

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Semakin banyaknya jumlah penduduk dan semakin meningkatnya laju pertumbuhan ekonomi maka akan berdampak pula dengan semakin banyak konsumsi masyarakat. Salah satu konsumsi masyarakat yang paling sering dibutuhkan adalah pangan yang mana merupakan kebutuhan dasar manusia. Pangan menjadi salah satu ide bisnis yang tidak kalah bersaing bagi pengusaha dibagian kuliner terutama Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Ada berbagai macam jenis usaha dibagian pangan seperti makanan berat, makanan siap saji, makanan ringan dan berbagai minuman dengan aneka rasa. Dunia pemasaran saat ini semakin berkembang dan berubah, tidak hanya mengandalkan konsep pemasaran tradisional tapi juga konsep pemasaran modern. Bertambahnya jumlah pesaing, teknologi yang semakin canggih dan meningkatnya pengetahuan tentang pemasaran menjadi beberapa faktor yang membuat pelaku bisnis semakin terpacu untuk melakukan inovasi pengembangan strategi untuk memenuhi kebutuhan seperti yang diharapkan konsumen. Pelaku bisnis dituntut harus mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan mampu menciptakan ide-ide kreatif agar mampu bersaing di pasar dan bisa menarik perhatian konsumen, sehingga apa yang diinginkan konsumen terpenuhi sesuai dengan keinginan konsumen.

Teknologi dan perkembangan internet di zaman sekarang semakin berkembang pesat, internet semakin mudah diakses dimana saja dan kapan saja di seruluh dunia untuk memudahkan mencari informasi. Kemajuan teknologi ini membuat peningkatan terhadap produktivitas industri kreatif dimana berkaitan juga dengan internet. *Smartphone* sendiri menjadi salah satu media yang mendukung produktivitas industri kreatif ini, ditahun 2019 menurut situs newzoo.com Indonesia meraih peringkat keenam untuk negara dengan konsumen *smartphone* terbesar di dunia. Ada 73 juta orang pemakai *smartphone* dengan jumlah penduduk Indonesia sendiri adalah 260 juta orang (Herdyanto, 2021). Dari data lapangan yang diambil selama periode maret hingga 14 april 2019 menurut Sekjen Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari total populasi penduduk Indonesia yang sebanyak 264 juta jiwa, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet (Pratomo, 2021). Peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan setiap tahunnya itu diharapkan mampu memberi dampak positif ke berbagai kegiatan produktif yang akan meningkatkan ekonomi terutama industri kreatif termasuk ekonomi digital yang seperti pemasaran produk secara *online* melalui internet, baik berbentuk aplikasi dari suatu perusahaan maupun *e-commerce*.

Aplikasi transportasi *online* sudah banyak dikenal dan bahkan tidak jarang digunakan oleh masyarakat yang tidak memiliki kendaraan maupun rumahnya jauh dari jangkauan kendaraan umum. Hasil survei Alvara Research menyebutkan bahwa dari 1.204 responden ada 32 persen responden yang tergolong "*heavy users*" yakni menggunakan aplikasi transportasi lebih dari satu kali dalam seminggu, 35,3

persen responden berada dikategori “*medium users*” yakni menggunakan satu atau dua kali dalam seminggu, dan sisanya 32,7 persen responden termasuk “*light users*” yakni hanya pernah menggunakan sebulan sekali atau kurang. Aplikasi transportasi *online* inipun juga menawarkan jasa pesan antar makanan yang dimana hasil surveinya 25,6 persen responden merupakan “*heavy users*”. 42,3 persen termasuk “*medium users*” dan 32,1 persen termasuk “*light users*” yang artinya minat masyarakat dalam menggunakan layanan jasa pesan antar makanan cukup tinggi dan dari 1.204 responden, sebanyak 32,9 persen *heavy users* adalah perempuan dengan rentang usia 17-24 tahun yang berarti kebanyakan pengguna adalah mahasiswa (Movanita, 2021).

Diantara banyaknya aplikasi transportasi *online* yang ada di Indonesia, Grab menjadi salah satu perusahaan dengan pengguna terbanyak dengan 144 juta jumlah unduh aplikasi, perusahaan asal Singapura yang mulai berdiri pada Juni 2012 dan mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2014 ini mempunyai banyak layanan yang ditawarkan selain jasa antar menggunakan motor (GrabBike) atau mobil (GrabCar), salah satu yang paling banyak digunakan yaitu layanan jasa pesan antar makanan atau GrabFood. Layanan GrabFood memudahkan konsumen untuk membeli makanan tanpa perlu keluar rumah dan mengantre karena pesanan akan dibelikan dan diantar kerumah oleh *driver* sendiri, GrabFood sendiri dikenal dengan penawaran harga yang menarik dan diskon sehingga menarik perhatian konsumen. Jasa pesan antar makanan yang ditawarkan oleh Grab ini semakin meningkat dari 13 kota pada Januari 2018 menjadi 178 kota per Maret 2019 (Setyowati, 2021).

Berdasarkan hasil dari penelitian Riset *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) dan Tenggara Strategic 2018, mitra *merchant* yang bergabung dengan GrabFood rata-rata mengalami peningkatan penjualan sebesar 25% dengan rata-rata pendapatan sebesar sebelas juta per bulan (Susanto D., 2021). Hal ini menjadi kabar gembira dan pandangan positif untuk pelaku usaha khususnya rumah makan biasa atau pedagang kaki lima untuk menyediakan layanan jasa antar pesanan tanpa harus menyediakan alat transportasi juga tambahan karyawan untuk mengantarnya karena dengan adanya jasa GrabFood ini jadi memudahkan para pelaku usaha, membantu memperluas pangsa pasar dan juga membantu menaikkan omset. Kemudahan dari layanan jasa ini sangat terasa bagi pengguna juga dan kemudahan merupakan salah satu maqshad dari syariat Islam. Dapat diketahui bahwa didalam fitur GrabFood sendiri terdapat transaksi jual beli antara konsumen, *driver* Grab dan Toko Makanan dimana jual beli merupakan salah satu jenis yang ada pada ruang lingkup muamalah yang telah diatur didalam Islam. Jual beli adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara tertentu. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah/2:275, yaitu:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S al-Baqarah/2:275).

Dalam ayat tersebut jelas mengatakan bahwa hukum jual beli halal dan Allah SWT mengharamkan yang terdapat riba didalamnya. Didalam kaidah fiqh muamalah pun dijelaskan bahwa hukum asal dari segala bentuk muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang menunjukkan atas pengharamannya. Maka

berdasarkan kaidah fiqih tersebut, para fuqaha telah menjelaskan bahwa saat bermuamalah baik jual beli ataupun sewa menyewa maupun yang semisalnya jika tidak ada petunjuk atau dalil yang menunjukkan atas adanya perkara yang haram didalam suatu akad wajib ditetapkan sebagaimana hukum asalnya yaitu boleh atau mubah (Safitri, 2021, hal. 47). Namun keadaan dunia saat ini mengalami perubahan besar akibat tersebarnya *Corona Virus Disease 2019* atau yang lebih dikenal dengan COVID-19 pada penghujung tahun 2019 yang bermula di Wuhan, China. Virus dengan cepat menyebar dan hampir seluruh negara terkena dampak dari virus ini dan mengancam berbagai macam sektor disebabkan kebijakan pembatasan-pembatasan kegiatan sehari-hari, tak terkecuali dari sektor perekonomian. Indonesia sendiri masuk ke dalam negara yang terjangkit virus corona pada 2 Maret 2020 dengan pernyataan resmi dari Presiden Joko Widodo yaitu terdapat dua warga yang berasal dari kota Depok, Jawa Barat yang positif mengidap COVID-19. Sejak 11 Maret 2020, *World Health Organization* (WHO) telah resmi mengumumkan virus corona sebagai pandemi dunia. Pernyataan pandemi ini didasarkan atas tingkat penyebaran wabah yang sudah tidak terkendali ke penjuru negara di dunia. Pandemi sendiri diumumkan tidak hanya sebagai peringatan atas kesiapsiagaan terhadap kebutuhan medis, namun juga kesiapsiagaan berbagai aspek yang akan terpengaruh oleh virus corona. Dampak dari COVID-19 ini berpengaruh terhadap beberapa sektor di Indonesia diantaranya yaitu sektor kesehatan, sektor ekonomi, sektor Pendidikan dan masih banyak lagi. Dalam penelitian ini, akan membahas secara khusus pada sektor ekonomi.

Salah satu pelaku usaha yang terdampak dari pandemi COVID-19 yang juga sudah menggunakan jasa GrabFood pada penjualannya yaitu usaha Kebab. Di kota Banjarmasin Kalimantan Selatan banyak pelaku usaha yang ikut terdampak dimasa pandemi ini yang mana usahanya tidak berjalan menguntungkan sebagaimana mestinya pada saat kondisi normal atau tidak pada masa pandemi. Usaha kebab di kota Banjarmasin sering kali dijumpai diberbagai tempat seperti didepan ruko-ruko, disekitaran Universitas-Universitas, sekolah-sekolah serta didepan rumah pelaku usaha itu sendiri. Kebab merupakan jajanan kuliner yang banyak diminati oleh berbagai kalangan usia karena rasanya yang enak dan harga yang terjangkau. Namun dimasa pandemi ini terdapat perubahan pada pendapatan penjualan dari semestinya. Biasanya sebelum pandemi orang-orang biasanya berdatangan memesan/membeli kebab secara langsung ketempat penjualannya dan juga menikmatinya secara langsung dikedainya tersebut. Namun pada saat pandemi, karena Pemerintah menganjurkan untuk mematuhi protokol kesehatan demi mencegah penyebaran virus COVID-19, maka dari itu masyarakat dibatasi atau bahkan tidak diperbolehkan berkerumun ditempat keramaian salah satunya seperti makan ditempat serta berlama-lama ditempat tersebut. Oleh karena itu banyak pedagang khususnya pedagang kebab yang mengalami penurunan penjualan dimasa pandemi saat ini. Hal itu membuat pelaku usaha memikirkan cara untuk tetap bisa bertahan dalam kondisi pandemi saat ini dalam berwirausaha dengan menggunakan cara layanan jasa online seperti GrabFood, GoFood dan jasa online lainnya.

Di Banjarmasin terdapat pelaku usaha Kebab yang berdiri sejak 2017 dan mulai mendaftarkan pada salah satu jasa yang ditawarkan perusahaan Grab ini pada awal tahun 2018 yaitu Dapoer Kebab Gibran yang beralamatkan di jalan Sungai Andai, Komplek Andai Jaya Persada di Kota Banjarmasin ini menjual menu utama Kebab dan juga beberapa makanan lain sebagai menu tambahan. Tahun pertama awal memulai usaha ini, Dapoer Kebab Gibran mendapat omset penjualan dengan kisaran diatas 20 juta perbulannya. Pada tahun kedua menjalani usaha Dapoer Kebab Gibran mulai mendaftarkan usahanya pada GrabFood dan mengalami kenaikan omset perbulannya sebanyak 10% - 20% hal ini dikarenakan GrabFood sendiri menjadi sarana untuk memudahkan konsumen untuk membeli makanan tanpa keluar dari rumah. Namun sejak pandemi COVID-19 memasuki Indonesia ditambah dengan berbagai kebijakan masif dari pemerintah seperti pembatasan-pembatasan aktivitas di luar rumah yang dilakukan oleh setiap orang, mensterilkan tempat-tempat berkumpulnya banyak orang seperti taman, tempat wisata, mengganti kegiatan belajar mengajar di sekolah dari tatap muka menjadi daring dan melarang warga berkerumun. Kebijakan ini mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak, membatasi interaksi dengan sesama dan tetap berada dirumah. Dengan kebijakan untuk menjaga jarak ini diharapkan masyarakat terhindar dan memutus rantai penyebaran COVID-19. Namun pada kebijakan ini memberi dampak negatif pada pelaku usaha diantaranya menurunnya daya beli masyarakat dan menurunnya pendistribusian bahan.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS TINGKAT PENJUALAN DAPOER KEBAB GIBRAN SEBELUM DAN SAAT MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA GRABFOOD ”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana analisis tingkat penjualan Dapoer Kebab Gibran sebelum dan saat masa pandemi COVID-19 dengan menggunakan layanan jasa GrabFood?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat usaha Dapoer Kebab Gibran sebelum dan saat masa pandemi COVID-19 dengan menggunakan layanan jasa GrabFood?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui analisis tingkat penjualan Dapoer Kebab Gibran sebelum dan saat masa pandemi COVID-19 dengan menggunakan layanan jasa GrabFood.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Dapoer Kebab Gibran sebelum dan saat masa pandemi COVID-19 dengan menggunakan layanan jasa GrabFood.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi bagi perusahaan/pelaku usaha untuk mengetahui dampak dari pandemi COVID-19 dengan layanan jasa GrabFood terhadap suatu usaha.
2. Dengan penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat diperoleh suatu manfaat dan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk memahami secara jelas serta menghindari pemahaman yang tidak terdapat judul skripsi ini, maka penulis akan memberikan pengertian terhadap beberapa kata yang dianggap penting untuk diketahui, yakni sebagai berikut :

1. Analisis menurut Handoko adalah mengumpulkan, mengevaluasi dan mengorganisir informasi tentang suatu pekerjaan-pekerjaan (Handoko, 2000, hal. 24). Analisis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah analisis pada tingkat penjualan.
2. Tingkat penjualan menurut Basu Swastha dan Irawan adalah jumlah yang diberikan oleh pengguna industri melalui distributor. Dijelaskan pula bahwa tingkat penjualan bersih perusahaan diperoleh dari penjualan seluruh produk selama periode waktu tertentu, serta hasil penjualan yang berasal dari pangsa pasar, yang merupakan penjualan potensial yang terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok lain pembeli selama periode yang sama. (Swastha & Irawan, 2005, hal. 241). Tingkat penjualan yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat penjualan Dapoer Kebab Gibran sebelum dan saat masa pandemi COVID-19.

3. Layanan atau jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produknya bisa berkaitan dengan produk fisik ataupun tidak (Susanto & Kotler, 1999, hal. 486). Dalam penelitian ini layanan jasa yang dimaksud adalah GrabFood.
4. Pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah wabah yang berjangkit serempak dimana-mana, meliputi daerah geografi yang luas. (KBBI Daring, 2016). COVID-19 atau *Corona Virus Disease 2019* merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 yang berawal dari Wuhan, China diakhir tahun 2019 dan mulai menyebar keberbagai penjuru dunia (Putri, 2020, hal. 705).
5. Dapoer Kebab Gibran merupakan usaha yang akan diteliti bagaimana tingkat penjualannya sebelum dan saat masa pandemi COVID-19, penelitian ini berlokasi di Jalan Sungai Andai, Komplek Andai Jaya Persada Kota Banjarmasin.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Untuk menghindari kesalahpahaman dan untuk memperjelas masalah yang akan penulis teliti, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian yang dimaksud yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Kadir Yanto Tahun 2021 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu tentang “Dampak Grab-Food Terhadap UMKM Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat pendapatan pelaku UMKM mengalami kenaikan dalam penjualan setelah bergabung dengan GrabFood. Persamaannya dengan penelitian yang diteliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan membahas tentang fenomena penjualan kebab. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti sebelumnya berfokus pada penjualan UMKM segala produk sesuai dengan keinginan pelanggan sedangkan penelitian saat ini lebih berfokus pada salah satu UMKM dibidang usaha kuliner kebab yaitu Dapoer Kebab Gibran.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Hayatul Hana Tahun 2019 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram tentang “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan GrabFood Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Warung Makan di Kota Mataram)”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa diantara 30 orang informan yang merupakan pelaku usaha mitra GrabFood, 21 diantaranya mengungkapkan bahwa mereka cukup puas dan mendapatkan hasil penjualan yang cukup banyak setelah bermitra dengan GrabFood, karena volume penjualan mereka meningkat dengan presentase diatas 30% perhari. Persamaannya dengan penelitian

yang diteliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan serta faktor pendukung dan penghambat dalam menggunakan GrabFood. Sedangkan penulis memilih objek yang diteliti yaitu tingkat penjualan sebelum dan saat masa pandemi COVID-19 dan faktor pendukung dan penghambat dalam usaha Dapoer Kebab Gibran.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Fitoni Mahmuddin Tahun 2020 Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tentang “Dampak Pandemi Terhadap Usaha Mikro Partner Grab-Food Di Kelurahan Ketintang Surabaya”. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jumlah pembeli yang berkurang drastis dimana ini tentu mempengaruhi pendapatan pedagang yang menurun bahkan untuk beberapa pelaku usaha yang mengalami masalah serius pun harus melakukan penutupan usaha akibat dari sepi pembeli dan juga pengaruh dari kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Persamaan dengan penelitian yang diteliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini hanya berfokus pada dampak yang terjadi saat masa pandemi COVID-19, sedangkan penelitian yang akan penulis bahas yaitu perbedaan sebelum dan saat masa pandemi COVID-19.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mengetahui secara umum dari pembahasan ini, maka penulis terlebih dahulu mengemukakan sistematika pembahasan yang termuat tiap-tiap bab sebagai berikut:

BAB I berisi pendahuluan yang meliputi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Pembahasan.

BAB II berisi teori penjualan dan pandemi COVID-19 yang meliputi pembahasan tentang: Konsep Penjualan, Pandemi COVID-19 dan GrabFood.

BAB III merupakan metode penelitian bab ini berisikan tentang bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan sesuai operasional yaitu terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Data dan Sumber Data Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Teknis Pengolahan dan Analisis Data.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang terdiri dari Gambaran Umum Lokasi Penelitian, serta Penyajian Data dan Analisis Data.

Bab V merupakan penutup yang berisikan tentang hasil dari permasalahan dan isi secara keseluruhan yang dimuat dalam simpulan disertai dengan saran oleh peneliti.