

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) tidak dapat dihilangkan atau dihindari di masyarakat saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat untuk pemerataan pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreativitas yang sesuai dengan ekonomi untuk melestarikan dan mengembangkan tradisi dan budaya masyarakat setempat. Di sisi lain, karena jumlah penduduk Indonesia yang besar, UKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala besar sehingga dapat menurunkan angka pengangguran. Dari sini terlihat bahwa keberadaan UKM padat karya dengan teknologi sederhana dan mudah dipahami dapat menjadi tempat kerja bagi masyarakat.¹

Usaha kecil dalam negeri adalah usaha yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mendukung pembangunan ekonomi yang erat kaitannya dengan perekonomian nasional. Usaha ini memiliki posisi, potensi dan peran yang sangat penting untuk mencapai tujuan pembangunan ekonomi. Adanya usaha kecil ini dapat memperluas lapangan kerja, pemerataan pendapatan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, yang juga dapat membawa stabilitas ekonomi.²

Usaha rumahan atau industri rumahan juga berperan penting sebagai sumber pertumbuhan PDB, terutama dalam ekspor produk manufaktur. Tidak kalah pentingnya adalah industri rumahan di Indonesia yang berperan penting dalam menciptakan dan memperluas kesempatan kerja atau sumber pendapatan bagi masyarakat miskin dan rumah tangga. Memang dalam perkembangan bisnis rumahan di Indonesia, jumlahnya terlihat banyak pertumbuhan (kenaikan) dari tahun ke tahun. Hanya dengan krisis ekonomi tahun 1998 perusahaan dari semua kategori, termasuk perusahaan kecil, mengalami pertumbuhan negatif. Namun dibandingkan dengan yang lain, usaha kecil relatif layak dan memiliki dampak negatif paling kecil.

Bisnis memasak merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang pesat. Bagaimanapun, makanan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi. Bisnis kuliner

¹ Putu Lanang Eka Sudianta, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bangli," *e-jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha* 2, no.1 (2014): 2.

² Hailuddin, Mukmin Suryatni, Irwan Suriadi, Endang Astuti, "Pengembangan Ekonomi Pelaku Usaha Rumah Tangga di Desa Rempung Lombok Timur," *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 4, no. 1 (2021): 197.

akan terus tumbuh dan berkembang. Dengan berkembangnya bisnis kuliner ini, semakin banyak bermunculan restoran atau toko, dari tempat-tempat yang hanya bisa dinikmati masakan rumahan dengan menu sederhana, hingga tempat-tempat mewah yang menawarkan berbagai menu unik dengan harga terjangkau.

Usaha kuliner dalam negeri merupakan salah satu jenis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang secara ekonomi masih relatif rendah tetapi dapat menjadi bagian penting dari perekonomian negara. bisnis domestik yang saat ini sangat besar dan dominan. Usaha kecil dan menengah seringkali menghadapi berbagai masalah, salah satunya adalah permodalan, dimana kebanyakan dari mereka menggunakan modal sendiri sebagai modal usahanya. Selain permasalahan tersebut, pemilik usaha kecil seringkali menghadapi masalah dan hambatan dalam memasarkan produknya dan dalam menentukan lokasi produk serta metode atau strategi pemasarannya. Saat ini, pengusaha tidak hanya berfokus pada bagaimana agar produknya sampai ke tangan konsumen, mereka lebih fokus pada apakah produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan pelanggan. Kestabilan tingkat penjualan setiap tahun tergantung dari apa yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dapat mengukur efektifitas strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan.³

Porsi UKM dalam PDB nasional sekitar 61 persen dan mereka mengkonsumsi 97 persen dari total tenaga kerja. Di setiap masa krisis, UKM malah menjadi penyangga, mereka fleksibel dan bisa pulih dengan baik.⁴ Pada tahun 2021 akan ada 65,4 juta UKM di Indonesia.⁵

³ Rita Januarwati, E. P, "Analisis Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Bunga "Cindy" di Jl.Kayoon Utara No.12 Gentengkali," *Jurnal Bisnis Indonsia*, (2014): 155-164.

⁴ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Siaran Pers Hm.4.6/240/Set.M.Ekon.3/5/2022, "Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi, Jakarta, 20 Mei 2022", diakses pada tanggal 22 September, 2022.<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhanekonomi#:~:text=Jakarta%2C%2020%20Mei%202022&text=Kontribusi%20UMKM%20tercatat%20mencapai%20kisaran,dan%20bisa%20pulih%20dengan%20baik>

⁵ Kominfo, "Kontribusi UMKM bagi Perekonomian Besar, Presiden Tekankan Pentingnya Izin bagi UMKM, 13/07/2022", diakses pada tanggal 22 September, 2022

<https://m.kominfo.go.id/content/detail/43084/kontribusi-umkm-bagi-perekonomian-besarpresiden-tekanan-pentingnya-izin-bagi-umkm/0/berita>

Memperkuat partisipasi UMKM dalam ekosistem ekonomi digital. Pemerintah menawarkan kemudahan penggunaan antara lain dengan perizinan, akses pasar dan ketersediaan bahan baku. Selain itu, sebagai bagian dari *e-commerce*, penguatan ekosistem UMKM dilakukan melalui penciptaan lingkungan bisnis yang sehat, pembayaran digital, logistik, perlindungan data pribadi, sistem elektronik dan *event organization*, serta infrastruktur digital.⁶

Di sisi lain, perekonomian dunia telah mengalami revolusi dalam dua dekade terakhir dengan hadirnya apa yang disebut Don Tapscott sebagai *digital economy* atau ekonomi digital. Digitalisasi yang didukung penuh langsung oleh internet mengubah kebiasaan membeli, yaitu melalui perdagangan elektronik. Salah satu revolusi dalam industri ritel, belanja *online* telah menjadi sarana jual beli mulai dari bahan makanan hingga minuman.⁷

Sebagai industri baru, bisnis *online* di Indonesia berkembang pesat. Bisnis yang bergantung pada internet ini akan memberikan dampak positif bagi bisnis baru. Karena bisnis ini tidak membutuhkan biaya besar dan lokasi fisik untuk memulai bisnis. Dengan demikian seorang pebisnis dapat memulai usahanya walaupun dengan modal yang terbatas. Tidak perlu pergi ke kantor karena dapat mengurus masalah ini dari komputer manapun yang terhubung ke internet. Kemudahan tersebut secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian Indonesia dengan membuka berbagai peluang usaha yang juga dapat dilakukan oleh pengusaha lokal. Dan salah satu industri yang paling cepat berkembang di era internet ini adalah bisnis kuliner.⁸

Salah satu bentuk pengembangan inovasi teknologi telah diterapkan pada industri makanan dan minuman. Menurut Suryadi & Ilyas, industri makanan yang terus berkembang membuat persaingan antar pengusaha semakin ketat. Pedagang saat ini perlu mengembangkan pelayanannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat

⁶ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Siaran Pers Hm.4.6/240/Set.M.Ekon.3/5/2022, “Pengembangan UMKM Menjadi Necessary Condition untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi, Jakarta, 20 Mei 2022”, diakses pada tanggal 22 September, 2022. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4136/pengembangan-umkm-menjadi-necessary-condition-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi#:~:text=Jakarta%2C%2020%20Mei%202022&text=Kontribusi%20UMK%20te rcatat%20mencapai%20kisaran,dan%20bisa%20puluh%20dengan%20baik.>

⁷ Rr. Lulus Prapti NSS, “Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go-Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang,” *Dinamika Sosial Budaya* 20, no. 2 (2018): 1.

⁸ Rr. Lulus Prapti NSS, “Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go-Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang,” 1.

dan berusaha untuk lebih mengarahkan perkembangan usahanya.⁹ Transportasi merupakan sektor yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia mengingat kebutuhan transportasi masyarakat Indonesia sangat tinggi.¹⁰

Saat ini, transportasi yang banyak diimplementasikan adalah transportasi berbasis aplikasi atau lalu lintas jaringan. Pada tahun 2017, terjadi fenomena perkembangan *trafik online* termasuk ojek *online* di Indonesia. Ojek *online* merupakan layanan angkutan umum tidak resmi yang dapat digunakan dengan *smartphone*, dikarenakan kebutuhan penumpang angkutan umum di seluruh kota di Indonesia. Ojek *online* juga merupakan sarana transportasi dengan sepeda motor, karena sepeda motor merupakan sarana transportasi alternatif untuk perjalanan jarak dekat dari satu tempat ke tempat lain dengan mudah, murah, fleksibel dan efisien.¹¹

Fenomena lalu lintas internet memunculkan reaksi beragam dari masyarakat umum, termasuk para pelaku bisnis. Hal ini merupakan opini yang positif karena transportasi *online* dapat membuat waktu menjadi lebih efisien. Mengikuti Tumpua, fenomena ini juga memberikan dampak yang sangat positif bagi restoran yang diterima dengan sangat baik, karena mereka dapat menggunakan teknologi ini untuk menjangkau konsumen yang dekat atau sangat jauh dari tempat usaha kuliner tersebut. Salah satu perusahaan transportasi online yang paling populer di Indonesia adalah Gojek dan Grab. Gojek dan Grab memiliki salah satu fiturnya yaitu *Go Food* dan *Grab Food* yang menawarkan layanan pesan antar bahan makanan secara *online*.¹² Ini diikuti oleh *marketplace* bernama Shopee, yang kemudian mendirikan anak perusahaan *Shopee Food*, layanan pengiriman bahan makanan *online*. Fitur *Go Food*, *Grab Food* dan *Shopee Food* telah membuktikan bahwa konsumen dapat dengan mudah mendapatkan makanan dan minuman yang diinginkan dari berbagai restoran hanya dari *smartphone* mereka, tanpa harus mengunjungi makanan dan

⁹ Suryadi, F. D., Ilyas, F.I, “Adopsi Online Food Delivery Service Bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Big Bananas),” *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP 2M)*, (2018): 77.

¹⁰ Salim, Abbas, *Manajemen Transportasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), 56.

¹¹ Pembagio, Agus, *Protes Publik Transportasi Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia, 2013), 33.

¹² Tumpuan, A, “Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner”, *JUPAR: Jurnal Pariwisata*, Vol. 3 No. 1 (2020), 28.

minuman.¹³ Selain itu, efek yang ditimbulkan dari adanya *food delivery* dapat dibuktikan dengan peningkatan penjualan bagi *merchant* yang terhubung dengan *platform* tersebut.

Eksistensi platform *Food delivery* ini sendiri ditandai dengan adanya tren layanan pesan antar makanan secara online di Indonesia. Terlihat dari riset yang dilakukan oleh Populix, sebuah perusahaan penyedia layanan riset dalam negeri. Total ada sebanyak 3.138 orang menjadi responden yang terdiri dari 1.590 generasi Z dan 1.548 generasi milenial. Dari riset itu ditemukan bahwa Gen Z dan milenial (57%) lebih sering membeli makanan dari luar dibanding memasak makanan sendiri atau makan apa yang tersedia di rumah. Nyaris tiga tahun hidup dalam kungkungan pandemi COVID-19 yang pada akhirnya menimbulkan semacam kebiasaan baru mungkin memang menjadi salah satu faktor di balik alasan kenapa memesan makanan lewat layanan pesan antar makanan secara online kian digemari.¹⁴

Per Juni 2017, layanan pengiriman makanan beroperasi di Kabupaten Kudus di Jawa Tengah.¹⁵ Berdasarkan observasi yang dilakukan di beberapa gerai perdagangan kuliner Kabupaten Kudus, sebelum era serba digital para pedagang khususnya di bidang kuliner sering sepi pembeli karena kesibukan masyarakat. Mereka tidak punya cukup waktu untuk keluar dan membeli apa pun.¹⁶ Namun ketika ada kemajuan baru dalam kemajuan teknologi, semua masalah transportasi *online* atau pengiriman makanan diselesaikan berdasarkan *platform* ini, sangat membantu masyarakat terutama pedagang, mereka merasa didukung dan menemukan kenyamanan setelah bekerja di dalamnya, untuk menjadi mitra *platform*, misalnya terkait dengan kemudahan promosi produk. Kampanye akan dilaksanakan pada *platform* pesan antar makanan, sehingga produk tidak perlu dipresentasikan kepada konsumen. Selain itu, manfaat lain yang dirasakan adalah pengiriman bahan makanan menawarkan kemudahan pengiriman produk kepada konsumen dengan cara yang menghemat waktu.

Untuk memosisikan originalitas dan otentitas kajian ini perlu dikemukakan beberapa kajian terdahulu yang memiliki relevansi

¹³ Suryadi, F. D., Ilyas, F.I, “Adopsi Online Food Delivery Service Bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Big Bananas)”, *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP 2M)*,(2018), 78.

¹⁴ <https://validnews.id/kultura/di-balik-bertahannya-tren-pesan-makan-online>

¹⁵ [Transonlinewatch](https://www.transonlinewatch.com/beroperasi-di-kudus-ojek-online-disambut-gembira-olehwarga/#), diakses pada tanggal 19 September, 2022. <https://www.transonlinewatch.com/beroperasi-di-kudus-ojek-online-disambut-gembira-olehwarga/#>

¹⁶ Aziz, selaku pemilik bisnis kuliner Warunk Nizam kabupaten Kudus, wawancara oleh peneliti, 6 Juli, 2022, wawancara 1, transkrip.

dengan tema ini. Sebelumnya, kajian tentang food delivery dan peningkatan penjualan telah dilakukan oleh para peneliti dengan fokus kajian yang beragam-macam diantaranya

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni pada tahun 2020 dengan judul “analisis dampak keberadaan go food dan grab food terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberadaan go food dan grab food sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan go food dan grab food.

Perbedaan terletak pada fokus yang diteliti. Sri Wahyuni memfokuskan penelitian pada analisis dampak keberadaan *go food* dan *grab food* terhadap peningkatan penjualan. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada bagaimana eksistensi (keberadaan) *platform food delivery (go food, grab food, shopee food)* berpengaruh terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan. Lokasi yang digunakan sebagai penelitianpun berbeda, peneliti melakukan penelitian di Kabupaten Kudus sedangkan Sri Wahyuni melakukan penelitian pada pelaku usaha kuliner di Se'i, Medan.

Penelitian selanjutnya adalah Penelitian oleh Nurdianto Baskoro Adi pada tahun 2020, dengan judul “Eksistensi Umkm Makanan Pada Era Jasa Pengiriman Makanan Berbasis *Online (Go Food/Grab Food)* Di Wilayah Tangerang Selatan”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, angket, studi pustaka, dan observasi lapangan. Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan model *paired sample t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan terhadap eksistensi UMKM makanan di wilayah Tangerang Selatan.

Perbedaan penelitian terletak pada pendekatan penelitian yang digunakan. Nurdianto Baskoro Adi menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, sedangkan peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Ruang lingkup penelitian juga berbeda, Nurdianto Baskoro Adi memfokuskan penelitian pada eksistensi UMKM di era jasa pengiriman makanan *online (go food dan grab food)*. Dengan locus penelitian di tangerang selatan. Sedangkan ruang lingkup penelitian yang dilakukan peneliti fokus pada bagaimana eksistensi (keberadaan) *platform food delivery (go food, grab food, shopee food)* berpengaruh terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan. Locus penelitian di Kabupaten Kudus.

Penelitian selanjutnya adalah Penelitian oleh Mimi Cahayani pada tahun 2021, dengan judul “Analisis Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan *Go Food* dan *Grab Food*.

Perbedaan penelitian terletak pada variabel penelitian yang digunakan, Mimi Cahayani meneliti keberadaan *go food* dan *grab food* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner, dengan locus penelitian di Kekalik, Mataram. Sedangkan pada penelitian ini, meneliti variabel eksistensi (keberadaan) *platform food delivery (go food, grab food, shopee food)* terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan. Locus yang digunakan sebagai penelitianpun berbeda, peneliti melakukan penelitian di Kabupaten Kudus.

Penelitian selanjutnya adalah Penelitian oleh Agus Dwi Cahya, Mahdanito F. B, Dimas Martha, dan Singgih Prasetyanto pada tahun 2021, dengan judul “Analisis layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di Yogyakarta”. Metode pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *go-food* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta.

Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian yang digunakan, Agus Dwi Cahya, dkk meneliti layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di Yogyakarta. Sedangkan pada penelitian ini, meneliti variabel eksistensi (keberadaan) *platform food delivery (go food, grab food, shopee food)* terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan.

Penelitian selanjutnya adalah Penelitian Faskawaty Simarmata, Rahayu Novita Lesmana, Putri Rusdiana Sari, dan Arif Setiyawan (2021), dengan judul “Pengaruh Pemanfaatan Layanan *Shopee Food* Bagi Pelaku UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19”. Metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik studi pustaka, wawancara.. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak manfaat dan pengaruh dari layanan *Shopee Food* bagi UMKM, seperti peningkatan pendapatan bagi UMKM, peningkatan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital

dan UMKM dapat mengikuti *event-event* besar *Shopee Food* seperti 11:11 dan lain sebagainya. Sehingga dapat dikatakan bahwa layanan *Shopee Food* diterima dengan baik saat ini oleh para pelaku UMKM.

Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian yang digunakan, Faskawaty Simarmata, dkk meneliti pengaruh pemanfaatan layanan *shopee food* bagi pelaku umkm di tengah pandemi covid-19. Sedangkan pada penelitian ini, meneliti variabel eksistensi (keberadaan) *platform food delivery (go food, grab food, shopee food)* terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan di Kabupaten Kudus.

Melihat akan fakta-fakta yang di sampaikan di latar belakang di atas, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang bisnis kuliner yang bekerja sama dengan transportasi *online* menggunakan layanan *food delivery* di Kabupaten kudus. Maka penulis memberi judul “**Analisis Eksistensi Platform Food delivery terhadap Pengembangan Bisnis Kuliner Rumahan di Kabupaten Kudus.**”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis memfokuskan hanya pada keberadaan aplikasi *platfom food delivery* terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan di Kabupaten Kudus. Dalam hal ini objek dari penelitian ini adalah pelaku bisnis kuliner rumahan yang menggunakan platform aplikasi *food delivery* seperti *grab food, go food, dan shopee food.*

C. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan di angkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana keberadaan *platform food delivery* terhadap pengembangan bisnis kuliner.
2. Bagaimana tantangan dan hambatan dalam bekerjasama dengan keberadaan *platform food delivery.*
3. Bagaimana keberadaan *platform food delivery* terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan di Kabupaten Kudus.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keberadaan *platform food delivery* terhadap pengembangan bisnis kuliner.
2. Untuk mengetahui tantangan dan hambatan dalam bekerjasama dengan keberadaan *platform food delivery.*

3. Untuk mengetahui keberadaan *platform food delivery* terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan di Kabupaten Kudus.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian secara teoritis

Penelitian ini sebagai salah satu referensi ilmu pengetahuan ekonomi dalam bidang kewirausahaan. Selain itu penelitian ini sangat berguna untuk khasanah keilmuan dan menambah wawasan si pembaca.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai seberapa besar peranan *food delivery* terhadap para pelaku bisnis kuliner.

- b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang ekonomi dalam bidang kewirausahaan. Serta dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian yang akan dilakukan lebih lanjut sebagai bahan referensi atau menambah permasalahan lain dalam penelitian.

- c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menambah khasanah keilmuan tentang meningkatkan kesejahteraan dalam perekonomian masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan ke dalam penelitian skripsi ini, maka secara keseluruhan diperlukan sebuah sistematika penulis. Adapun sistematika penulis yang dimaksud yaitu seperti yang diuraikan di bawah ini:

BAB I merupakan bab pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II merupakan kajian teori yang memuat uraian tentang kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan dan terkait dengan judul skripsi. Pada bab ini penulis menjelaskan tentang pengertian transportasi, teori pemasaran, teori permintaan, pengertian penjualan, pengertian bisnis kuliner, teori ekonomi Islam dan lain sebagainya.

BAB III merupakan metode penelitian yang memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti, jenis penelitian, lokasi penelitian, metode pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

BAB IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian berupa gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V merupakan penutup, bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.

