blogger* untuk mengenalkan produknya lagi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa usahanya yang bernama PANCUR JUS sudah menjalin kerjasama dan menjadi mitra dari Go Food dan Grab Food sejak 2020 hingga sekarang. Alasan Informan V mendaftarkan usahanya di ojek online karena ingin usahanya lebih dikenal oleh orang banyak atau populer dan berharap penjualan meningkat serta mempermudah konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan atau dijual. Untuk menjadi mitra atau mendaftarkan usaha di aplikasi ojek online tidak dikenakan biaya, tetapi setiap penjualan produk akan dikenakan biaya oleh pihak aplikasi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa manfaat usaha yang terdaftar di aplikasi ojek online ialah usaha lebih dikenal karena usaha yang berada dikuliner baiman sering muncul dimenu aplikasi utama atau makanan terdekat bahkan bisa menjadi makanan yang direkomendasikan oleh aplikasi yang berdasarkan penilaian atau bintang penjualan. Manfaat lain yang didapatkan oleh Informan V ialah penjualan meningkatkan karena usaha atau produk sudah dikenal oleh orang banyak, mudah menjual produk atau menjangkau konsumen yang jauh serta mudah melakukan promosi.

Berdasarkan pernyataan dari Informan V menjelaskan bahwa penjualan setiap hari paling sedikit 20-25 porsi dan paling banyak 30-40 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari *food blogger* berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 50-60 porsi bahkan lebih. Hal ini karena informasi tentang produk yang dijual lebih dikenal oleh masyarakat atau calon pembeli. Selain itu, faktor lain yang dapat

meningkatkan penjualan produk dari Informan V ialah adanya rekomendasi produk dari mitra ojek *online* yang membuat pembeli tertarik untuk mencoba atau membeli. Oleh sebab itu, Informan V sering memberikan informasi kepada pembeli bahwa produk yang ia jual juga tersedia di aplikasi ojek online dan dirinya juga mengenalkan media sosial usahanya agar dikenal oleh konsumen. Hal ini yang membuat Informan V tertarik untuk menjalin kerjasama dengan para *food blogger* yang ada di Kota Banjarmasin dan tertarik mendaftarkan usahanya diberbagai macam mitra jasa pengiriman makanan secara *online*.

### C. Analisis Data

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diuraikan sebelumnya di atas mengenai Peran *Food Blogger* dan Ojek *Online* dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin. Adapun uraian persepsi dari hasil wawancara penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

**Tabel 4. 1 Uraian Persepsi Informan**

No	Nama	Keterangan
1	Mila	<p>a. Kuliner Baiman Kota Banjarmasin adalah tempat yang cocok untuk berjualan makanan maupun minuman atau mau memulai sebuah usaha karena tempatnya yang strategis, sering dilewati dan dikunjungi oleh orang serta tempat parkir yang luas.</p> <p>b. Liputan atau penilaian berupa video dari selebgram atau <i>food blogger</i> memberikan dampak positif untuk</p>

		<p>produk yang semakin dikenal dan penjualan produk semakin meningkat.</p> <p>c. Kebablasan sudah menjadi mitra ojek <i>online</i> sejak tahun 2019 dengan tujuan untuk memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan produk dan mempermudah konsumen untuk membeli serta memperluas pangsa pasar.</p> <p>d. Jumlah penjualan setiap hari sekitar 15-20 porsi paling sedikit dan dan paling banyak 35-40 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari <i>food blogger</i> berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 50-60 porsi bahkan lebih kalau lagi ramai atau akhir pekan.</p>
2	Rahmayanti	<p>a. Kuliner Baiman Kota Banjarmasin adalah tempat yang cocok untuk berjualan makanan maupun minuman atau mau memulai sebuah usaha karena tempatnya yang strategis, sering dilewati dan dikunjungi oleh orang serta tempat parkir yang luas.</p> <p>b. Liputan atau penilaian berupa video dari selebgram atau <i>food blogger</i> memberikan dampak positif untuk produk yang semakin dikenal dan penjualan produk semakin meningkat.</p> <p>c. ROTI MG sudah menjadi mitra ojek <i>online</i> sejak tahun 2020 dengan tujuan untuk memperkenalkan produk,</p>

		<p>meningkatkan penjualan produk dan mempermudah konsumen untuk membeli serta memperluas pangsa pasar.</p> <p>d. Jumlah penjualan setiap hari sekitar 10-15 porsi paling sedikit dan dan paling banyak 20-30 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari <i>food blogger</i> berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 30-40 porsi bahkan lebih kalau lagi ramai atau akhir pekan.</p>
3	Iqlima	<p>a. Kuliner Baiman Kota Banjarmasin adalah tempat yang cocok untuk berjualan makanan maupun minuman atau mau memulai sebuah usaha karena tempatnya yang strategis, sering dilewati dan dikunjungi oleh orang serta tempat parkir yang luas.</p> <p>b. Liputan atau penilaian berupa video dari selebgram atau <i>food blogger</i> memberikan dampak positif untuk produk yang semakin dikenal dan penjualan produk semakin meningkat.</p> <p>c. Jabal Bakery sudah menjadi mitra ojek <i>online</i> sejak tahun 2021 dengan tujuan untuk memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan produk dan mempermudah konsumen untuk membeli serta memperluas pangsa pasar.</p> <p>d. Jumlah penjualan setiap hari sekitar 10-15 porsi paling</p>



		<p>sedikit dan dan paling banyak 20-25 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari <i>food blogger</i> berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 30-40 porsi bahkan lebih kalau lagi ramai atau akhir pekan.</p>
4	Jiat	<p>a. Kuliner Baiman Kota Banjarmasin adalah tempat yang cocok untuk berjualan makanan maupun minuman atau mau memulai sebuah usaha karena tempatnya yang strategis, sering dilewati dan dikunjungi oleh orang serta tempat parkir yang luas.</p> <p>b. Liputan atau penilaian berupa video dari selebgram atau <i>food blogger</i> memberikan dampak positif untuk produk yang semakin dikenal dan penjualan produk semakin meningkat.</p> <p>c. Dimsum Choie &amp; Crispy Kresss sudah menjadi mitra ojek <i>online</i> sejak tahun 2020 dengan tujuan untuk memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan produk dan mempermudah konsumen untuk membeli serta memperluas pangsa pasar.</p> <p>d. Jumlah penjualan setiap hari sekitar 10-15 porsi paling sedikit dan dan paling banyak 20-30 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari <i>food blogger</i> berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 30-40 porsi bahkan lebih kalau lagi</p>

		ramai atau akhir pekan.
5	Rio	<p>a. Kuliner Baiman Kota Banjarmasin adalah tempat yang cocok untuk berjualan makanan maupun minuman atau mau memulai sebuah usaha karena tempatnya yang strategis, sering dilewati dan dikunjungi oleh orang serta tempat parkir yang luas.</p> <p>b. Liputan atau penilaian berupa video dari selebgram atau <i>food blogger</i> memberikan dampak positif untuk produk yang semakin dikenal dan penjualan produk semakin meningkat.</p> <p>c. PANCUR JUS sudah menjadi mitra ojek <i>online</i> sejak tahun 2020 dengan tujuan untuk memperkenalkan produk, meningkatkan penjualan produk dan mempermudah konsumen untuk membeli serta memperluas pangsa pasar.</p> <p>d. Jumlah penjualan setiap hari sekitar 20-25 porsi paling sedikit dan dan paling banyak 30-40 porsi. Setelah adanya liputan atau review dari <i>food blogger</i> berdampak positif pada jumlah penjualan yang meningkatkan 50-60 porsi bahkan lebih kalau lagi ramai atau akhir pekan.</p>

Sumber: Wawancara dengan Pedagang di Kuliner Baiman Banjarmasin pada 10 November 2023 sampai 10 Januari 2024.

Berdasarkan uraian persepsi 5 (Lima) orang informan di atas tentang Peran *Food Blogger* dan *Ojek Online* dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin, maka hasil analisis data penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut.

### **1. Peran *Food Blogger* dalam Meningkatkan penjualan makanan pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin.**

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *food blogger* di Kota Banjarmasin sering disebut selebgram atau artis *Instagram* yang sering melakukan liputan atau penilaian terhadap suatu makanan maupun minuman yang ada di Kota Banjarmasin. Liputan atau penilaian yang dilakukan ialah berupa video maupun gambar yang diunggah ke media sosial pribadinya dengan harapan dapat menarik minat konsumen untuk membeli ataupun minimal mencoba produk yang sedang dijadikan objek pembahasan atau liputan. Hal ini sejalan dengan teori dari (Hanifati, 2015, hal. 149) menjelaskan bahwa *food blogger* merupakan media pribadi yang membahas atau mengulas semua jenis makanan atau minuman dan sering disebut dengan jelajah kuliner yang didokumentasikan. Pada dasarnya pekerjaan atau tugas seorang *food blogger* adalah menulis dan meliput segala hal yang berkaitan dengan kuliner, kemudian di unggah ke blog pribadinya. Selain itu, tugas seorang *food blogger* juga memberikan penilaian atau gambaran terhadap makanan maupun minuman yang berdasarkan rasa, tampilan makanan, bentuk, cita rasa yang khas, pelayanan, tempat makanan dan lainnya sesuai pengalaman pribadinya. Pada zaman sekarang hasil tulisan dan liputan terhadap suatu makanan

atau minuman tidak hanya di unggah ke blog pribadi saja, tetapi juga dibagikan diberbagai macam media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* dan lainnya baik dalam berupa foto atau gambar hingga video. (Hanifati, 2015, hal. 149)

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *food blogger* atau selebgram di Kota Banjarmasin melakukan liputan atau penilaian terhadap sebuah makanan dalam bentuk video yang menjelaskan cita rasa makanan, harga, tempat, promo tempat makanan dan lainnya. Hal ini sejalan dengan teori dari (Kotler dan Keller, 2012, hal. 125) menjelaskan bahwa cara untuk mempengaruhi minat beli konsumen dan meningkatkan jumlah penjualan melalui promo secara langsung maupun tidak langsung seperti melalui tulisan, foto atau gambar dan video yang dibuat oleh seorang *food blogger*. Seorang *food blogger* akan memberikan penilaian dan penjelasan sesuai dengan pengalamannya tanpa direkayasa atau dibuat-buat dengan tujuan untuk menyampaikan informasi penting mengenai kualitas suatu produk makanan maupun minuman. Oleh sebab itu, penilaian baik dan buruk dari seorang *food blogger* terhadap suatu produk makanan maupun minuman yang telah dicicipi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan dapat mempengaruhi penjualan produk hingga omzet UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa hasil tulisan atau video liputan dari dari seorang *food blogger* atau *selebgram* dapat memberikan dampak positif pada penjualan pelaku usaha di Kuliner Baiman. *Food blogger* atau *selebgram* yang meliput atau menilai produk

yang dijual oleh pelaku Usaha di Kuliner Baiman juga memberikan kritik dan saran kepada penjual agar produknya menarik minat konsumen hingga memberikan tips mengelola akun media sosial. Hal ini sejalan dengan teori dari (Armendariz, 2013, hal. 62) menjelaskan bahwa *food blogger* adalah seseorang yang bertugas untuk menulis atau membuat berita, membuat foto atau gambar menarik dan video dalam topik makanan. Oleh sebab itu, rekomendasi produk makanan yang diberikan oleh seorang *food blogger* secara tidak langsung memberikan promosi atau pengenalan produk UMKM dan dapat mempengaruhi hingga menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa liputan atau penilaian dari *food blogger* atau *selebgram* yang memberikan rekomendasi makanan maupun minuman yang ada di Kuliner Baiman Banjarmasin secara langsung dapat memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha dalam menjual produknya yang lebih dikenal oleh orang dan dapat meningkatkan jumlah penjualan. Liputan atau penilaian yang dibuat oleh *food blogger* atau *selebgram* terhadap makanan atau minuman yang telah dicoba disampaikan dalam bentuk tulisan, foto dan video yang dibuat dengan penilaian yang baik, jujur hingga memberikan kritik maupun saran kepada pelaku Usaha. Hal ini sejalan dengan teori dari (Solomon, 2017, hal. 54) menjelaskan bahwa *food blogger* adalah seseorang yang memberikan ulasan dan rekomendasi tempat makan atau restoran yang bagus kepada orang lain untuk mencoba menikmati hidangan makanan atau minuman yang ditawarkan. Ulasan dan rekomendasi tempat makan atau restoran tersebut akan di unggah dan dibagikan oleh *food blogger*

dalam bentuk foto maupun video ke dalam blog pribadinya dan diberbagai macam media sosial seperti *instagram* dan *youtube*. Hal ini dikarenakan aplikasi yang paling populer saat ini ialah *instagram* dan *youtube* dimana semua aktivitas atau kegiatan seseorang di unggah dan dibagikan ke akun pribadinya, sehingga unggahan foto maupun video yang dibagikan dapat mempengaruhi sikap atau tindakan orang lain yang melihatnya. (Solomon, 2017, hal. 54) Oleh sebab itu, seorang *food blogger* harus menyampaikan informasi dengan jujur dan sesuai kebenaran yang ada tanpa ada unsur tipuan yang dapat merugikan orang lain sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Ali-Imran/3:77 berikut.

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit*”. (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 79)

Ayat di atas diturunkan berkaitan dengan masalah atau kasus yang ada dibumi bahwa terdapat seseorang yang menyamarkan kondisi nyata atau *real* dari suatu produk barang dan jasa dipasar dengan bersumpah bahwa kualitas produk barang dan jasa tersebut ialah kualitas terbaik agar orang lain tertarik untuk melakukan pembelian. Sedangkan kualitas produk ditawarkan tidak memiliki kualitas terbaik, sehingga merugikan orang lain atau konsumen dan perbuatan atau tindakan ini hukumnya dilarang atau haram karena membuat janji dan sumpah palsu. Dalam kasus *food blogger*, informasi dan pesan yang disampaikan harus sesuai kenyataan atau fakta yang ada tanpa harus melebih-lebihkan kualitas suatu produk makanan maupun minuman yang dinikmati dan memberikan rekomendasi tempat

makan atau restoran yang berkualitas sesuai pengalamannya. (Mustofa, 2013, hal. 62)

Kejujuran seorang *food blogger* sangat penting dalam memberikan pendapat atau ulasan mengenai hidangan atau makanan yang dicicipi atau dinikmati. Hal ini karena semua pendapat dan ulasan yang diberikan atau dikeluarkan oleh *food blogger* dampak memberikan dampak negatif maupun positif hingga memiliki peran untuk meningkatkan penjualan atau usaha orang lain. Selain kejujuran, seorang *food blogger* harus adil dalam memberikan penilaian sesuai keadaan atau kondisi tempat makan hingga kualitas rasa makanan yang dicicipi. Firman Allah SWT dalam QS. al-ma'idah/5:8 sebagai berikut.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْٓا ۗ اَعْدِلُوْٓا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 146)

Ayat di atas memerintahkan umat manusia yang beriman agar senantiasa berlaku jujur dan adil kepada semua orang baik untuk urusan agama maupun dalam urusan duniawi. Dalam hal ini seorang *food blogger* harus memiliki sikap jujur dan adil dalam memberikan ulasan, pendapat dan penilaian terhadap suatu makanan tanpa adanya unsur kebencian

maupun membeda-bedakan ras, agama dan lainnya. Dalam penelitian ini para *food blogger* atau *selebgram* memberikan ulasan atau penilaian terhadap makanan atau minuman yang dimakan secara baik, jujur dan terbuka memberikan kritik maupun saran kepada penjual, sehingga produk makanan atau minuman yang direkomendasikan sudah dipastikan dinilai dengan jujur dan sudah pernah dicoba.

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa pelaku Usaha di Kuliner Baiman sebagian memiliki akun media sosial, tetapi tidak dikelola dengan baik dan tidak mengerti *digital marketing* atau cara mengenalkan produk lewat media sosial. Dengan adanya *food blogger* atau *selebgram* yang meliput atau menilai secara langsung membantu pelaku usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin dalam mengenalkan wisata kuliner termasuk produk makanan atau minuman yang dijual agar menarik minat beli masyarakat atau konsumen. Selain itu, para *food blogger* atau *selebgram* juga memberikan tips atau cara mengelola akun media sosial yang baik kepada pelaku usaha dan menawarkan kerjasama untuk meliput atau menilai produk yang dijual oleh pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin. Hal ini sejalan dengan teori dari (Hasanah, 2020, hal. 45) menjelaskan bahwa masalah atau kendala dari pelaku UMKM ialah mengenalkan produk yang dijualnya kepada konsumen dan mengelola strategi pemasaran. Oleh sebab itu, strategi pemasaran sangat penting untuk memasarkan suatu produk barang dan jasa maupun untuk memperluas pangsa pasar. Salah satu cara yang paling tepat bagi UMKM Kuliner dalam memperluas pangsa pasar ialah menggunakan media sosial



sebagai sarana untuk promosi atau pengenalan produk dan menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat membantu meningkatkan penjualan produk maupun membantu pengembangan usaha seperti menjalin kerjasama dengan perusahaan ojek *online*, jasa pesan antar makanan, media koran atau radio, selebgram termasuk dengan orang yang berprofesi sebagai *food blogger*.

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa manfaat dari liputan atau penilai yang dibuat oleh para *food blogger* atau *selebgram* bagi pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin ialah mengenalkan produk makanan atau minuman, mengenalkan tempat Kuliner Baiman dan meningkatkan penjualan pelaku Usaha. Hal ini sejalan dengan teori dari (Vivaldo, 2017, hal. 62) menjelaskan bahwa manfaat dari *food blogger* bagi UMKM Kuliner antara lain, yaitu :

- a. *Food blogger* dapat mempermudah UMKM dalam mengenalkan produk makanan dan minuman kepada konsumen yang berdasarkan ulasan dan rekomendasi yang diberikan.
- b. *Food blogger* dapat meningkatkan popularitas dan membentuk citra UMKM ketika menyediakan dan menjual produk makanan dan minuman yang berkualitas.
- c. *Food blogger* dapat meningkatkan penjualan produk UMKM melalui ulasan dan rekomendasi yang diberikan atau dibagikan ke media sosial seperti blog pribadi, *instagram*, *youtube* dan aplikasi lainnya.
- d. *Food blogger* dapat memberikan informasi-informasi yang detail terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh

UMKM Kuliner mulai dari rasa, bentuk, ciri khas, harga dan lainnya. Informasi detail yang disampaikan dapat mempengaruhi orang lain atau konsumen untuk membeli produk makanan dan minuman yang direkomendasikan.

- e. *Food blogger* dapat memberikan saran kepada UMKM agar lebih baik dan berkembang seperti saran pelayanan, saran untuk meningkatkan kualitas produk, saran kemasan produk dan saran lainnya. Saran yang diberikan oleh *Food blogger* diharapkan dapat memperbaiki dan mengembangkan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa peran *food blogger* atau *selebgram* ialah membantu pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin menyampaikan atau mengenalkan produk makanan atau minuman yang dijual kepada konsumen dan membantu mengenalkan tempat wisata Kuliner Baiman Banjarmasin agar lebih banyak dikunjungi oleh orang atau konsumen. Hal ini sejalan dengan teori dari (Widodo, 2017, hal. 49) menjelaskan bahwa peran seorang *food blogger* bagi pelaku usaha atau UMKM Kuliner antara lain, yaitu :

- 1) *Context* (konteks), yaitu sebuah pembentukan cerita atau pesan yang berisi informasi-informasi penting mengenai makanan dan minuman yang dimakan atau dinikmati oleh seorang *food blogger* dengan memperhatikan penggunaan tata bahasa maupun isi dari pesan agar menjadi lebih menarik serta mudah dipahami oleh orang lain. Peran ini bermanfaat bagi UMKM dalam menyampaikan informasi mengenai produk makanan dan minuman ditawarkan atau dijual.

Dalam penelitian ini seorang *food blogger* atau *selebgram* menceritakan pengalamannya dalam bentuk tulisan, gambar maupun video yang disampaikan ke akun media sosialnya dengan tujuan menarik minat orang lain untuk mencoba produk makanan atau minuman yang dia rekomendasikan.

- 2) *Communication* (komunikasi), yaitu cara untuk menyalurkan atau menyampaikan pesan maupun informasi kepada pembaca, pendengar dan penonton mengenai produk makanan atau minuman yang pernah dimakan atau dinikmati yang dijual oleh UMKM Kuliner. Peran ini bermanfaat bagi UMKM dalam mengkomunikasikan segala menu makanan atau minuman yang ditawarkan kepada konsumen dan *food blogger* akan memberikan rekomendasi makan atau minuman yang menurutnya enak maupun berkualitas. Dalam penelitian ini seorang *food blogger* atau *selebgram* menyampaikan informasi berupa liputan atau penilaian terhadap makanan atau minuman yang telah dicoba dan dicicipi kepada pengikutnya di media sosial untuk mencoba atau membeli produk yang dinilainya.
- 3) *Collaboration* (kolaborasi), yaitu bentuk kerjasama dan interaksi antara *food blogger* dengan pihak UMKM Kuliner agar usaha maupun produk makanan atau minuman yang ditawarkan menjadi lebih baik hingga dapat berkembang atau inovatif. Peran ini bermanfaat bagi UMKM dalam mengenalkan produk makanan atau minuman, meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Dalam penelitian ini seorang *food blogger* atau *selebgram* menawarkan

kerjasama untuk mengenalkan produk makanan atau minuman dari pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin agar produknya lebih dikenal oleh masyarakat dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

- 4) *Connection* (koneksi), yaitu memelihara hubungan atau jalinan kerjasama dengan pihak-pihak terkait yang saling menguntungkan yaitu menjaga jalinan kerjasama dengan *food blogger* maupun memulai jalinan kerjasama dengan baik. Peran ini bermanfaat bagi UMKM dalam memahami pangsa pasar atau kebutuhan konsumen dan memelihara hubungan baik dengan konsumen agar citra perusahaan baik dimata masyarakat.

## **2. Peran Ojek *Online* dalam meningkatkan penjualan makanan pada Pedagang Kuliner Baiman Banjarmasin.**

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa ojek *online* dapat membantu pengantaran makanan atau minuman yang dijual oleh pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin dan dapat membantu meningkatkan penjualan. Hal ini sejalan dengan teori dari (Adisasmita, 2015, hal. 24) menjelaskan bahwa ojek merupakan sarana atau alat transportasi roda dua atau sepeda motor yang dikendarai oleh seorang pengemudi dengan tujuan untuk mengantar penumpang untuk melewati jalan yang macet maupun mengantarkan barang-barang dari pasar kerumah. Jasa ojek di Indonesia awalnya tidak memiliki izin resmi atau transportasi informal karena keberadaannya tidak di akui oleh pemerintah. Sedangkan *online* adalah sebuah jaringan atau sinyal yang menghubungkan seseorang dengan internet atau yang sering disebut daring. Perangkat yang dapat terkoneksi

atau terhubung dengan internet seperti komputer atau pc, ponsel pintar atau *smartphone* dan lainnya yang berguna untuk komunikasi maupun mencari informasi atau berita secara *online*. (Wijaya, 2016, hal. 10) Jadi, ojek *online* ialah sebuah sarana atau alat transportasi roda dua atau sepeda motor yang dapat di akses melalui layanan internet atau *online* untuk mengantarkan penumpang maupun barang.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin menjalin mitra dengan ojek *online* tidak dikenakan biaya atau gratis. Jasa pengantar makanan yang tersedia atau digunakan antara lain gojek, gram, maxim, shopeefood dan lainnya. Hal ini sejalan dengan teori dari (Sari, 2019, hal. 48) menjelaskan bahwa ojek *online* merupakan sebuah jasa transportasi yang berbasis internet atau *online* untuk mendapatkan layanan yang telah disediakan melalui aplikasi atau yang disebut *ridesharing*. Jasa ojek online di Indonesia muncul sekitar tahun 2014 yang dimulai oleh perusahaan Gojek Indonesia dan di ikuti oleh perusahaan lain seperti Grab, Maxim dan perusahaan ojek *online* lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa jasa ojek *online* yang digunakan oleh pelaku Usaha di Kuliner Baiman Banjarmasin dapat mempermudah penjualan, mempermudah menjangkau luas konsumen dan meningkatkan penjualan. Biaya atau tarif yang dikenakan oleh aplikasi ojek *online* atau pengantaran makanan *online* juga tidak terlalu mahal bahkan menyediakan berbagai macam promo yang menarik minat konsumen untuk membeli melalui aplikasi saja. Oleh sebab itu, jasa

pengantaran makanan di Banjarmasin sudah banyak digunakan atau diminati oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori dari (Firdaus, 2017, hal. 46) menjelaskan bahwa ojek *online* merupakan sarana transportasi umum yang menawarkan jasa pengantaran penumpang ke suatu tempat, mengantarkan makanan dan layanan lainnya yang dapat di akses secara *online* dan dapat di akses dimana saja kapan saja selama 24 jam. Salah satu jasa yang banyak diminati atau dipesan oleh pengguna atau konsumen ojek *online* selain layanan antar jemput ialah layanan pesan antar makanan yang memberikan kemudahan pembelian makanan dengan biaya antar yang lebih murah. Firman Allah Swt dalam QS. At-Taubah/9:105 antara lain sebagai berikut.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ  
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan". (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 279)

Ayat di atas menjelaskan bahwa seseorang yang bekerja diharapkan niatnya karena Allah Swt semata atau bekerja sebagai amal saleh yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Dalam kasus ojek *online*, jasa yang ditawarkan diharapkan dapat membantu orang lain untuk menuju ke suatu tempat dengan biaya yang relatif lebih murah atau terjangkau dibandingkan dengan biaya jasa ojek pangkalan dan jasa dari ojek *online* diharapkan dapat membantu ekonomi masyarakat termasuk

UMKM dibidang kuliner. (Suhendi, 2013, hal. 37) Dalam penelitian ini jasa ojek *online* dapat membantu masyarakat atau konsumen untuk membeli makanan atau minuman tanpa harus keluar rumah dan dapat di akses dengan mudah. Dengan adanya jasa pengantaran makanan melalui aplikasi ojek *online* memberikan dampak positif bagi pelaku Usaha khususnya yang ada di kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin dan membantu meningkatkan penjualan produk. Hal ini karena dimenu aplikasi pengantaran makanan pada ojek *online* kawasan Kuliner Baiman Banjarmasin sering menjadi tempat rekomendasi untuk dibeli dan dicoba, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli dan membantu pelaku usaha untuk menjual produknya.

Jasa ojek *online* dibuat atas dasar untuk membantu seseorang agar terhindar dari kemacetan di jalan pada kota-kota besar. Selain itu, perkembangan jasa ojek *online* sekarang dapat membantu orang lain untuk membeli berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh manusia makanan, sehingga ojek *online* menawarkan jasa pesan antar makanan dengan bekerjasama dengan pihak pelaku usaha dibidang kuliner. Hal ini yang membuat jasa ojek online sekarang memiliki peran penting untuk mengenalkan produk makanan dari pelaku usaha atau UMKM hingga mampu meningkatkan penjualan produk makanan. Firman Allah Swt dalam QS. al-ma'idah/5:2 sebagai berikut.

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa

*dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.”* (Kementerian Agama RI, 2020, hal. 144)

Ayat di atas menjelaskan bahwa tolong-menolong dalam Islam adalah tolong-menolong dalam hal kebaikan agar dapat memberikan manfaat kepada orang lain maupun diri sendiri. Dengan adanya jasa ojek *online* di Indonesia dapat membantu orang banyak untuk mencapai tujuan, bisa membeli produk makanan, meningkatkan ekonomi masyarakat dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa jasa ojek *online* yang sering atau banyak digunakan ialah aplikasi gojek dengan *go food* dan grab dengan *grab food*. Hal ini sejalan dengan teori dari (Adi, 2020, hal. 27) menjelaskan bahwa layanan pesan antar makanan dari Ojek *Online* yang banyak digunakan atau diminati oleh konsumen antara lain, yaitu :

- a. *Go Food*, yaitu sebuah layanan pesan antar makanan yang ditawarkan oleh perusahaan Gojek Indonesia. *Go Food* memberikan kemudahan bagi seseorang untuk memesan makanan secara *online* melalui aplikasi “Gojek” yang dapat di akses selama 24 jam dan pesanan makanan akan di antarkan dalam waktu yang bersamaan setelah pengguna melakukan pemesanan. Dengan adanya layanan *Go Food*, konsumen lebih mudah untuk menikmati makanan atau minuman yang dijual tanpa harus membeli langsung, tanpa khawatir tersesat dan menawarkan harga yang menarik serta memberikan manfaat bagi pelaku usaha atau UMKM sekitar. Dalam penelitian ini semua informan mendaftarkan usahanya pada aplikasi gojek untuk



mengjangkau luas konsumen, mempermudah menjual produk dan meningkatkan penjualan.

- b. *Grab Food*, yaitu sebuah layanan pesan antar makanan yang ditawarkan oleh perusahaan Grab Indonesia. Layanan *Grab Food* dibuat bertujuan untuk mempermudah masyarakat atau konsumen untuk membeli makanan atau minuman baik dekat maupun jauh dari rumahnya hanya menggunakan ponsel pintar dengan mengakses aplikasi bernama “*Grab*”. Dalam penelitian ini semua informan mendaftarkan usahanya pada aplikasi grab untuk mengjangkau luas konsumen, mempermudah menjual produk dan meningkatkan penjualan.

Layanan pesan antar makanan dari Ojek *Online* baik itu dari Gojek maupun Grab dapat memberikan manfaat besar bagi masyarakat termasuk bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan ekonomi kreatif yang dimulai dari usaha-usaha kecil dibidang kuliner. Dalam penelitian ini layanan pesan antar makanan dari ojek online baik gojek maupun grab dapat meningkatkan penjualan produk dari pelaku Usaha yang ada di Kuliner Baiman Banjarmasin.

Fitur pesan antar makanan yang disediakan oleh perusahaan ojek *online Go Food* dan *Grab Food* antara lain, yaitu :

- 1) Fitur Nearby (Pencarian terdekat), yaitu fitur untuk mencari dan memesan makananan maupun minuman yang jaraknya dekat dengan konsumen ketika mengakses aplikasi ojek *online*.

- 2) Fitur Baru minggu ini, yaitu fitur untuk mengenalkan produk makanan maupun minuman dari UMKM yang baru bergabung sebagai mitra *go food* maupun *grab food*.
- 3) Fitur Promosi, yaitu fitur untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian dan meningkatkan penjualan produk dari UMKM. Fitur ini biasanya menawarkan promosi potongan harga makanan atau minuman untuk menarik minat beli konsumen.
- 4) Fitur Terlaris, yaitu fitur untuk menampilkan produk makanan dan minuman yang banyak terjual atau dibeli oleh konsumen di aplikasi ojek *online*. UMKM yang menjadi mitra ojek *online* akan mendapatkan rating terlaris dari aplikasi yang dinilai oleh konsumen yang pernah melakukan pembelian. Fitur ini dapat meningkatkan popularitas UMKM dan menu makanan atau minuman yang ditawarkan akan sering muncul di aplikasi atau tampilan awal.
- 5) Fitur promosi antar atau ongkos kirim, yaitu fitur untuk mengurangi atau memangkas biaya pengiriman makanan atau minuman yang dipesan oleh konsumen sesuai dengan promosi yang ditawarkan oleh pihak perusahaan ojek *online*. Promosi ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan penjualan makanan atau minuman dari UMKM.
- 6) Fitur Kolom pencarian makanan atau minuman, yaitu fitur untuk mencari berbagai macam makanan atau minuman yang ditawarkan oleh mitra ojek *online*. Fitur ini akan memberikan rekomendasi makanan atau minuman yang banyak dibeli atau diminati dan

mempermudah konsumen untuk mencari makanan atau minuman yang ingin dibeli. (Adi, 2020, hal. 27)

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa jasa ojek *online* dapat membantu pengantaran makanan atau minuman dari pelaku Usaha di Kulilner Baiman Banjarmasin dengan baik dan membantu meningkatkan penjualan produk. Hal ini sejalan dengan teori dari (Hanim, 2018, hal. 103) menjelaskan bahwa kehadiran atau keberadaan Ojek *Online* dikota besar maupun kota kecil dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk bepergian dari satu tempat ke tempat lain maupun untuk mengantarkan barang serta memesan makanan atau minuman. Oleh sebab itu, ojek *online* secara tidak langsung memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan produk makanan atau minuman dari para pelaku usaha atau UMKM sekitar yang telah menjadi kemitraan ojek *online*. Keuntungan bagi pelaku usaha atau UMKM yang menjadi mitra ojek *online* adalah penjualan meningkat, pendapatan meningkat, produk cepat dikenal oleh konsumen dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa jasa ojek *online* dapat memberikan manfaat atau keuntungan bagi pelaku usaha seperti produk yang dijual lebih dikenal atau populer, mempermudah konsumen dengan tarif yang terjangkau, menjangkau luas konsumen, memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. Hal ini sejalan dengan teori dari (CekAja, 2020) menjelaskan bahwa keuntungan yang didapatkan bagi pelaku usaha atau UMKM ketika menjadi mitra ojek *online* antara lain, yaitu :

- a) Meningkatkan popularitas UMKM, yaitu keuntungan menjadi mitra ojek *online* adalah UMKM dapat memperkuat citra merk suatu produk atau *branding* usaha atau bisnis agar dapat menarik minat beli konsumen. Produk makanan atau minuman yang mendapatkan nilai atau bintang yang baik akan selalu muncul dimenu rekomendasi dan akan menjadi produk yang populer atau sering dibeli oleh konsumen.
- b) Ongkos atau biaya antar makanan atau minuman lebih murah, yaitu fitur ongkos atau biaya antar pesanan lebih terjangkau dari pada menggunakan jasa ojek pangkalan dan pihak aplikasi ojek *online* juga memberikan kemudahan metode pembayaran serta memberikan promosi-promosi menarik yang menguntungkan konsumen.
- c) Mengjangkau konsumen lebih luas, yaitu akses dan jangkauan aplikasi yang luas diberbagai macam kota di Indonesia dan memiliki ratusan bahkan ribuan driver ojek online yang siap mengantarkan pesanan konsumen serta penggunaan aplikasi yang mudah, sehingga memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk membeli atau memesan produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh UMKM yang menjadi mitra ojek *online*.
- d) Memberikan kemudahan bagi konsumen atau pengguna, yaitu fitur yang disediakan dalam aplikasi ojek *online* akan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari restoran atau warung makan terdekat melalui GPS, terlaris, termurah, promosi menarik dan lainnya yang dapat membantu konsumen untuk mencari makanan atau minuman yang dibutuhkan.

- e) Kemudahan bagi UMKM dalam mempromosikan menu baru. Hal ini dikarenakan fitur-fitur yang disediakan oleh pihak aplikasi ojek *online* dapat menampilkan menu-menu baru dari mitra UMKM dan dapat menampilkan menu-menu andalan atau terlaris.
- f) UMKM tidak perlu memiliki kurir antar makanan sendiri. Hal ini dikarenakan pihak UMKM yang bermitra dengan pihak ojek *online* tentu sudah memiliki kurir antar makanan yang banyak dan luas diberbagai kota serta dapat di akses aplikasi kapan saja, sehingga pihak UMKM tinggal fokus melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas produk.
- g) Meningkatkan omzet penjualan. Hal ini dikarenakan sarana untuk melakukan promosi dan inovasi terhadap suatu terbuka lebar melalui aplikasi ojek *online* yang disediakan, sehingga UMKM mudah dalam menjual produk atau menu baru dan dapat meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.
- h) Membantu perkembangan UMKM dibidang kuliner, yaitu fitur yang disediakan oleh aplikasi ojek *online* dapat membantu UMKM untuk mempromosikan makanan atau minuman yang ingin dijual. UMKM tingkat rumah tangga atau usaha rumahan yang masih kecil juga bisa mendaftarkan usahanya sebagai mitra ojek *online* agar lebih mudah dalam memasarkan dan mengenalkan produknya dengan tujuan meningkatkan penjualan hingga mengembangkan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa pelaku usaha atau UMKM di Kuliner Baiman melakukan penjualan secara langsung maupun

tidak langsung melalui media sosial maupun jasa pengantar makanan. Hal ini sejalan dengan teori dari (Kotler, 2018, hal. 37) menjelaskan bahwa ada kegiatan atau aktivitas penjualan dapat dibedakan menjadi 2 (Dua) antara lain, yaitu :

- a. Penjualan langsung, yaitu kegiatan atau aktivitas penjualan yang dilakukan oleh pihak penjual atau produsen dalam menarik perhatian calon konsumen, menarik daya beli konsumen dan membujuk calon konsumen untuk melakukan tindakan pembelian secara langsung atau komunikasi tatap muka. Penjualan langsung dikawasan Kuliner Baiman Banjarmasin bisa dijaga atau dilakukan oleh pemilik usaha sendiri maupun anak buah atau karyawan.
- b. Penjualan tidak langsung, yaitu kegiatan atau aktivitas penjualan yang dilakukan oleh pihak penjual atau produsen dalam menarik perhatian calon konsumen, menarik daya beli konsumen dan membujuk calon konsumen untuk melakukan tindakan pembelian secara tidak langsung melalui berbagai macam media promosi seperti media sosial, televisi, radio, papan iklan, brosur, banner dan lainnya. Penjualan tidak langsung yang dapat meningkatkan penjualan adalah media sosial dan bekerjasama dengan pihak pengantar barang atau makanan. Penjualan tidak langsung yang dilakukan dalam penelitian ini menjual makanan atau minuman melalui media sosial dan aplikasi pengantar makanan online atau ojek *online*.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa berjualan atau membuka usaha dikawasan Kuliner Baiman Banjarmasin memiliki potensi

yang bagus karena letak yang strategis dipusat kota dan dipinggir jalan besar serta lahan parkir yang luas, sehingga banyak dilewati dan dikunjungi oleh orang. Hal ini sejalan dengan teori dari (Irawan, 2017, hal. 47) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan antara lain sebagai berikut.

- a. Kondisi dan kemampuan penjual, yaitu sebuah keadaan suatu tempat dalam wilayah pemasaran suatu produk barang dan jasa, dimana pelaku bisnis atau pihak penjual harus mampu meyakinkan konsumen atau pembeli untuk melakukan pembelian dan harus mampu menarik minat beli konsumen baru. Oleh sebab itu, pihak penjual harus memahami hal-hal penting yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen yang terdiri dari antara lain sebagai berikut.
  - 1) Jenis dan karakteristik produk barang dan jasa yang ditawarkan harus memiliki kualitas terbaik dan mampu memberikan manfaat atau memenuhi kebutuhan konsumen.
  - 2) Harga produk barang dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang diberikan dan harus kompetitif maupun terjangkau bagi konsumen.
  - 3) Syarat lain yang dapat mempengaruhi penjualan seperti metode pembayaran yang mudah atau praktis dan aman, fasilitas pengantaran yang bagus dan tepat waktu, pelayanan yang baik dan ramah, menawarkan garansi dan lainnya.
- b. Kondisi pasar, yaitu sebuah keadaan suatu tempat dalam wilayah pemasaran suatu produk barang dan jasa, dimana pelaku bisnis atau

pihak penjual harus mengamati peluang penjualan produk dan melihat pangsa pasar suatu produk agar dapat memenuhi kebutuhan pangsa pasar serta dapat mempengaruhi penjualan produk barang dan jasa. Adapun faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis atau pihak penjual dalam mengamati kondisi pasar antara lain, yaitu :

- 1) Pelaku bisnis atau pihak penjual harus mengamati jenis pasar sebelum menawarkan suatu produk barang dan jasa.
  - 2) Pelaku bisnis atau pihak penjual harus mengamati perilaku konsumen atau kelompok konsumen dan segmen pasar.
  - 3) Pelaku bisnis atau pihak penjual harus mengamati daya beli masyarakat atau konsumen terhadap produk barang dan jasa yang akan ditawarkan.
  - 4) Pelaku bisnis atau pihak penjual harus mengamati frekuensi penjualan disuatu pasar dalam hitungan perhari maupun perbulan.
  - 5) Pelaku bisnis atau pihak penjual harus mengamati keinginan dan kebutuhan pasar atau konsumen agar diterima pasar dan mempermudah penjualan produk barang dan jasa. (Irawan, 2017, hal. 47)
- c. Modal, yaitu dana berupa uang maupun fasilitas atau saran prasarana yang dapat membantu kegiatan penjualan. Dana berupa uang dapat digunakan untuk membuat promosi-promosi yang menarik agar mendapatkan perhatian dari konsumen dan mudah dalam mengenalkan produk kepasar serta dapat meningkatkan penjualan. Sedangkan modal berupa fasilitas atau saran prasarana dapat



memberikan kenyamanan maupun kepuasan bagi konsumen seperti adanya sarana transportasi yang disediakan untuk mempermudah pengantaran, ruangan atau tempat penjualan yang bersih, gudang yang baik dan fasilitas lainnya.

- d. Kondisi organisasi perusahaan, yaitu dalam sebuah organisasi perusahaan besar harus ada bagian khusus untuk mengelola pemasaran atau penjualan produk yang dikelola dan dipegang oleh karyawan atau orang ahli pada bidang pemasaran. Sedangkan dalam usaha kecil kondisi suatu usaha ketika menghadapi masalah atau kendala akan dihadapi oleh pemilik langsung.
- e. Faktor lain seperti promosi atau iklan, presentasi atau peragaan suatu produk, pemberian hadiah atau penghargaan bagi pelanggan tetap dan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. (Tour, 2018, hal. 5)

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa jasa ojek *online* dalam pengantaran makanan dan liputan atau penilaian dari *food blogger* dapat membantu meningkatkan penjualan bagi pelaku Usaha dikawasan Kuliner Baiman Banjarmasin. Hal ini karena produk yang dijual semakin dikenal oleh masyarakat atau konsumen melalui ulasan tulisan, gambar dan video yang dibuat oleh *food blogger* atau *selebgram*. Sedangkan ojek *online* dapat mempermudah konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh UMKM dikawasan Kuliner Baiman Banjarmasin, membantu memperluas pangsa pasar, menambah jumlah konsumen baru dan membantu meningkatkan jumlah penjualan. Jadi, adanya liputan atau

penilaian dari *food blogger* dan kerjasama dengan ojek *online* dapat meningkatkan volumen penjualan. Hal ini sejalan dengan teori dari (Sula, 2016, hal. 31) menjelaskan bahwa tingkat atau volume penjualan ialah sebuah ukuran seorang pelaku bisnis dalam menawarkan maupun memasarkan suatu produk barang dan jasa serta sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang telah dilakukan. Semakin tinggi tingkat penjualan suatu produk barang dan jasa akan menggambarkan kualitas produk yang bagus dan produk disukai oleh konsumen. Sebaliknya, tingkat penjualan produk barang dan jasa yang rendah akan menggambarkan minat konsumen yang kurang dan produk sulit diterima dipasar serta produk yang ditawarkan tidak dapat meyakinkan konsumen. Ukuran penjualan meningkat atau tidak dapat dilihat dari respon konsumen terhadap suatu produk seperti permintaan produk meningkat dan bertambahnya konsumen baru.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat penjualan pelaku Usaha dikawasan Kuliner Banjarmasin meningkat setelah adanya liputan atau penilaian dari *food blogger* dan mendaftarkan usahanya di aplikasi ojek *online*. Hasil penjualan produk secara langsung atau sebelum dinilai atau diliput oleh *food blogger* dan sebelum terdaftar di aplikasi ojek *online* sekitar 10-15 porsi perhari. Setelah adanya liputan dari *food blogger* dan usaha telah terdaftar di aplikasi ojek *online* penjualan produk meningkat menjadi 25-30 porsi perhari bahkan lebih. Hal ini sejalan dengan teori dari (Assauri, 2012, hal. 41) menjelaskan bahwa tingkat penjualan meningkat atau tidak dapat dilihat dan di ukur menggunakan

volume fisik dan volume rupiah atau pendapatan. Pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan melihat jumlah unit produk yang terjual kepada konsumen atau terjual dipasar. Sedangkan pengukuran penjualan dari volume rupiah dapat dilakukan dengan melihat dari nilai produk yang terjual (omzet penjualan) dalam satu periode tertentu. Selain itu, tingkat penjualan dapat diukur dari permintaan konsumen atau pangsa pasar terhadap suatu produk barang dan jasa. Selain itu, pengukuran yang paling banyak digunakan adalah banyaknya jumlah barang yang dijual dalam waktu tertentu mulai dari perhari, perbulan hingga pertahun.