

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

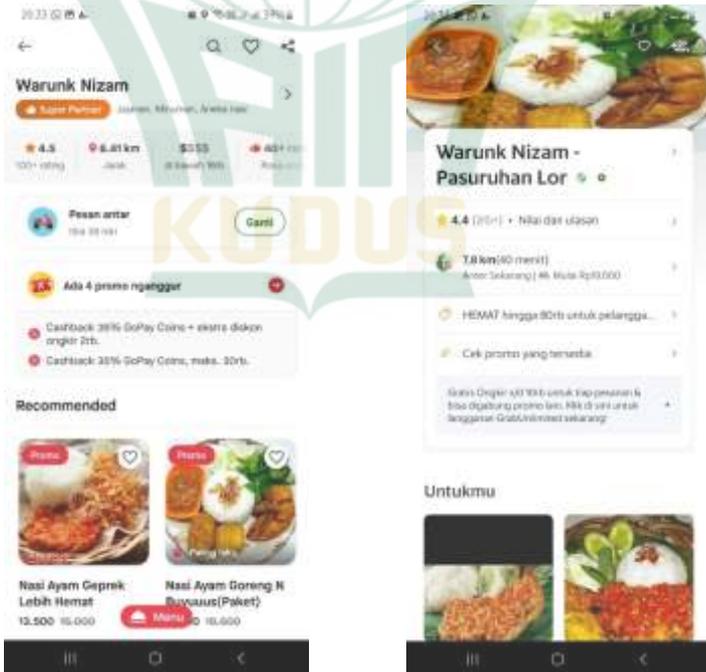
A. Gambaran Obyek Penelitian

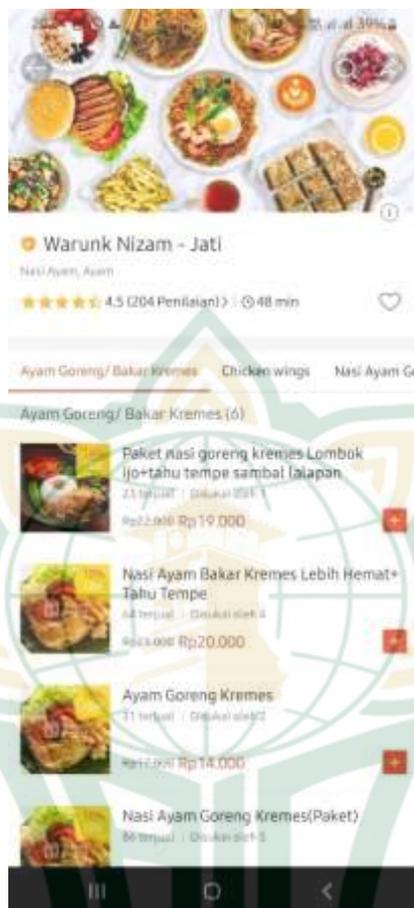
Peneliti berhasil mewawancarai 5 narasumber terkait eksistensi platform food delivery terhadap pengembangan bisnis kuliner rumahan dikabupaten kudus diantaranya Rini Kartika Hadi Ahmawadi (Kepala Disnakerperinkop dan UKM), Muhamad Abdul Aziz (Brand Manager Gojek), Ardian Guritno (City Lead Grab), Nizam (pemilik Warunk Nizam), Fahri (Mahasiswa Teknik Informatika UMK).

1. Warunk Nizam

Warunk Nizam merupakan bisnis kuliner rumahan yang beralamatkan di Pasuruhan Lor 02/07 Gang Kenari, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Warung ini dibuka pertama kali pada tahun 2017. Warunk Nizam menjual berbagai macam jenis makanan/minuman, harga yang ditawarkan pun juga lumayan terjangkau dan menu-menu yang ditawarkan juga cukup bervariasi.

Gambar 4.1
Tampilan Warunk Nizam pada Platform Food Delivery

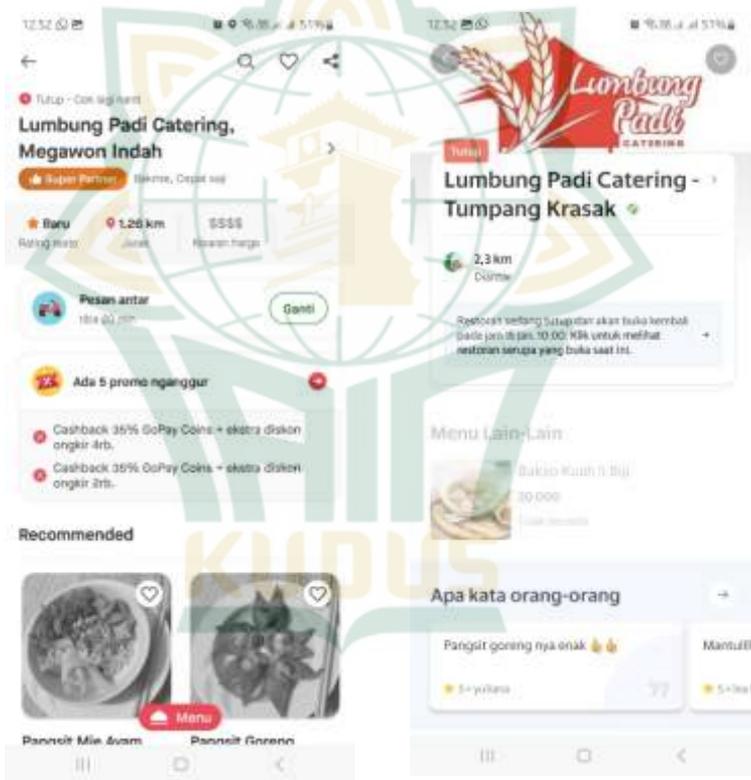




2. Lumbung Padi Catering

Lumbung Padi Catering merupakan bisnis kuliner rumahan yang berlokasi di Perumahan Megawon Indah Blok E20 5/7 Tumpangkrasak, Jati, Kudus. Lumbung Padi Catering ini menjual berbagai macam jenis makanan/minuman seperti fastfood dan bakmie yang sangat enak dinikmati Bersama keluarga dengan harga yang terjangkau.

Gambar 4.2
Tampilan Lumbung Padi Catering pada *Platform Food Delivery*

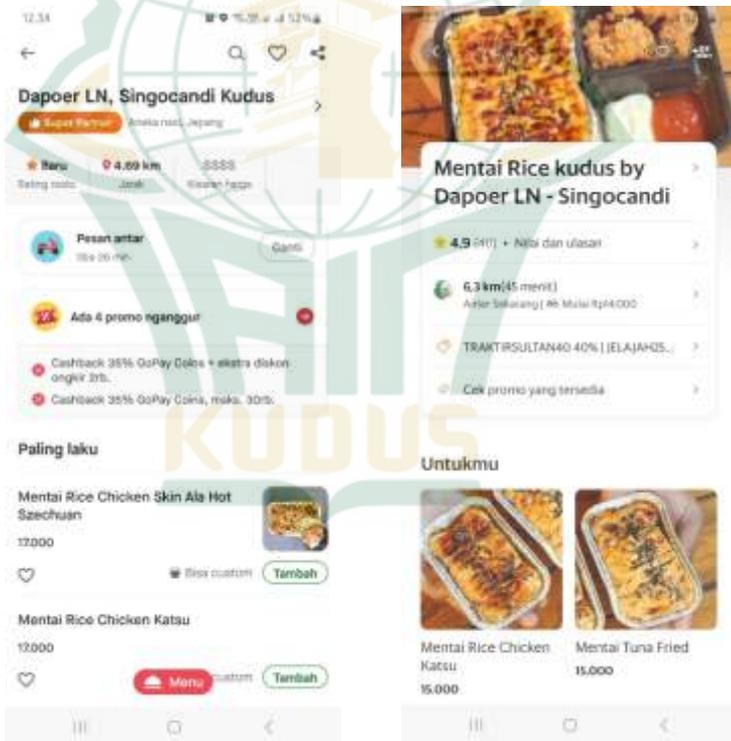


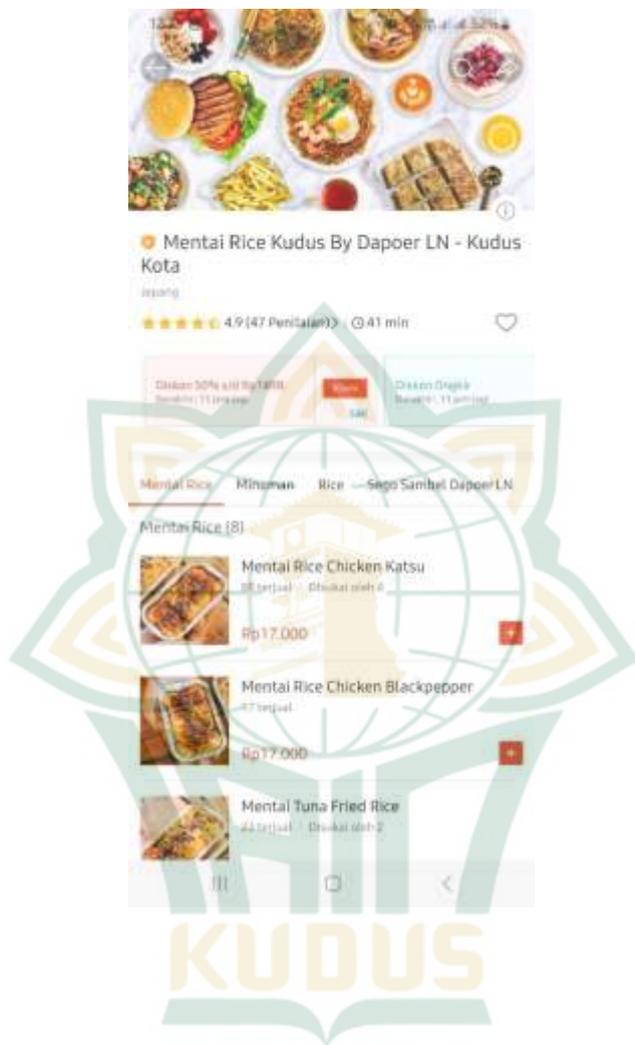


3. Mentai Rice Kudus by Dapoer LN

Di Perumahan Djarum Singocandi Blok F nomor 10, Desa Singocandi, Kabupaten Kudus, terdapat usaha rumahan yang menyediakan kuliner khas Jepang, yakni *menta rice*. Usaha milik kakak adik Bella dan Una itu sudah ramai pembeli. *Mentai rice* jika dilihat sekilas terlihat seperti keju yang punya warna coklat dari mayonaisse yang dibakar. Sedangkan di dalamnya terdapat nasi yang telah diberi minyak khusus dan nori, dengan beberapa topping ayam di atasnya. Terdapat beberapa varian rasa *menta rice* di Dapoer LN, di antaranya ayam katsu, *black paper*, tuna, dan *scramble egg*.

Gambar 4.3
Tampilan Mentai Rice Kudus pada Platform Food Delivery

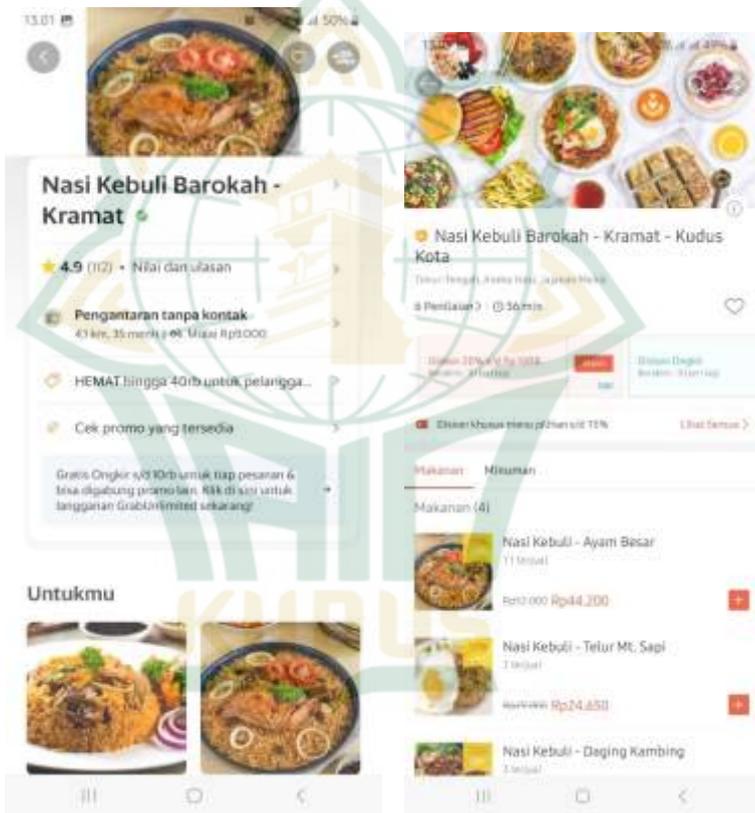


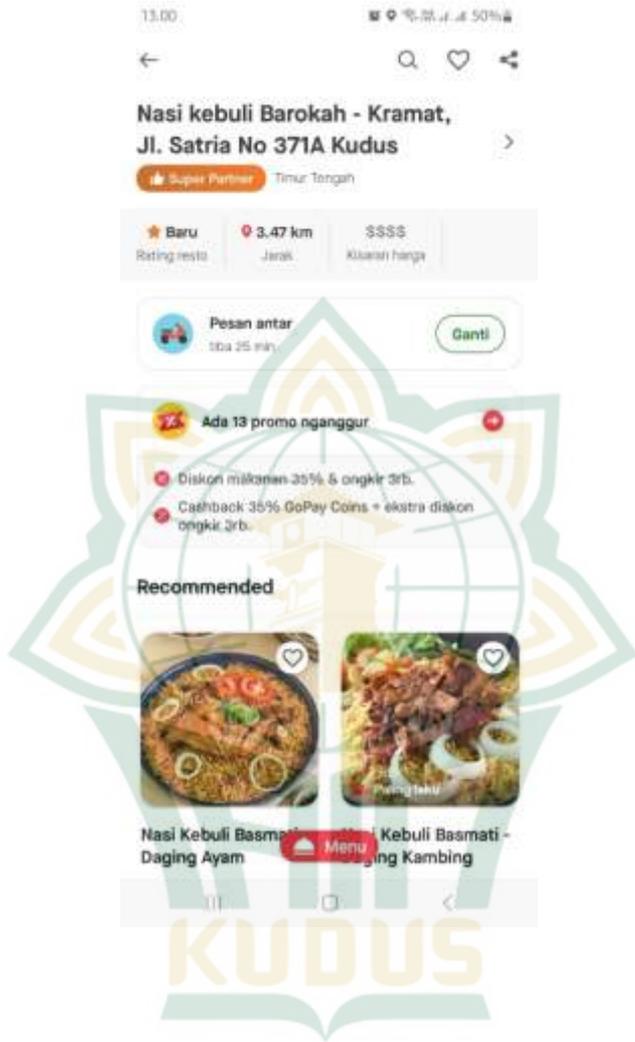


4. Nasi Kebuli Barokah

Nasi Kebuli Barokah yang beralamatkan di Jl. Satria No 371A Kudus ini menjual berbagai macam jenis makanan dan minuman seperti *middle eastern* atau menu-menu Timur Tengah. Harga yang ditawarkan juga lumayan terjangkau dan menu-menu yang ditawarkan juga cukup bervariasi.

Gambar 4.4
Tampilan Nasi Kebuli Barokah pada Platform Food Delivery



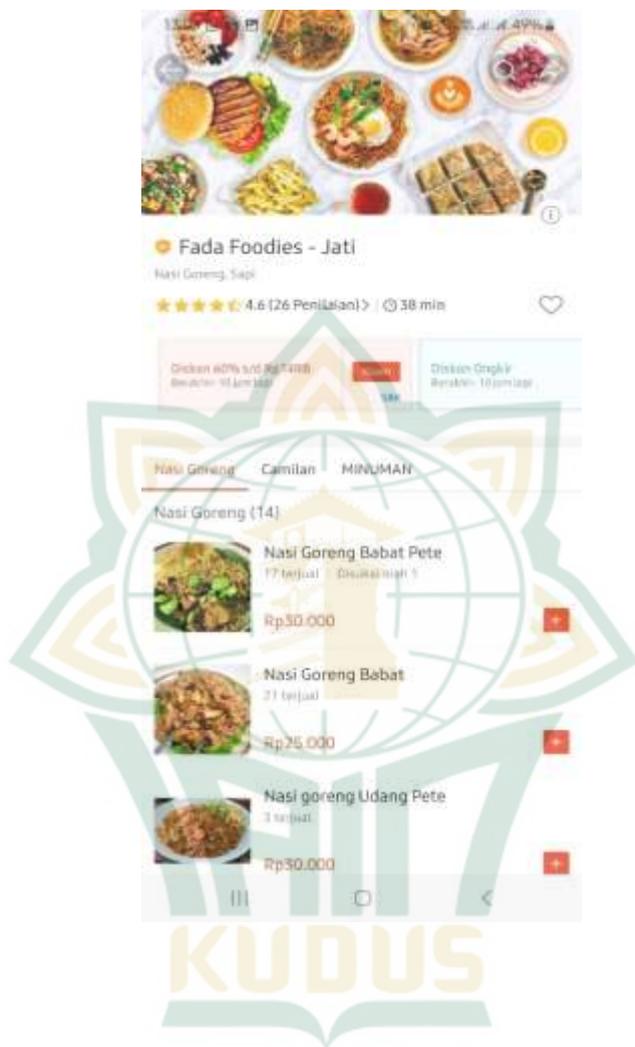


5. Fada Foodies

Fada Foodies berlokasi di Jl. Patimura 115 Loram Wetan 02/01 Kudus ini menjual berbagai macam jenis makanan dan minuman seperti jajanan, aneka nasi dan bakmie. Fada foodies menawarkan berbagai macam menu dan dengan harga yang terjangkau.

Gambar 4.5
Tampilan Fada Foodies pada Platform Food Delivery





B. Deskripsi Data Penelitian

1. *Platform Food Delivery*

Dalam dunia bisnis kita harus proaktif dengan perkembangan teknologi, apalagi dalam dunia bisnis *industry* makanan seperti pelaku usaha kuliner, selain harus mempertahankan rasa juga harus memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menjalankan usahanya. Seperti yang dikatakan Nizam selaku pemilik usaha kuliner:

“Salah satu kemajuan teknologi yang dirasakan pada saat sekarang ini yaitu dalam hal layanan pengantaran makanan *online* dalam bentuk aplikasi. Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur *Go-food*, *Grab-food* atau *Shopee-food* di dalam aplikasi, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Gojek, Grab dan Shopee.”¹

Layanan *Go-food*, *Grab-food* dan *Shopee-food* merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* layaknya *delivery order* disebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur di dalam aplikasi, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran. Menurut Nizam selaku mitra *platform food delivery* mengatakan bahwa:

“*Go-food*, *Grab-food* dan *Shopee-food* tidak hanya disediakan bagi pemilik restoran mewah saja. Salah satu esensi *platform food delivery* adalah mempromosikan makanan hasil karya industri UKM. *Go-food*, *Grab-food* dan *Shopee-food* menyediakan fitur *suggest restaurant* jika ada makanan yang enak dan berkualitas di pinggir jalan. Dengan layanan ini, konsumen tidak harus berkendara ke lokasi penjual atau menunggu di antrian, mereka cukup duduk manis di rumah dan menunggu pesanan datang.”²

Dengan adanya layanan *platform food delivery* dapat membantu para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, karena pada saat sekarang ini konsumen membutuhkan pelayanan yang cepat dan pelaku usaha juga membutuhkan pergerakan yang cepat pula. Sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan volume

¹ Nizam, wawancara oleh penulis, 14 November, 2022, wawancara 4, transkrip.

² Nizam, wawancara oleh penulis, 14 November, 2022, wawancara 4, transkrip.

penjualannya dan keinginan konsumen dapat terlayani dengan cepat pula. Karena itu dengan adanya layanan *platform food delivery* ini dapat memberikan keuntungan kepada pelaku usaha yang dapat meningkatkan penjualannya dan untuk konsumen yang membutuhkan produk yang diinginkan dengan cepat.

Dengan adanya kerja sama yang dilakukan pelaku usaha dengan pihak *platform food delivery* diharapkan kerjasama juga dapat ditingkatkan, kemudian dari pelaku usaha juga dapat mengembangkan usahanya dengan melakukan promosi produknya yang nantinya akan diiklankan oleh pihak *platform food delivery* di dalam aplikasi. Dan jika produk tersebut telah dikenal oleh konsumen dan pangsa pasar dari produk meningkat, maka hal itu tentu akan membantu pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produknya. Karena sudah ada promosi yang dilakukan pihak *platform food delivery*, maka pelaku usaha tidak perlu lagi memasarkan produknya langsung kepada konsumen yang mana hal tersebut akan lebih banyak membuang waktu dan tenaga dari pelaku usaha. Setelah bekerja sama dengan pihak *platform food delivery* pelaku usaha cukup mempromosikan atau memasarkan produknya di media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan lain-lain.

Melalui media sosial tersebut, maka apabila ada konsumen yang berminat membeli produk yang dipromosikan, mereka bisa langsung memesan produk tersebut melalui perantara aplikasi yang di dalamnya terdapat fitur *food delivery*, yang mana aplikasi tersebut dapat di unduh oleh seluruh pengguna *smartphone* secara gratis. Hal ini sesuai dengan napa yang disampaikan oleh Nizam selaku pelaku usaha kuliner rumahan:

“Layanan *Go-food*, *Grab-food* dan *Shopee-food* juga berperan dalam memberi kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, karena produk yang dijual oleh pelaku usaha sudah di promosikan secara *online* oleh pihak aplikasi, yang mana dapat dilihat oleh seluruh pengguna *smartphone*. Sehingga pelaku usaha tidak perlu lagi kesulitan dalam menjangkau konsumennya. Dengan adanya layanan *food delivery* ini, pelaku usaha tidak perlu lagi menyediakan kurir pengantar seandainya ada yang memesan, karena setiap pemesanan yang dilakukan oleh konsumen, akan diantarkan oleh *driver* dari aplikasi yang sudah terlebih dahulu mendaftar menjadi *driver* Gojek, Grab maupun Shopee. Sehingga adanya keefisienan waktu dan uang bagi pelaku usaha karena tidak perlu lagi

mengantarkan langsung produknya atau tidak perlu lagi membayar kurir untuk mengantarnya. Jadi dengan adanya layanan *food delivery* ini, konsumen dapat dilayani dengan cepat dan pelaku usaha tidak terganggu dalam melakukan aktivitasnya.”³

Selanjutnya dengan adanya layanan *food delivery* memberikan kemudahan-kemudahan yaitu dengan adanya jaminan barang sampai langsung ke tangan pemesan tanpa harus mengantar ke lokasi konsumen. Sehingga proses dari penjualan produk tetap berjalan, sementara keinginan dari pemesan juga dapat terlayani dengan cepat. Karena pada saat sekarang ini konsumen membutuhkan pelayanan yang cepat dan pelaku usaha juga membutuhkan mobilitas yang cepat. Dalam hal ini, dengan kehadiran *platform food delivery*, Gojek, Grab dan Shopee mendukung pelaku usaha secara *online* dan mampu untuk meningkatkan volume mitra kerjasama dengan melakukan transaksi mitra usaha. Oleh sebab itu dengan adanya layanan *food delivery* kedua belah pihak saling diuntungkan baik dari sisi usaha ataupun bagi konsumen yang membutuhkan produk yang diinginkan.

Begitupun kerjasama yang dijalankan oleh pelaku usaha dengan pihak *platform food delivery*. Dengan adanya kerjasama yang dilakukan oleh pihak *platform food delivery* dengan para pelaku usaha khususnya dalam bidang kuliner diharapkan kerjasama dapat ditingkatkan, kemudian dari segi pihak pelaku usaha juga dapat mengembangkan usahanya dengan melakukan promosi atau iklan yang lebih menarik sehingga dari pihak *platform food delivery* nantinya dapat melakukan promosi terhadap produk yang telah diiklankan oleh pelaku usaha. Dan apabila produk tersebut telah dikenal oleh konsumen dan pangsa pasar dari produk meningkat, maka dapat membantu pelaku usaha meningkatkan penjualannya.

Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ditawarkan oleh *platform food delivery*, merupakan saat yang tepat untuk masuk ke pasar yang bersifat *online*, Nizam yang menggeluti bisnis Warunk Nizam mengungkapkan bahwa:

“Memutuskan bergabung dengan *Go-food*, *Grab-food* dan *Shopee-food* karena melihat peluang perkembangan teknologi saat ini yang beralih ke arah *online*, hal ini sangat

³ Nizam, wawancara oleh penulis, 14 November, 2022, wawancara 4, transkrip.

bermanfaat untuk pengembangan pasar. Manfaat yang diperoleh dengan bergabung menjadi *merchant platform food delivery* ini sesuai dengan penggunaan strategi pemasaran yang tepat akan menghasilkan perluasan pasar dan pengembangan pasar. Dengan *Go-food*, *Grab-food* dan *Shopee-food* dapat mengembangkan pasar lebih luas lagi, karena jangkauan dari media *online* ini cenderung lebih luas.”⁴

Menurut Muhammad Abdul Aziz selaku *Brand Manager* Gojek menjelaskan bahwa:

“Pengembangan *platform food delivery* dapat terlihat dari kemudahan untuk digunakan (*ease of use*) dilihat dari beberapa indikator navigasi antar muka, kesederhanaan pengaturan tampilan, rancangan fitur aplikasi, dan kemudahan memahami fungsional desain aplikasi. Hal tersebut terlihat dari kemudahan dalam pemahaman sistem pada saat digunakan, tampilan yang sederhana dan *eye catching*, dan mudah dalam pengoperasiannya membuatnya mampu untuk memberikan dampak yang positif terkait perkembangan usaha kuliner rumahan.”⁵

Hal tersebut juga diimbangi dengan ketahanan konsistensi format fitur, penanganan gangguan sistem atau sistem eror dan kehandalan memenuhi aplikasi. Indikator tersebut menjelaskan dalam keandalan sistem kualitas informasi. Muhammad Abdul Aziz juga menambahkan sebagai berikut:

“Pada point penting pengembangan aplikasi didapat dari konsistensi aplikasi tidak rumit untuk digunakan. Faktor yang dapat meliputi indikator konsistensi aplikasi yang mudah digunakan. selanjutnya sistem tidak pernah bermasalah walaupun pada siang hari atau trafik sedang tinggi, artinya sistem tetap stabil meskipun dalam keadaan trafik yang sedang tinggi.”⁶

⁴ Nizam, wawancara oleh penulis, 14 November, 2022, wawancara 4, transkrip.

⁵ Muhammad Abdul Aziz, wawancara oleh penulis, 25 November, 2022 wawancara 2, transkrip.

⁶ Muhammad Abdul Aziz, wawancara oleh penulis, 25 November, 2022 wawancara 2, transkrip.

Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan Fahri salah satu mahasiswa Fakultas Teknik Informatika UMK menjelaskan bahwa:

“Kualitas sistem suatu aplikasi dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya adalah kecepatan akses aplikasi. Dalam aspek kecepatan dapat dilihat dari kecepatan dalam menggunakan aplikasi, gerak navigasi optimal, respon aplikasi saat digunakan, performas baik dalam keadaan resource tinggi ataupun normal. Indikator tersebut mencakup dasar keseluruhan dari kualitas sistem dalam variable kecepatan akses. Dapat disimpulkan dari beberapa indikator didapat dari respon navigasi antarmuka aplikasi saat digunakan sangat membantu dan memudahkan. Sedangkan pada beberapa indikator didapat dari sistem aplikasi stabil dan jarang mengalami eror dengan tiba-tiba artinya, sistem aplikasi jarang sekali mengalami eror ketika digunakan.”⁷

Fahri juga menunjukkan indikator fleksibilitas aplikasi, yaitu sebagai berikut:

“Aspek fleksibilitas dilihat dari beberapa indikator kestabilan disemua perangkat, kestabilan fitur aplikasi dan dapat digunakan kapan saja. Pada point utama dari beberapa indikator didapat dari sistem yang stabil disemua *smartphone*. Point selanjutnya didapat dari indikator operasional tidak dibatasi waktu, dalam arti operasional aplikasi dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.”⁸

2. Tantangan dan Hambatan

Menjalankan bisnis *online* bukanlah hal yang mudah. Pasalnya, berbeda dengan bisnis *offline* dimana kita bisa bertemu langsung dengan pembeli, kita harus bisa memasarkan dan menjual produk kepada konsumen dari jarak jauh. Artinya konsumen tidak dapat melihat produk secara langsung sehingga kita harus memiliki sejumlah strategi untuk bisa meyakinkan pembeli.

Sejak lama layanan pesan antar makanan menggunakan model agregator. Dimana pelanggan memesan makanan dari restoran melalui telepon. Namun seiring berkembangnya era teknologi digital, cara pengiriman makananpun bergeser dan tidak hanya terpaku pada satu system. Kini tersedia *platform food*

⁷ Fahri, wawancara oleh penulis, 25 November, 2022, wawancara 5, transkrip.

⁸ Fahri, wawancara oleh penulis, 25 November, 2022, wawancara 5, transkrip.

delivery, yaitu penyedia jasa logistic untuk melakukan *food delivery* ke berbagai area. Ini tentu memudahkan pemilik restoran dalam memasarkan produk dan menjangkau konsumennya, terutama bagi mereka yang tidak memiliki kurir sendiri. Begitu pula dengan para konsumen, yang bisa memesan menu favorit hanya berbekal aplikasi di ponsel.

Salah satu hambatan dalam *platform food delivery* adalah fungsi pengorganisasian dan pengawasan belum dapat terpenuhi, karena masalah manajemen keuangannya belum dapat terlihat jelas perhitungannya, akan tetapi hal ini sudah diantisipasi dengan pengembangan teknologi yang sudah dilakukan oleh *platform food delivery* yaitu dengan adanya pembaruan untuk para *merchant platform food delivery* yaitu semua transaksi dapat dilihat dengan jelas, seperti yang disampaikan oleh Nizam sebagai berikut:

“Sekarang lebih mudah untuk melihat berapa jumlah pembelian, jumlah yang dibayarkan dan jumlah pajak yang dipotong oleh pihak *platform food delivery* semua dapat dilihat dengan jelas, bahkan jam pemesanan juga dapat dilihat, sehingga para *merchant* dapat melihat kapan jam ramai dan kapan jam sepi, dan dapat melakukan fungsi pengawasan melalui aplikasi.”⁹

Tantangan dan hambatan lain dari penggunaan *platform food delivery* yaitu perihal manajemen waktu, dimana pada *platform food delivery* belum ada fasilitas untuk menandai menu yang habis dan jam buka tutup toko belum *flexible*, akan ada saatnya *merchant* dapat mengecewakan pelanggan, karena sebelum waktunya tutup warung menu sudah habis, berdasarkan hasil wawancara dengan Nizam:

“*Platform food delivery* ini belum menghasilkan output yang baik yaitu dalam hal waktu, belum memiliki manajemen waktu yang baik, sehingga dapat mengecewakan pelanggan dan hal ini dapat menyebabkan kehilangan pelanggan.”¹⁰

Selanjutnya, *restaurant* atau *merchant* yang bekerjasama dengan *platform food delivery* harus setuju dengan adanya *revenue-sharing* (Pajak), hal ini disampaikan oleh Nizam:

⁹ Wawancara dengan Nizam pemilik Warunk Nizam, pada tanggal 14 November 2022.

¹⁰ Wawancara dengan Nizam pemilik Warunk Nizam, pada tanggal 14 November 2022.

“Perjanjiannya memang seperti itu ada pembagian pendapatan dari penjualan atau setiap kali penjualan itu ada pajaknya, jadi untuk menghindari pendapatan yang terpotong pajak maka kita menaikkan harga menu yang tadinya normal ditambah pajak, jadi tidak akan memotong pendapatan.”¹¹

Sesuai dengan fungsinya pada dasarnya di dalam perusahaan terdapat dua macam tenaga kerja, yaitu: Tenaga Eksekutif dan tenaga Operatif, ditinjau dari kemampuannya melaksanakan tugas dibagi menjadi 3 golongan yaitu: tenaga trampil (*skilled labor*), tenaga setengah trampil (*semi skilled labor*) dan tenaga tidak trampil (*unskilled labor*). Para pengusaha kuliner belum memenuhi standart tenaga kerja, belum mempunyai tenaga terampil dalam hal ini terampil dalam hal teknologi, banyak *merchant* yang tidak melek secara teknologi atau seringkali disebut gaptek, penggunaan strategi pemasaran online ini cukup sulit bagi pengusaha yang cenderung tidak melek secara teknologi.

Banyaknya permintaan pesanan makanan *online* dan mengantarkan makanan dari restoran yang jauh dari tempat pelanggan dan dengan tetap menjaga kualitasnya menjadi hal menantang bagi para mitra *platform food delivery*. Perbedaan makanan yang disajikan dilokasi restoran dan yang diantar ke depan pintu dapat membuat konsumen tidak nyaman. Masalah ini tentunya harus segera diatasi, sebelum akhirnya berdampak pada penurunan jumlah pengguna jasa *food delivery*.

Salah satu masalah paling signifikan yang dihadapi pengemudi *platform food delivery* adalah kesalahan penanganan pesanan. Salah satu contoh adalah kurangnya kebersihan, sehingga membuat banyak pelanggan khawatir, ini menjadi salah satu alasan mengapa restoran juga perlu turut memastikan agar dapat mengoptimalkan saat makanan dikirim.

Selanjutnya, pelanggan dapat mempertimbangkan untuk memesan dari berbagai *platform food delivery* yang tersedia. Ada berbagai factor yang bisa menjadi pertimbangannya misalnya diskon lebih tinggi atau pengiriman lebih cepat. Kemudian tentang kecepatan, karena kecepatan adalah aspek utama yang dilihat oleh pelanggan. Terlebih kebanyakan orang tidak mau menunggu makanan mereka datang lama. Kita dapat melihat contoh kasus

¹¹ Wawancara dengan Nizam pemilik Warunk Nizam, pada tanggal 14 November 2022.

yang dilakukan oleh *Pizza Hut Delivery* (PHD) yang menyediakan jaminan makanan sampai dalam waktu 60 menit sejak pemesanan dilakukan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan ini menjadi tantangan tambahan jika restoran memilih untuk menyediakan layanan pengantaran makanan. Yang harus diperhatikan tidak hanya kecepatan pengantaran tetapi juga kapasitas serta ketersediaan kurir, kapasitas produksi dapur, dan juga jarak antara alamat pelanggan dengan dapur.

3. Pengembangan Bisnis Kuliner

Berdasarkan hasil wawancara untuk mengembangkan usaha khususnya UMKM Kudus adalah dibidang kuliner pangan. Karena itu, beberapa aspek sangat spesifik dan hanya cocok untuk UMKM kuliner. Aktor utama yang berperan dalam pembinaan dan pengembangan UMKM kuliner adalah pemerintah daerah. Hal ini karena banyak aspek penataan dan pengembangan UMKM kuliner yang berada dibawah kewenangan pemda kota seperti misalnya terkait registrasi, penyediaan fasilitas bersama, dan tata ruang.

Pertumbuhan UMKM di Kudus sendiri telah membawa dampak yang positif bagi pertumbuhan ekonomi. Dengan mengembangkan ide dan kreatifitas di era ekonomi yang modern saat ini telah menjadi sebuah fenomena tersendiri disebagian besar para pelaku UMKM khususnya di bidang kuliner. Pengembangan UMKM berbasis kuliner di Kudus masih memiliki tantangan tersendiri seperti masih kurangnya modal.

UMKM yang paling banyak atau jenis usahanya di Kudus sendiri yaitu dalam bidang kuliner. Dalam menciptakan dan mengembangkan suatu makanan yang masih dalam kategori baru, tidak selalu bisa langsung jadi. Dibutuhkan kreatifitas dan inovasi yang baru dalam menciptakan dan mengembangkan dari suatu produk makanan yang biasa menjadi produk makanan yang berbeda dari yang lain. Memiliki ciri khas tersendiri merupakan salah satu yang harus di ciptakan bagi pelaku UMKM kuliner ini. Serta yang menjadi sebuah tantangan lain bagi para pelaku kuliner ini yaitu menanamkan dibenak masyarakat Kudus sendiri atau hingga luar Kudus mengenai merek dari produk makanan yang di jual.

Pandemi covid-19 justru ikut menyuburkan jumlah pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus. Saat ini, jumlah pelaku UMK di Kota Kretek sudah mencapai belasan ribu unit usaha. Dan diperkirakan masih akan terus bertumbuh seiring mulai hilangnya Covid-19. Kepala

Disnakerperinkop UKM Kudus, Rini Kartika Hadi Ahmawati mengatakan:

“Pihaknya mencatat ada pertumbuhan jumlah pelaku UMKM pasca pandemi covid-19. Peningkatan terjadi pada semua jenis usaha dengan perkiraan mencapai 50%. Pada 2022 sudah ada pendataan ulang jumlah pelaku usaha di Kabupaten Kudus oleh Dinas Koperasi dan UKM Jawa Tengah. Jumlah pelaku usaha kecil dan menengah di Kabupaten Kudus yang terdata saat ini mencapai 17.182 UMKM.”¹²

Pihaknya masih menunggu hasil lengkap dari pendataan UMKM yang sudah dilakukan provinsi, guna menata program-program lanjutan.

"Pendataan lengkap UMKM di Kudus sudah dilakukan pada 2022. Dari data awal 17.182, ada peningkatan sekitar 50%. Mulai dari jenis makanan, minuman, hingga *craft* atau kerajinan.”¹³

Rini Kartika Hadi Ahmawati menyebut, tumbuhnya UMKM ini menandakan bahwa sudah tercipta kemandirian yang semakin kuat pada masyarakat Kabupaten Kudus. Utamanya pada setiap warga yang memiliki semangat tinggi dalam bidang wirausaha (UMKM). Sementara itu, Bupati Kudus menegaskan, pelaku UMKM dipersiapkan menjadi satu agen pertumbuhan ekonomi Kudus, dengan target di angka 2,5%. Pemerintah daerah harus berupaya dalam menumbuhkan perekonomian rakyat pasca pandemi covid-19. Dengan melakukan inovasi dan kreatifitas program-program kegiatan yang berdampak langsung pada UMKM. Selain itu, berbagai program pengembangan UMKM harus digencarkan agar lebih maksimal, termasuk pembekalan ekonomi keterampilan bagi para pelaku usaha. Harapannya UMKM menjadi ujung tombak peningkatan ekonomi daerah secepat mungkin, sebagai penggerak roda perekonomian masyarakat.

Layanan *food delivery* sebelumnya hanya dimiliki oleh restoran-restoran besar yang memiliki standar pelayanan prima dan *branded*. Jelas bahwa dengan adanya layanan pesan antar akan

¹² Rini Kartika Hadi Ahmawati, wawancara oleh penulis, 9 Januari, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹³ Rini Kartika Hadi Ahmawati, wawancara oleh penulis, 9 Januari, 2023, wawancara 1, transkrip.

memudahkan pelanggan untuk memesan suatu makanan di restoran tersebut tanpa harus datang ke restoran itu. Tetapi sebuah restoran yang ingin memiliki layanan *food delivery* harus memiliki armada atau karyawan kontraknya untuk menjadi seorang *delivery man*, jelas ini membutuhkan biaya lebih untuk menggaji beberapa karyawan lagi untuk *delivery*.

Hadirnya *platform food delivery* akan lebih memudahkan sebuah restoran yang ingin memiliki layanan pesan antar tanpa harus menggaji karyawan lagi. Bahkan tidak hanya restoran ternama saja, usaha kuliner UMKM juga dapat memiliki layanan *delivery order* ini dengan cara bermitra dengan *platform food delivery*. Hal ini tentu saja membantu usaha-usaha kuliner skala besar maupun UMKM untuk memperluas pemasarannya melalui layanan *platform food delivery* ini, sehingga peningkatan penjualan akan dapat dirasakan.

Online delivery food merupakan sebuah alternatif distribusi atau jaringan penyaluran sebuah produk melalui sistem *online*. strategi ini merupakan sebuah kesatuan dengan *cobranding* yang dilakukan oleh UMKM Kuliner dengan *platform food delivery*. Artinya apabila UMKM sudah melakukan kerja sama otomatis juga UMKM tersebut harus melakukan strategi *online delivery food* yang telah di sediakan oleh pihak *platform food delivery*.

Dalam penerapannya *online delivery food* dilaksanakan setelah terjadi pemesanan melalui *platform food delivery*, pelanggan memesan makanan di UMKM Kuliner rumahan yang bekerja sama dengan *platform food delivery* lalu *driver* akan mengantarkan makanan yang sudah dipesan tersebut ke pemesan. Hal ini diungkapkan oleh Ardian Guritno selaku *City Lead Grab*, beliau menyampaikan mekanisme sistem pemesanan *online* adalah:

“Apabila ada pesanan lewat aplikasi *Grab Food* UMKM akan membuatkan pesanan setelah itu nanti ada *driver* yang datang ke warungnya untuk mengambil pesanan tersebut dan diantarkan ke pelanggan yang memesan, dengan adanya sistem ini sangat memudahkan pelaku UMKM untuk mengantarkan pesanan ke pelanggan walaupun hanya dalam jumlah sedikit dikarenakan biasanya hanya akan mengantarkan pesanan apabila pelanggan memesan dalam jumlah banyak.”¹⁴

¹⁴ Ardian Guritno, wawancara oleh penulis, 9 Januari, 2023, wawancara 3, transkrip.

Dengan adanya kerja sama ini juga berdampak pada efisiensi biaya, efisiensi ini berlaku pada biaya promosi dan juga layanan pengantaran. Efisiensi biaya promosi dikarenakan *platform food delivery* tidak meminta biaya apa pun untuk promosi UMKM yang dilakukannya pada *platform food delivery*. *Platform food delivery* hanya menaikkan harga produk yang ada dalam aplikasi, yang artinya biaya tersebut ditanggung oleh pelanggan yang memesan.

Efisiensi selanjutnya ada pada biaya pengantaran. Ini dikarenakan layanan pesan antar *online* atau *online delivery food* yang dahulu hanya bisa dilakukan oleh perusahaan yang mempunyai armada dan modal yang besar. Namun dengan adanya *platform food delivery* para UMKM sekarang ini dapat melakukannya. Dengan adanya kerja sama ini para UMKM tidak perlu membeli motor atau mobil dan membayar orang untuk tenaga pengantarannya semua sudah disediakan *platform food delivery* dengan memanfaatkan para *driver*.

Platform food delivery yang sudah memiliki citra merek yang bagus dan luas di mata konsumen akan mempermudah UMKM kuliner rumahan untuk memasuki pasar baru. Pelanggan yang sebelumnya tidak tahu bahwa produk dari UMKM tersebut ada. Akan dengan mudahnya tahu dikarenakan layanan *platform food delivery* yang terdapat pada setiap aplikasi Grab, Gojek dan Shopee yang pelanggan miliki. Selain itu layanan pesan antar berbasis *online* atau *food delivery* yang diterapkan pada kerjasama ini akan membantu UMKM dalam menjangkau pasar yang sebelumnya UMKM tidak bisa jangkau dikarenakan keterbatasan biaya maupun waktu.

Dengan adanya kerja sama ini UMKM akan merasakan kemajuan teknologi yang dapat membantu usahanya menjadi lebih maju. Kerja sama ini merupakan langkah praktis UMKM untuk mengikuti perkembangan teknologi saat ini tanpa harus membuatnya sendiri. Sebagai contoh *platform food delivery* yang memudahkan para UMKM dalam menerima pesanan. Selain UMKM, pelanggan juga akan merasakan pelayanan yang mempermudah untuk mendapatkan produk UMKM. Semua kemudahan ini merupakan manfaat dari kerja sama UMKM dengan *platform food delivery*.

Gojek mulai masuk di Kabupaten Kudus pada tahun 2017, untuk Grab masuk pada tahun 2018, sedangkan untuk Shopee masuk pada tahun 2021. Untuk saat ini yang mendominasi *platform food delivery* di Kabupaten Kudus adalah Grab. Hal ini terlihat dari observasi yang dilakukan peneliti melalui pengamatan

jumlah orderan yang masuk dari beberapa *home industry* yang dijadikan sebagai objek penelitian lebih banyak dari *platform* Grab, hal ini juga diperkuat dengan jumlah ulasan yang mencapai angka ribuan dibandingkan dengan *platform* Gojek dan Shopee yang hanya pada angka ratusan.

Tabel 4.1
Rating Platform Food Delivery

No	Home Industry	Go Food	Grab Food	Shopee Food
1	Warunnk Nizam	4.5	4.4	4.5
2	Lumbang Padi Catering	-	-	-
3	Mentai Rice Kudus by Dapoer LN	-	4.9	4.9
4	Nasi Kebuli Barokah	-	4.9	-
5	Fada Foodies	3.9	3.7	4.6

Dapat diketahui dari tabel diatas bahwa yang terlihat aktif menggunakan *platform food delivery* adalah Warunnk Nizam dan Fada Foodies. Hal ini diketahui bahwa terdapat rating atau ulasan dari ketiga *platform food delivery*. Sedangkan untuk Lumbang Padi Catering, Mentai Rice by Dapoer LN dan Nasi Kebuli Barokah bersifat masif dalam penggunaan *platform food delivery* untuk penjualan produknya, terlihat dari hanya ada beberapa yang memberikan rating pada *platform food delivery* bahkan ada yang tidak memperoleh rating sama sekali.

Rating digunakan sebagai alat ukur aktif tidaknya penggunaan *platform food delivery* terhadap pengembangan bisnis kuliner karena setiap kali selesai transaksi yang dilakukan diharuskan untuk memberikan ulasan/rating dari pesanan yang dilakukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan semakin banyak ulasan dan semakin baik perolehan rating maka dapat dikatakan toko tersebut aktif menggunakan *platform food delivery*. Indikator baik dalam *platform food delivery* yaitu nilai yang mendekati angka 5 (lima).

Dari pendalaman penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa *platform food delivery* itu sangat membantu apabila digunakan secara aktif dan didukung dengan faktor-faktor yang menunjang untuk perkembangan bisnis kuliner. Adapaun faktor-faktor penunjang perkembangan bisnis kuliner dengan *platform food delivery* yaitu, menu yang bervariasi, rasa yang enak, harga yang terjangkau, kesesuaian gambar dengan pesanan serta SDM yang berwawasan menggunakan *platform food delivery*.

Sedangkan *platform food delivery* yang bersifat masif pada beberapa *home industry* diakibatkan karena beberapa faktor antara lain yaitu, hanya melayani pesanan partai besar dan sistem *pre-order* yang membutuhkan waktu terlalu lama untuk menyiapkan pesanan.

C. Analisis Data Penelitian

1. Keberadaan *Platform Food Delivery* terhadap Pengembangan Bisnis kuliner

Dengan berkembangnya usaha kuliner, tentu para pelaku usaha membutuhkan suatu sarana untuk menunjang kelancaran usahanya dari segi pergerakan. Untuk memenuhi hal tersebut, maka dibutuhkan transportasi guna untuk memperoleh mobilitas yang cepat sehingga kebutuhan konsumen dapat terlayani dengan baik.

Layanan *food delivery* sebelumnya hanya dimiliki oleh restoran-restoran besar yang memiliki standar pelayanan prima dan *branded*. Jelas bahwa dengan adanya layanan pesan antar akan memudahkan pelanggan untuk memesan suatu makanan di restoran tersebut tanpa harus datang ke restoran itu. Tetapi sebuah restoran yang ingin memiliki layanan *food delivery* harus memiliki armada atau karyawan kontraknya untuk menjadi seorang *delivery man*, jelas ini membutuhkan biaya lebih untuk menggaji beberapa karyawan lagi untuk *delivery*.

Hadirnya *platform food delivery* akan lebih memudahkan sebuah restoran yang ingin memiliki layanan pesan antar tanpa harus menggaji karyawan lagi. Bahkan tidak hanya restoran ternama saja, usaha kuliner UMKM juga dapat memiliki layanan *delivery order* ini dengan cara bermitra dengan Gojek, Grab dan Shopee. Hal ini tentu saja membantu usaha-usaha kuliner skala besar maupun UMKM untuk memperluas pemasarannya melalui layanan *food delivery* ini, sehingga peningkatan penjualan akan dapat dirasakan.

Dengan hal ini dapat diartikan bahwa, peranan layanan *platform food delivery* dalam meningkatkan penjualan usaha kuliner memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan penjualan usaha kuliner ditandai dengan terbantunya serta didapatkannya kemudahan dari keberadaan layanan *platform food delivery* yang mendatangkan keuntungan serta adanya saling terbantunya antara pihak *platform food delivery* dengan pelaku usaha kuliner, serta terbantunya juga konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Jadi dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa adanya

kemudahan yang dirasakan oleh pelaku usaha adalah selain omset pendapatan yang meningkat setelah bekerja sama dengan pihak *platform food delivery*, produsen tidak perlu lagi memasarkan produknya langsung kepada konsumen, dan setelah adanya layanan *platform food delivery* mereka cukup mempromosikan produknya melalui media sosial, seperti instagram, facebook, whatsapp dan lainnya.

Melalui media sosial ini, maka masyarakat atau konsumen yang berminat terhadap produk makanan yang ditawarkan dapat langsung memesan produk melalui perantara aplikasi Gojek, Grab maupun Shopee yang didalamnya terdapat layanan *food delivery*. Kemudian setelah dipesan oleh konsumen, maka si pemilik usaha tidak perlu lagi mengantarkan pesanan kepada konsumen karena pesanan tersebut akan diantar oleh *driver*.

Dengan demikian, si pemilik tetap bisa melakukan transaksi lain di tempat usahanya, saat ada layanan pengantaran makanan, tanpa harus menutup tempat usahanya. Dari hasil pembahasan yang di atas, dapat disimpulkan bahwa, layanan pengantaran makanan berperan besar dalam membantu pengusaha kuliner untuk pengembangan bisnis kuliner. Hal itu dapat dilihat dari beberapa keuntungan yang diberikan layanan *platform food delivery* kepada pengusaha kuliner yang bekerja sama yang mana hal tersebut dapat membantu pengusaha mengembangkan bisnis kulinernya.

Promosi adalah bagian dari pemasaran yang besar peranannya, promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas. Responden dalam penelitian ini menggunakan *platform food delivery* sebagai media promosi, dari pihak *platform food delivery* sendiri juga mempromosikan *merchant*-nya yaitu dengan cara memberikan voucher diskon kepada konsumennya dan hal ini terkadang tidak diketahui oleh pihak *merchant*, sehingga pihak *merchant* merasa diuntungkan karena diberikan kesempatan untuk dipromosikan produknya.

Selain itu karena media yang digunakan *platform food delivery* ini sifatnya *online* sehingga jangkauan promosinya bisa lebih luas. Dengan menggunakan *platform food delivery* sebagai media promosi jangkauan pasarnya menjadi lebih luas jika dibandingkan dengan media promosi yang sifatnya tradisional seperti menyebarkan brosur. Melalui *platform food delivery*

pemasar dapat secara leluasa memasang gambar produk di dalam aplikasi, sehingga dapat menarik perhatian pembeli.

Kualitas sistem berarti kualitas dari kombinasi *hardware* dan *software* dalam sistem informasi. Fokusnya adalah performa dari sistem, yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna. Indikator yang digunakan yaitu kemudahan untuk digunakan (*ease of use*), kemudahan untuk diakses (*flexibility*), kecepatan akses (*response time*) dan ketahanan dari kerusakan (*reability*).

2. Tantangan dan Hambatan dalam Kerjasama dengan Keberadaan Platform Aplikasi Food Delivery

Berdasarkan sumber dari go-jek.co.id, *restaurant* atau *merchant* yang bekerjasama dengan Go-food harus setuju dengan *revenue-sharing*, selain itu PT Gojek juga mendapat penghasilan dari iklan yang bekerjasama dengan PT Gojek, baik kerjasama maupun iklan tersebut terhutang PPh Pasal 23 dengan objek pajaknya jasa informasi atau iklan dengan tarif 2%. Dasar hukumnya:

- a. Peraturan Menteri Keuangan No. 244/PMK.03/2008.
- b. PPh 23 angka 7 huruf x yang menyebutkan jasa penyedia tempat dan atau waktu dalam media masa, media luar ruang atau media lain untuk penyampaian informasi dikenakan tarif 2% dari DP jumlah bruto tidak termasuk PPN.
- c. PMK141/PMK.03/2015 Selain PPh Pasal 23, pihak *merchant* juga dikenai PPN atas iklan atau jasa informasi, periklanan adalah jenis jasa yang tidak termasuk dalam *negative list* (jenis jasa yang tidak dikenai PPN), dengan demikian jasa periklanan merupakan Jasa Kena Pajak (JKP) sehingga jasa pemasangan iklan maupun Jasa informasi yang bekerjasama dengan PT Gojek wajib dipungut PPN sebesar 10%, DPP yang berlaku pada umumnya yaitu nilai penggantian. Dasar hukumnya:
 - 1) UU PPN Nomor 42 Tahun 2009 Pasal 4 ayat (1) huruf c yang menyebutkan PPN dikenakan atas penyerahan JKP di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha.
 - 2) Pasal 7 ayat (1) yang menyebutkan tarif PPN adalah 10% Untuk mengantisipasi masalah pajak ini agar pembayaran pajak tidak mempengaruhi penghasilan yang diperoleh para *merchant*, mereka mengantisipasi dengan menaikkan harga di aplikasi, kenaikan harga ini digunakan untuk menutup pajak yang harus dibayarkan sehingga tidak menggerus keuntungan yang diperoleh.

Tantangan dan hambatan ini juga sudah diantisipasi oleh pihak *platform food delivery*, yaitu melalui pengembangan aplikasi para *merchant* dapat dengan mudah menutup dan membuka toko *online* sekaligus menandai menu yang habis, jumlah orderan yang masuk pun dapat dilihat di aplikasi tersebut, sehingga para *merchant* dapat membuat peramalan penjualannya dan lebih *flexible* lagi dalam manajemen waktu dan tidak mengecewakan pelanggan.

Hal seperti ini juga dilakukan oleh *platform food delivery* lainnya dalam hal ini adalah Grab dan Shopee. Untuk mengatasi berbagai tantangan itu, *platform food delivery* harus memikirkan solusi yang lebih baik agar dapat mengarahkan pasar *platform food delivery* untuk pengembangan dan pertumbuhan usaha kuliner kedepannya. Beberapa solusi yang ditawarkan:

Pertama, metode manajemen sumber daya, bila dilakukan dengan tepat, langkah ini dapat menurunkan biaya operasi dan meningkatkan efisiensi fungsional bisnis *food delivery*. Tentunya ini akan berimplikasi pada tingginya kepuasan pelanggan. Kedua, mengikuti tren pasar, mengikuti tren baru yang ada di masyarakat adalah cara beradaptasi bagi berbagai pelaku usaha. Selaras dengan itu, juga perlu melakukan peningkatan strategi terhadap bisnis kuliner. Ketiga, menggunakan teknologi yang tepat, adopsi teknologi yang tepat untuk membantu kegiatan operasional pengiriman makanan dapat mengurangi pekerjaan manual dan membantu memastikan standar layanan tetap terjaga. Terutama jika bisnis kita berkembang dan pekerjaan manual sudah tidak dapat dilakukan secara manual lagi karena jumlah yang terlalu banyak. System planning yang mumpuni dapat sangat membantu proses ini untuk memastikan standar layanan kepada pelanggan dapat dipertahankan.

3. Keberadaan *Platform Food Delivery* terhadap Pengembangan Bisnis kuliner rumahan di Warunk Nizam Kabupaten Kudus

Menjalankan sebuah usaha semakin menarik perhatian berbagai kalangan beberapa tahun belakangan. Usaha kuliner merupakan usaha yang menjanjikan jika dikemas dengan ide dan konsep yang menarik. Salah satu cara terampuh dalam menarik pelanggan baru adalah dengan membuat promo. Promo merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi adalah suatu kegiatan memberitahukan (*information*), membujuk (*persuasion*), dan mempengaruhi (*influence*).

Sekarang ini, dalam mempromosikan dan memasarkan sebuah produk yang dijual sangat mudah dilakukan melalui aplikasi *food delivery* dan aplikasi dinilai sangat membantu dan mempermudah usaha kuliner yang sedang dijalankan cukup dengan cara bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra *platform food delivery*. *Go Food* merupakan layanan dari Gojek dan *Grab Food* merupakan layanan dari Grab dan juga *Shopee Food* merupakan layanan dari Shopee yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai sesuatu layanan promosi, seperti yang diketahui sebagai kegiatan menginformasikan sebuah produk yang disajikan oleh produsen tertentu dalam hal ini adalah pengusaha kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *platform food delivery* ialah memberikan informasi serta pengenalan sebuah produk.

Sebagian besar masyarakat telah menggunakan lebih dari satu aplikasi pesan antar makanan. Dengan melakukan kerja sama dengan Shopee, Gojek atau Grab. Beberapa keuntungan bisa didapatkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mimi Cahayani¹⁵ dengan hasil 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*. Karena sistem pemesanan makanan yang ditawarkan ketiganya sangat baik, hanya dengan modal kecil saja sudah bisa menjalankan bisnis kuliner. Selain bisa menguntungkan secara finansial, pengusaha kuliner pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya. Jika sebelumnya pengusaha kesulitan dalam memasarkan produk kini hal tersebut bisa diatasi. Berikut beberapa keuntungan bergabung dengan *platform food delivery*:

a. Meningkatkan popularitas

Sebuah popularitas restoran atau produk itu penting, dengan terdaftar pada aplikasi *food delivery*, pengusaha kuliner bisa meningkatkan popularitas restoran atau *brand* dengan peluang yang telah disediakan oleh aplikasi ini. Sehingga restoran atau produk yang disediakan langsung bisa dilihat pengguna yang otomatis akan meningkatkan eksposur produk.

b. Ongkos antar lebih murah

¹⁵ Mimi Cahayani, "Analisis Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram," *JPEK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 5, 1 (2021): 95.

Bagi sebagian masyarakat sangat memperhitungkan berapa biaya atau ongkos untuk antar makanan ke para pengguna atau pelanggan. Dengan mendaftarkan restoran atau usaha kuliner ke *platform food delivery*, masalah tersebut telah teratasi. Karena, pembayaran bisa dilakukan dengan menggunakan *Go-Pay*, *Ovo* atau *Shopee-Pay* sehingga biaya yang dikeluarkan lebih murah.

c. Menjangkau konsumen lebih luas

Hal yang sering menjadi hambatan dalam mengembangkan bisnis kuliner atau produk makanan itu biasanya karena terbatas jangkauan. Namun, hal tersebut tidak menjadi suatu hambatan. Sebab jika pengusaha kuliner menjadi mitra dengan aplikasi *food delivery* akan secara otomatis dibantu menjangkau para konsumen secara luas. Karena ada ratusan ribu *driver* yang siap mengantar makanan dan minuman ke pelanggan.

d. Memberikan kemudahan bagi pelanggan

Beberapa kategori di dalam layanan *food delivery* akan mempermudah pelanggan untuk menemukan restoran atau bentuk usaha kuliner lainnya. Masyarakat tidak akan merasa kesulitan menemukan restoran, sebab berbagai hal penunjang pun sudah dilengkapi secara otomatis salah satunya GPS dan alamat lengkap, berapa jarak tempuh pun bisa langsung dilihat. Kemudian restoran atau kuliner yang didaftarkan akan masuk ke kategori *near me*. Artinya, para pengguna aplikasi yang berada di sekitar, akan dapat melihat restoran pada daftar kategori tersebut.

e. Kemudahan mempromosikan menu

Dengan banyaknya fitur dari aplikasi *food delivery*, kamu dapat menampilkan menu-menu terbaik yang ada di restoran. Hal tersebut bisa memberikan pilihan-pilihan menu kepada para pelanggan. Jika menu tersebut menarik, orang-orang akan tertarik untuk membelinya.

f. Tidak memerlukan kurir sendiri

Hal menguntungkan lainnya yaitu pengusaha kuliner tidak perlu kurir antar. Sebab para *driver* siap kapan saja melayani. Jadi bagi pengusaha tidak perlu merasa khawatir dalam mencari kurir karena layanan *food delivery* satu paket dalam aplikasi Gojek, Shopee dan Grab. Bagi pengusaha hanya perlu fokus memunculkan berbagai inovasi dengan yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan hanya perlu untuk menunggu orderan.

g. Meningkatkan omzet penjualan

Jika restoran, cafe atau jenis usaha kuliner lainnya sudah berjalan cukup lama, tentu saja akan banyak pelanggan khusus dan bisa lebih banyak menjangkau pelanggan dengan bergabung ke dalam *platform food delivery*, pangsa pasar semakin meluas dan mudah dalam memesan tentu akan meningkatkan penjualan.

h. Membantu meningkatkan UMKM kuliner

Tidak hanya bisa membantu usaha waralaba besar, layanan pesan antar dari aplikasi *online* dalam hal ini *platform food delivery* bisa membantu mempromosikan makanan hasil karya pelaku UMKM. Warung makan biasa yang ada di pinggir jalan pun bisa sukses bersama *platform food delivery*.

i. Bagi pengusaha kuliner memiliki akses ke pelanggan

Melalui *marketing channel platform food delivery*, pengusaha kuliner dapat menginformasikan berbagai produk unggulan langsung ke jutaan pengguna Gojek, Shopee dan Grab.

Selain itu, melalui promo yang berupa potongan harga atau gratis ongkos kirim tentu sangat menghemat biaya pengeluaran yang digunakan oleh pengguna sehingga pengguna lebih senang memesan makanan melalui *platform food delivery*.

Promo yang diberlakukan *platform food delivery* sangat bervariasi baik promo dalam pembelian paketan, pemotongan minimum belanja bahkan pemotongan dari segi ongkos kirim. Di antara promo yang diberlakukan ialah berbentuk *voucher*, *cashback*, *buy one get one* atau potongan harga. Promo *voucher* merupakan metode promosi di mana pengusaha kuliner memberikan potongan harga ke pelanggan. Segala promo yang ditawarkan oleh *platform food delivery*, tentu sangat menarik minat konsumen dalam menggunakan aplikasi berbasis internet ini sehingga pengguna lebih suka memesan makanan dan minuman melalui aplikasi selain mempermudah juga menghemat pengeluaran.

Sesuai dengan penjelasan di atas, dalam *platform food delivery* di mana makanan yang paling diminati terletak di paling atas menu makanan dan ditandai dengan sebutan menu favorit yang ke semua itu bertujuan untuk menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan. Di dalam kedua aplikasi juga dicantumkan keterangan jumlah ranting untuk mempermudah konsumen dalam memilih menu makanan yang akan di pesan.

Menjalankan sebuah bisnis semakin menarik perhatian berbagai kalangan beberapa tahun belakangan. Bisnis kuliner akan menjadi usaha menjanjikan jika dikemas dengan konsep dan ide menarik. Fenomena munculnya usaha-usaha baru patut diperhitungkan karena tak sedikit yang sukses meraup omset yang besar dalam waktu singkat. Semangat memulai usaha/bisnis kuliner ini menularkan dan memotivasi banyak orang untuk turut serta menjadi seorang pebisnis. Hadirnya *platform food delivery* dinilai mempermudah membuka usaha bisnis kuliner. Cukup dari dapur rumahan pun bisnis kuliner bisa dilakukan bersama *platform food delivery*. *Platform food delivery* merupakan layanan yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai sesuatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *platform food delivery* adalah memberikan informasi serta pengenalan terhadap produk kuliner. Hal tersebut merupakan pencapaian sasaran dalam penggunaan *public relations*.

Wujud kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh *platform food delivery* dalam kegiatan strategi *marketing public relations*-nya adalah dalam bentuk *endorsement*. Hal yang dimaksud di sini adalah pemberian *royalty* yang biasanya berupa *voucher* ataupun *fresh money* terhadap *public figure* yang dapat memunculkan para *opinion leader*. *Royalty* tersebut diberikan sebagai bentuk *reward* atas promosi yang nantinya dilakukan oleh para *public figure* tersebut baik melalui media konvensional maupun akun sosial mediana. Bentuk kegiatan tersebut di atas memberikan dampak munculnya *style* perilaku baru pada konsumen, yakni selain berperan sebagai pengguna produk konsumen juga mempromosikan produk yang digunakannya. Kelebihan dari kegiatan promosi ini yaitu adanya hal yang disebut sebagai *word of mouth*. *Word of mouth Communication* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.

Sesuai hasil penelitian ini, dimana eksistensi atau keberadaan transportasi *online* berpengaruh dan memiliki nilai terbesar terhadap bisnis kuliner yang ada di Kudus. Hal ini sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni¹⁶ dengan hasil 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*. Hal ini dapat terjadi karena keberadaan transportasi *online* membuat dan membantu bisnis kuliner yang ada dengan mempermudah kebutuhan konsumen, mempromosikan dan memasarkan produk yang dihasilkan dengan mudah, dan cepat. Hal yang terpenting dalam bisnis menggunakan jasa transportasi *online* adalah harga yang pasti sesuai dengan yang ditawarkan atau yang dipromosikan pada media atau aplikasi *online*.



¹⁶ Sri Wahyuni, “Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner,” (skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020).