

Implementasi Layanan *Food Delivery* bagi Penjualan UMKM Makanan dan Minuman di Kota Parepare

Riza Amalia Rifani ^{1✉}

Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada Parepare

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa sebelum adanya layanan pesan-antar makanan secara *online*, para pengusaha kuliner dihadapkan pada permasalahan yaitu kesulitan menjangkau konsumen yang jauh dari tempat usaha, media mempromosikan dan memasarkan produk dan sulitnya mendapatkan pangsa pasar untuk meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mendeskripsikan dampak penggunaan jasa *Online Food Delivery* bagi penjualan usaha UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menganalisis dan menginterpretasikan yang diteliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian dalam lapangan menunjukkan bahwa pertama, kemudahan dalam penjualan produk yang ditampilkan dalam aplikasi sehingga membantu komunikasi antara penjual dan pembeli dan pembeli dapat menentukan pilihan yang diinginkan sebelum memesan, kedua, omzet yang dicapai yang tadinya bergantung pada penjualan offline, kini bertambah dari penjualan *online* dan ketiga kendala yang dihadapi UMKM dalam menggunakan layanan OFD adalah Produk sejenis dari pesaing yang ditampilkan dalam aplikasi yang membuat pelaku UMKM kurang mampu untuk memikat calon pelanggan.

Kata Kunci: *Food delivery*, Usaha Kuliner, Penjualan.

Copyright (c) 2022 Riza Amalia Rifani

✉ Corresponding author :

Email Address : rizaamalia@amsir.ac.id

PENDAHULUAN

Era pemanfaatan teknologi dan internet saat ini merupakan kondisi dimana kegiatan masyarakat berubah drastis, apalagi setelah munculnya COVID-19 yang memaksa masyarakat beralih mendigitalisasikan dirinya sesuai tuntutan pekerjaan, pendidikan dan kebutuhan lainnya. Tidak terkecuali dalam dunia bisnis, unit bisnis mikro, kecil dan menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usahanya.

Saat ini salah satu strategi pemasaran yang mampu mendukung sektor usaha bertahan di masa ketidakpastian adalah dengan pemanfaatan teknologi termasuk di dalamnya pemanfaatan layanan aplikasi *online*. Lingkungan usaha yang berubah secara cepat berdampak pada makin kompetitifnya persaingan akibat dari perkembangan teknologi (Azhar & Arifin, 2011).

Dimasa lalu, *Online Food Delivery* (OFD) telah berubah sepanjang jaman. Contohnya, restoran/tempat makan banyak beralih dari *offline* ke platform *online* dengan mengembangkan situs web sendiri dan pelanggan dapat memesan makanan

menggunakan situs web tersebut. Selanjutnya, karena meningkatnya penggunaan aplikasi *smartphone*, restoran telah meluncurkan aplikasi sendiri yang berfungsi sebagai platform pemesanan makanan *online* untuk konsumen. Namun, karena alasan operasional dan/atau keuangan, tidak semua restoran menggunakan saluran pengiriman mereka sendiri untuk pengiriman makanan maka restoran memilih platform pihak ketiga dan agregator makanan untuk memfasilitasi pengiriman makanan *online* sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meminimalkan biaya (Shankar dkk., 2022).

Go-jek, Grabfood, Shopeefood, dan maximfood merupakan bagian dari pihak ketiga pengiriman makanan dan minuman dari usaha/bisnis makanan ke konsumen yang populer akhir-akhir ini di Indonesia. Hanya saja, layanan pengiriman makanan pihak ketiga, biasanya terbatas pada kota-kota tertentu. Beberapa bisnis juga menggunakan halaman media sosial mereka seperti *instagram, facebook* atau *WA business* untuk memudahkan pelanggan dalam memesan produk mereka. Semua platform yang disebutkan di atas, seperti pengiriman *offline* ke *online*, pengiriman makanan berbasis aplikasi seluler, pengiriman makanan menggunakan pihak ketiga dan penggunaan sosial media diklasifikasikan sebagai layanan OFD.

UMKM di Indonesia banyak menggunakan pihak ketiga pengiriman makanan dan minuman. Perusahaan angkutan berbasis *online gojek* dan *grab* beroperasi aktif di Kota Pare-pare. Kota Parepare merupakan bagian dari daerah provinsi Sulawesi Selatan yang berbatasan dengan Kecamatan Pinrang di sebelah utara, Kecamatan Sidrap di sebelah timur, Kecamatan Barru di sebelah selatan, dan Selat Makassar di sebelah barat. *Grab* beroperasi pertama kali di Kota Pare-pare sekitar awal tahun 2019 (sumber: <https://beritasidrap.com/read/3125/grab-kini-hadir-di-7-kota-di-sulsel-termasuk-sidrap-parepare-dan-bone> diakses tanggal 20 Des 2022). Sementara *Gojek* masuk dan beroperasi beroperasi di tahun 2020 di Kota Parepare (sumber: <https://pareparekota.go.id/index.php/gojek-resmi-beroprasi-di-kota-parepare/> diakses tanggal 20 Des 2022). Kedua pihak ketiga tersebut bekerjasama dengan beberapa *merchant* atau UMKM di kota Parepare dalam mengoperasikan salah satu layanan atau jasa mereka yakni layanan pengantaran makanan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM di Kota Pare-pare, lebih dari 2000 UMKM tumbuh dan berkembang di kota Parepare. Dalam beberapa sektor bisnis yang ada di Parepare, bisnis kuliner adalah yang paling banyak beroperasi di Kota Parepare.

Layanan *online food delivery* banyak dipergunakan saat ini untuk sektor bisnis kuliner, namun dalam kenyataannya apakah dapat memudahkan dalam menjual produk makanan dan minuman UMKM? Bagaimana penjualan UMKM sebelum dan setelah menggunakan jasa OFD dari pihak ketiga? Dan apa saja kendala yang dihadapi oleh pengusaha makanan dan minuman dalam menggunakan sistem *online food delivery* bagi usahanya?

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah Penelitian deskriptif kualitatif. Dengan fokus pada para pelaku Usaha UMKM di bidang kuliner / makanan dan minuman di Kota Parepare yang menerapkan layanan *online food delivery*.

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik atau metode yakni wawancara dan pencarian beberapa literatur yang terkait kemudian dilakukan analisis menggunakan metode deskriptif dengan

pola pikir induktif. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu proses yang dimulai dengan pengumpulan data dan diakhiri dengan pengembangan suatu hipotesis. Setelah merumuskan hipotesis berdasarkan data, data diperiksa kembali untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh. Jika hipotesis diterima berdasarkan bukti yang diperoleh berulang kali dengan menggunakan teknik triangulasi, hipotesis tumbuh menjadi teori. (Sugiyono, 2007)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tak dapat dipungkiri dan diakui bahwa layanan online pengantaran makanan dan minuman bisa menjadi sebuah peningkatan pelayanan dan bahkan merambah menjadi bisnis.

Pelaku usaha di Kota Parepare terdiri dari usaha mikro, kecil dan menengah yang tersebar di 4 kecamatan yaitu Kecamatan Bacukiki, Bacukiki Barat, Ujung, dan Soreang. Jumlah UMKM di Kota Parepare disajikan gambar dibawah ini:

Tabel 1
Jumlah UMKM di Kota Parepare per kecamatan

No.	Kecamatan	Jumlah Bisnis
1	Kecamatan Bacukiki	204
2	Kecamatan Bacukiki Barat	388
3	Kecamatan Ujung	482
4	Kecamatan Soreang	419
Jumlah		1.493

Sumber: Data Tahunan 2020 Dinas Koperasi dan UMKM kota Parepare)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa setiap kecamatan di Kota Parepare memiliki perbedaan dalam jumlah UMKM, dimana Kecamatan Bacukiki menjadi kecamatan dengan jumlah UMKM terendah yaitu 208 UMKM dan kecamatan Soreang menjadi kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu sekitar 798 UMKM. Setiap kecamatan di Parepare juga memiliki sektor unggulan yang berbeda.

Pembahasan

Penyajian ini akan membahas topik penelitian yang muncul selama di lapangan. Deskripsi sistematis dari data penelitian secara keseluruhan tergantung pada ungkapan masalah. Topik kajian difokuskan pada: (1) Kemudahan penjualan atas Layanan OFD pada UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare, (2) Bagaimana penjualan UMKM sebelum dan setelah menggunakan jasa OFD dari pihak ketiga (*gofood* dan *grabfood*) dan (3) Kendala yang dihadapi oleh UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare dalam menggunakan OFD bagi usahanya.

1. Layanan *Online Food Delivery* dari pihak ketiga membantu memudahkan penjualan produk UMKM makanan dan minuman

Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare, pengusaha UMKM menjawab bahwa adanya layanan

online food delivery di Kota Parepare dengan jasa pihak ketiga yakni Gofood dan Grabfood membantu usaha mereka. Selain itu OFD juga membantu pengusaha memberitahukan kepada pelanggan yang ingin memesan makanan dan minuman untuk mengecek tersedianya produk lewat aplikasi tanpa harus ke lokasi tempat makan.

Seperti yang dijelaskan oleh mbak Nur¹, karyawan dari Ayam Geprek Abadi yang terletak di kecamatan Ujung *"kami menggunakan jasa gojek dan grabfood agar produk kami laris di pasaran. Dalam aplikasi kami taruh paket produk kami. Pelanggan yang mau makan tapi tidak bisa datang langsung mungkin karena hujan atau malas masak bisa order dari aplikasi. Jadi pelanggan termudahkan"*

Sama halnya dengan yang dipaparkan oleh bapak Syamsul² dari Warung Kampis kecamatan Soreang, *"kadang kalau banyak pelanggan kami kehabisan beberapa menu, sebelum pakai gojek dan grabfood ini pelanggan yang datang di tempat kemudian pesan menu ternyata menunya habis, kami harus minta maaf tapi setelah menggunakan aplikasi, pelanggan jadi tidak perlu jauh-jauh datang ke tempat kami, hanya cek saja di aplikasi menu apa yang tersedia, jadi bisa datang atau makan di rumah dengan pesan lewat aplikasi"*

Lain halnya dengan Kopi Janji Jiwa yang terletak di Jalan Mappatola, salah satu karyawan menjelaskan *"penjualan kami banyak dari orderan online. Manajemen bekerjasama dengan gofood dan grabfood untuk beberapa promo paketan produk kami. Jadi pembeli punya banyak pilihan produk kami untuk menentukan pesannya"*

Pengiriman melalui gofood dan grabfood memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli makanan tanpa harus pergi makanan ke restorannya. Cukup gunakan aplikasi dan pilih makanan yang mereka inginkan dan akan diantarkan ke lokasi mereka (Pinem, 2019). Dari paparan beberapa responden, kami menyimpulkan bahwa ketersediaan produk yang ditampilkan dalam aplikasi membantu komunikasi antara penjual dan pembeli dan pembeli dapat menentukan pilihan yang diinginkan sebelum memesan tanpa terburu-buru. Ditambah lagi promo yang diberikan oleh pihak ketiga yang membuat pengusaha makanan dan minuman membantu UMKM dalam menjual produknya.

2. Penjualan UMKM sebelum dan setelah menggunakan jasa OFD dari pihak ketiga (gofood dan grabfood).

Menjual adalah kegiatan memengaruhi dan membujuk pembeli agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan, yang dilakukan penjual dengan menggunakan ilmu dan seni menjual. Berkembangnya jaman, pilihan dan kesamaan produk kian banyak sehingga persaingan di dalam dunia bisnis semakin bersaing (Sangadji, 2022). Dari wawancara kami kepada beberapa UMKM yang menggunakan jasa OFD. Dua diantara menjadi perhatian saya yakni:

Wawancara saya dengan bapak Syam³ pemilik warung Jos yang terletak di kecamatan Bacukiki Barat, beliau menjelaskan *"penjualan kami sebelum menggunakan gofood dan grabfood sangat sedikit, jarang yang datang makan di tempat. Setelah bekerjasama dengan gofood dan Grabfood penjualan kami sedikit meningkat karena banyak yang membeli secara online apalagi pada masa pandemi"*

¹ Nur (karyawan kedai), *Wawancara*, Parepare, 20 September 2022.

² Syamsul (pemilik Warung), *wawancara*, Parepare, 25 September 2022.

³ Syam (pemilik Warung), *Wawancara*, Parepare, 27 September 2022.

Sementara penjelasan dari Nur karyawan Ayam Geprek Abadi mengenai penjualannya *“penjualan naik setelah menggunakan jasa gofood dan grabfood dibanding sebelum menggunakan jasa pengantaran. Produk andalan kami adalah ayam geprek dan saingan kami banyak menjual makanan yang sama. Jadi beberapa hal seperti menampilkan foto yang menarik dalam katalog produk di aplikasi dan menyertakan promo kami lakukan agar penjualan kami dari online juga meningkat”*

Lain halnya dengan Ibu Siti⁴ mengenai penjualannya, *“sebenarnya saya sudah menjual secara online, membagikan ke dalam grup-grup WA dan sosial media saya sebelum masuknya gofood dan grabfood ini. Setelah usaha saya daftarkan ke aplikasi gofood dan grabfood alhamdulillah omset penjualan makanan saya naik. Yang tadinya hanya 50-60 porsi sehari sekarang jadi 80-150 porsi sehari”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan UMKM dapat disimpulkan bahwa penjualan sebelum dan setelah menggunakan jasa OFD dari pihak ketiga memberikan pengaruh pada tingkat penjualan. Omzet yang dicapai yang tadinya bergantung pada penjualan offline, kini bertambah dari penjualan online.

3. Kendala UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare dalam menggunakan OFD bagi usahanya

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang menjadi kendala atau hambatan dalam penggunaan OFD pihak ketiga ini bagi penjualan produk UMKM.

Seperti yang diungkapkan oleh Mbak Nur, Ayam Geprek Abadi, *“sebenarnya kendala terletak pada sudah banyak produk jualan kami seperti ini di grabfood dan gofood, mungkin karena produk yang sama calon pembeli jadi lebih banyak pilihan dan tidak memilih menu kami”*

Sama halnya yang diungkapkan oleh Ibu Hardianti⁵, karyawan Kopi Lain Hati Kecamatan Ujung. *“hambatan dalam penggunaan gofood dan grabfood ini adalah banyaknya saingan kami dengan penjualan yang sama yaitu kopi”*

Inilah beberapa hasil wawancara yang juga mewakili wawancara lainnya mengenai kendala atau hambatan yang dirasakan oleh UMKM setelah menggunakan OFD pihak ketiga yakni gofood dan grabfood. Produk sejenis dari pesaing lain adalah faktor yang menjadikan kendala bagi UMKM mempromosikan jualan mereka di aplikasi OFD pihak ketiga.

Strategi pemasaran menggunakan aplikasi dianggap efektif karena, para pengusaha kuliner atau pemilik warung yang membutuhkan sumber daya manusia sebagai pengantar makanan (delivery) namun *budget* yang dimiliki kurang maka aplikasi inilah yang bisa menjadi solusi bagi mereka. (Hana, 2019).

SIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dikumpul dan diolah, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare termudahkan dalam kehadiran Online Food Delivery pihak ketiga yakni Gofood dan Grabfood. Dengan hadirnya OFD sebagai layanan pengantaran makanan secara online yang dilakukan oleh driver/ojol kedua aplikasi tersebut membantu UMKM baik *merchant, café, resto, kedai* dan rumah makan meningkatkan omzet penjualan

⁴ Siti (pemilik warung), *Wawancara*, Parepare, 28 Septemebr 2022.

⁵ Hardianti (karyawan *café*), *Wawancara*, Parepare, 2 Oktober 2022

namun kendala yang dialami dari pihak UMKM pada penggunaan OFD ini adalah banyaknya produk sejenis dari pesaing yang ditampilkan dalam aplikasi OFD pihak ketiga. Sehingga kurang mampu pelaku UMKM untuk memikat calon pelanggan.

Referensi :

- Azhar, K., & Arifin, Z. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi penyerapan tenaga kerja industri manufaktur besar dan menengah pada tingkat kabupaten/kota di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 90-106.
- Hana, H. (2019). *Analisis strategi pemasaran menggunakan grabfood dalam meningkatkan volume penjualan: Studi kasus Warung Makan di Kota Mataram*.
- Pinem, R. J. (2019). The role of technology in increasing motivation of millennial women entrepreneurs starting a business in the digital era. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 1-7.
- Sangadji, E. M. (2022). *Salesmanship (kepenjualan)*. Bumi Aksara.
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., Nayal, P., Maseeh, H. I., Kumar, A., & Sivapalan, A. (2022). Online food delivery: A systematic synthesis of literature and a framework development. *International Journal of Hospitality Management*, 104, 103240.
- Sugiyono, S. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Bandung Alf.