

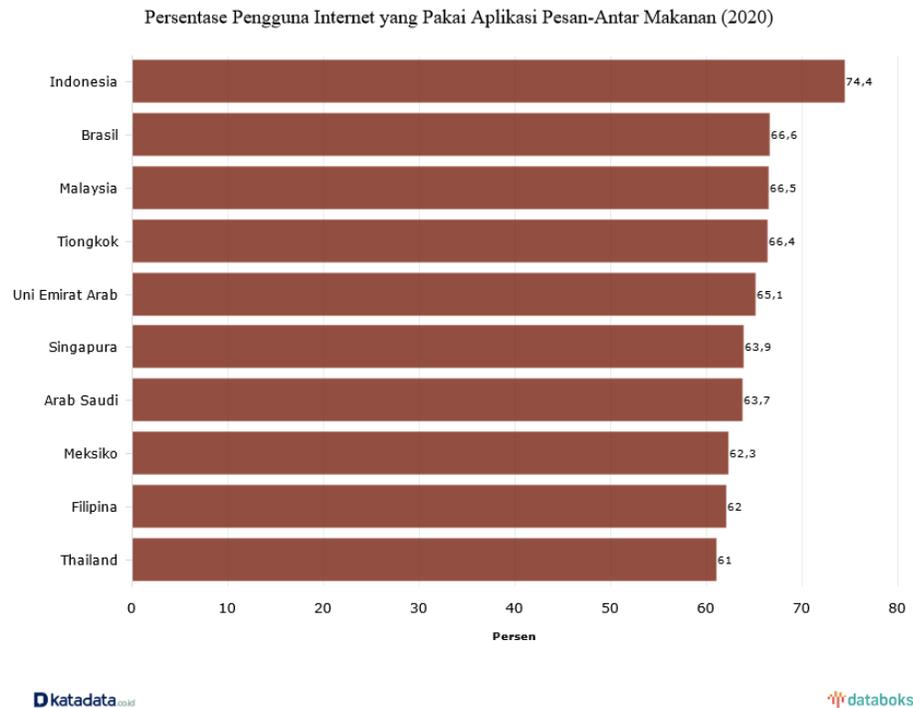
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, serta bagaimana mereka mengalokasikan waktu yang dimiliki (Supranto dan Limakrisna, 2011:25). Konsumen memiliki anggapan bahwa gaya hidup merupakan hal yang sangat diprioritaskan. Gaya hidup mencakup aktivitas, minat, dan opini (Kotler dan Keller, 2009). Perkembangan dunia bisnis yang semakin dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman untuk memenuhi segala kebutuhannya (Adi, 2013). Begitu pula dengan peran layanan pesan antar makanan secara *online*.

Layanan *Online Food Delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara *daring* yang menghubungkan restoran dengan konsumen.



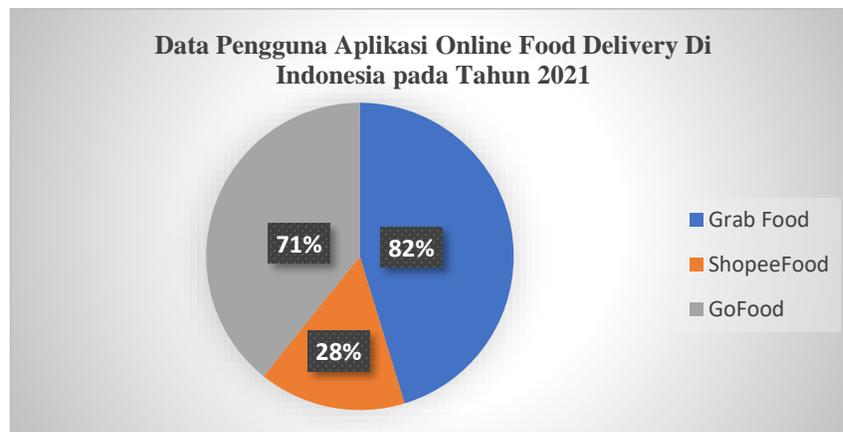
Gambar 1. 1.1 Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan Tertinggi Di Dunia

Sumber : Kata Data

Menurut hasil survei dari We Are Social mencatat sebanyak 74,4% pengguna internet di Indonesia menggunakan aplikasi pesan-antar makanan dalam satu bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia. Brasil menyusul di urutan kedua dengan 66,6% pengguna internet yang memakai aplikasi pesan-antar makanan dalam satu bulan terakhir. Setelahnya ada Malaysia, Tiongkok, dan Uni Emirat Arab yang masing-masing sebesar 66,5%, 66,4%, dan 65,1%.

Go Food, Grab Food, dan Shopee food yang kini menjadi sangat berkembang di Indonesia bahkan di Asia hingga menjadi pilihan bagi Masyarakat untuk memesan makanan di berbagai macam variasi restoran yang mereka inginkan. Jika dulu

masyarakat harus lebih sering melakukan transaksi secara tatap muka termasuk membeli makanan, maka kini semuanya hanya dapat dilakukan dengan bersantai tenaga, serta memberi kepraktisan saat ingin membeli makanan atau minuman. Meningkatnya pertumbuhan jumlah bisnis kuliner di Indonesia membuat para pemilik bisnis kuliner terus melakukan inovasi dalam bisnisnya agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat.



Gambar 1. 2 Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan Tertinggi di Indonesia

Sumber : medcom.id

Berdasarkan hasil riset dari Medcom.id, GrabFood saat ini mendominasi pangsa pengguna layanan pesan-antar makanan *online* di Indonesia dengan perolehan 82%. Sedangkan GoFood memiliki persentase 71% dan ShopeeFood memiliki persentase 28%. Keunggulan GrabFood antara lain ditopang oleh kerja sama dengan gerai-gerai besar, hingga penetrasi pengguna aplikasi Grab yang sudah melekat di masyarakat. Sementara GoFood masih unggul dalam hal jumlah mitra restoran yang bekerja sama.

Layanan GrabFood yang pertama kali diluncurkan pada 2016 kini telah berkembang hingga ke enam negara: Indonesia, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Di Indonesia, Grabfood telah hadir di 178 kota. Tahun 2018, volume pengirimannya telah tumbuh hampir 10 kali lipat dalam periode Desember 2017-Desember 2018, dan jumlah merchant tumbuh delapan kali lipat. Pertumbuhan GrabFood yang begitu cepat tentunya menarik minat para pelaku usaha kuliner untuk bergabung. Termasuk di Kabupaten Majalengka yang dikenal memiliki potensi industri kuliner yang cukup besar.

Berikut ini merupakan data usaha kuliner di Kabupaten Majalengka tahun 2019-2021.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Usaha Kuliner di Kabupaten Majalengka 2019-2021**

Jenis Usaha	2019	Kenaikan	2020	kenaikan	2021
Restoran	17	14.3%	20	18.7%	30
Rumah Makan	127	15.7%	148	16.8%	155
Restoran Waralaba	14	18.18%	17	23.08%	20
Kafe	70	11.1%	76	8.57%	88
Jasa Boga	42	14.3%	49	20%	60
Pujasera	7	33.3%	10	25%	16
<b>Total</b>	<b>277</b>		<b>320</b>		<b>369</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Majalengka

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa industri kuliner di Kabupaten Majalengka selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa usaha kuliner di Kabupaten Majalengka mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, namun salah satu usaha kuliner yang paling

banyak diantara usaha kuliner yang lainnya yaitu usaha *coffee shop* sebanyak 88. Hal tersebut dikarenakan bisnis *coffee shop* termasuk bisnis yang menjanjikan dan dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu panjang, karena tingginya minat masyarakat khususnya remaja yang cenderung menyukai hangout atau nongkong di *coffee shop*.

Jumlah pelaku usaha yang melakukan pemasaran dengan cara memanfaatkan *Online Food Delivery* di Kecamatan Majalengka berjumlah lebih dari 100 pelaku usaha kuliner yang telah terdaftar dalam aplikasi Grab Food. Perilaku masyarakat dalam membeli makanan dan minuman melalui *Online Food Delivery* inilah yang dilirik sebagian besar pelaku usaha sebagai salah satu ladang bisnis yang menjanjikan. Dengan banyaknya pelaku usaha kuliner yang memanfaatkan peluang bisnis *coffee shop* menyebabkan persaingan antara bisnis *coffee shop* juga meningkat.

Menurut Leggat (2007) melakukan penelitian tentang perilaku menunggu pelanggan di *coffee shop*. Hasil penelitiannya menunjukkan waktu tunggu yang dianggap wajar untuk menerima pesanan kopi dan makanan adalah sekitar 10-15 menit. Ini adalah batas toleransi pelanggan terhadap lamanya waktu menunggu pesanan di *coffee shop*. Apabila waktu tunggu melebihi 15 menit, tingkat ketidakpuasan pelanggan akan semakin tinggi.

Kafe Duahiji sebagai salah satu *coffee shop* di Majalengka perlu memperhatikan prinsip *perceived waiting time* ini agar dapat memberikan pengalaman positif kepada pelanggannya. Apabila waktu tunggu untuk

mendapatkan tempat duduk dan pesanan makanan terlalu lama, hal ini bisa berdampak pada berkurangnya minat pelanggan untuk datang lagi ke Kafe Duahiji. Akibatnya, traffic pengunjung Kafe Duahiji menurun yang pada akhirnya mengakibatkan penurunan volume penjualan.

Kafe Duahiji merupakan salah satu kafe di Kecamatan Majalengka yang berdiri sejak 2019. Kafe Duahiji merupakan salah satu coffee shop yang menyediakan beragam minuman, *coffee, manual brew, mocktail, noncoffee*, makanan berat, makanan ringan, makanan penutup. Dalam aktivitas sehari-harinya, Kafe Duahiji buka setiap hari dari pukul 8 pagi hingga 10 malam. Selain mengandalkan pemasaran konvensional, pihak kafe juga bermitra dengan platform layanan antar makanan *online* GrabFood sejak 2020. Persaingan yang semakin kompetitif, membuat *coffee shop* Duahiji berusaha untuk merebut atau menguasai posisi pangsa pasar melalui berbagai inovasi yang disajikan dalam bentuk layanan yang ditawarkan berupa layanan *Online Food Delivery* khususnya GrabFood agar dapat meningkatkan volume penjualan.

**Tabel 1. 2**

**Penjualan Coffee shop Duahiji 2023**

No.	Bulan	Dalam Rupiah	
		Penjualan	Target
1	Januari	28.382.000	30.000.000
2	Februari	27.925.000	30.000.000
3	Maret	27.742.000	30.000.000
4	April	28.246.000	30.000.000
5	Mei	27.558.000	30.000.000
6	Juni	27.368.000	30.000.000
7	Juli	27.122.000	30.000.000

8	Agustus	26.840.000	30.000.000
---	---------	------------	------------

Sumber : *Coffee shop* Duahiji

Terjadinya penurunan penjualan pada setiap bulannya pada Data tabel 1.4 bahwa data penjualan *Coffee shop* Duahiji belum sepenuhnya memaksimalkan saluran distribusi dalam penjualan. Kondisi ini dipicu oleh tidak tercapainya target volume penjualan yang ditetapkan manajemen *Coffee shop* Duahiji sebelumnya. Akibat tidak tercapainya target volume penjualan, *Coffee shop* Duahiji juga gagal meraih target penjualan bulanan yang sudah ditetapkan.

Berdasarkan tabel diatas didapatkan permasalahan pada volume penjualan, yaitu pada indikator sebagai berikut:

1) Mencapai Volume Penjualan

Volume penjualan tidak mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya. Baik itu penjualan pada menu andalan seperti kopi dan makanan ringan, maupun menu pendamping lainnya seperti *mocktail* dan makanan penutup semuanya memiliki gap antara realisasi penjualan dengan target penjualan yang ingin dicapai.

2) Pendapatan Laba Tertentu

Dengan tren penurunan penjualan yang terjadi dalam kurun waktu 8 bulan belakangan, dipastikan angka pendapatan *Coffee shop* Duahiji ikut mengalami penurunan seiring berkurangnya jumlah produk yang terjual. Dampaknya, target perolehan penjualan yang ditetapkan dapat

dipastikan tidak akan tercapai dan potensi mengalami pergeseran hasil penjualan.

Penyebab permasalahan pada volume penjualan diatas disebabkan oleh saluran distribusi yang belum optimal, rinciannya sebagai berikut :

1) Keragaman Produk

keragaman menu makanan dan minuman belum didaftarkan sepenuhnya pada platform Grabfood. Dengan perkembangan teknologi yang berkembang pesat memberikan peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan penjualan melalui kanal *daring* agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen tanpa terbatas jarak. namun, kesempatan ini belum dimanfaatkan *Coffee shop* Duahiji secara optimal.

2) Waktu Tunggu dan Waktu Pengiriman

Karena *Coffee shop* Duahiji memprioritaskan konsumen offline. *Coffee shop* Duahiji dibandingkan outlet offline-nya. Rata-rata makan waktu lebih lama agar pesanan *daring* sampai ke konsumen, sedang offline cukup 10-15 menit saja. Kondisi ini menunjukkan pihak *Coffee shop* masih sangat mengutamakan konsumen langsung dibanding *daring*.

Berdasarkan pemaparan tersebut diatas, peneliti merasa tertarik melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka**"

## **1.2 Perumusan Masalah**

- 1) Bagaimana gambaran umum usaha Kafe Duahiji di Kecamatan Majalengka?
- 2) Bagaimana pelaksanaan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka?
- 3) Seberapa besar pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka?
- 4) Hambatan & Upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui gambaran umum UMKM di Kecamatan Majalengka.
- 2) Untuk mengetahui pelaksanaan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka.
- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka.
- 4) Untuk mengetahui Hambatan & Upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada Kafe Duahiji Di Kecamatan Majalengka.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini berpotensi untuk memberikan sumbangan ilmiah bagi perkembangan ilmu administrasi bisnis serta memberikan pemahaman dan wawasan yang mendalam kepada mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Pasundan. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan efisiensi serta memberikan kontribusi yang positif dalam pengambilan keputusan, perencanaan serta pengendalian.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

#### **1. Bagi Pengguna**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan mengenai fenomena saluran distribusi untuk meningkatkan volume penjualan pada Kafe di Kecamatan Majalengka. Sehingga UMKM di wilayah tersebut untuk memahami cara mengintegrasikan teknologi digital dalam operasi mereka dapat memanfaatkan dengan sebaik-baiknya dan mengoptimalkan penjualan yang diperoleh dari *Online Food Delivery* (GrabFood).

#### **2. Bagi Pembaca**

Dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca bahwa penggunaan saluran distribusi yang diperankan oleh *Online Food Delivery* (GrabFood) akan berdampak pada volume penjualan UMKM di Kecamatan Majalengka. Dengan demikian, diharapkan pembaca dapat memanfaatkan kemajuan teknologi digital dengan sebaik-baiknya.

## **1.5 Lokasi dan lamanya penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Majalengka yang berada kawasan ramai penduduk di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat.

### **1.5.2 Lama Penelitian**

Penelitian ini diperkirakan akan berlangsung selama 6 bulan. Dimulai dari pertengahan bulan November 2023 sampai dengan bulan Maret 2024. Adapun jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan dan akan dijelaskan pada tabel sebagai berikut

