

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan diberbagai bidang sekarang menjadi tolak pemikiran di era globalisasi saat ini. Era digital merupakan era yang mempunyai banyak dampak positif, salah satunya adalah dampak terhadap perkembangan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi yang berkembang dengan pesat dapat membawa kehidupan manusia ke kehidupan yang serba canggih dan praktis. Menurut Hidayah (2019) kemajuan teknologi yang dapat dirasakan secara langsung oleh semua manusia adalah internet dan smartphone, teknologi ini banyak digunakan oleh individu maupun organisasi bisnis untuk proses komunikasi, kegiatan bisnis dan pencarian informasi. Dengan kecepatan perubahan teknologi yang sangat cepat akan mendorong untuk munculnya ekonomi baru (Firdaus, 2018). Menurut Asosiasi Penggunaan Jasa Internet Indonesia (2019) mengemukakan bahwa berdasarkan hasil survey tahun 2020 sebanyak 143,26 juta orang di Indonesia merupakan pengguna internet atau 54,68 persen dari jumlah total penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, ini menjadikan target baru perusahaan untuk merambah dan membidik pelanggan yang menggunakan internet. Teknologi dapat dengan cepat membantu pelanggan untuk mempelajari mengenai informasi produk, mengetahui gerai penjualan, meningkatkan kepekaan terhadap merek serta menambah loyalitas pelanggan (Ananda, 2019).

Perkembangan teknologi pada internet dan smartphone juga berpengaruh pada lahirnya aplikasi-aplikasi berbasis online atau sering disebut startup yang secara spesifik mempermudah segala aktifitas penggunaannya baik dari segi komunikasi, transportasi hingga membeli kebutuhan hidup primer maupun sekunder (Firdaus, 2018). Contoh salah satu startup berjenis transportasi di Indonesia adalah aplikasi Grab. Aplikasi Grab merupakan sebuah aplikasi yang fungsi utamanya adalah untuk pemesanan transportasi dengan cara online yang

di dalamnya terdapat berbagai macam menu layanan yang ditawarkan, antara lain GrabFood, GrabExpress, GrabCar, GrabRide, GrabFresh dan GrabHealth. GrabFood adalah menu aplikasi yang ditawarkan oleh aplikasi Grab yang digunakan untuk pengiriman dan pemesanan makanan atau minuman. GrabFood menyediakan beragam gambar menu makanan dan juga harga tentang makanan tersebut, selain itu di dalam GrabFood juga menyediakan sistem pemesanan secara manual yang memudahkan pengguna dalam memesan makanan sesuai dengan kebutuhan, dengan ini konsumen dengan mudah membanding-bandingkan harga dan juga menu makanan yang akan mereka beli, sedangkan untuk harga ongkos kirim kepada konsumen GrabFood secara otomatis akan mengkalkulasi biaya tersebut sesuai jarak tempuh antara konsumen dan kedai atau rumah makan tersebut. Dengan memesan makanan dari menu aplikasi GrabFood, maka pembeli atau pengguna tidak perlu membeli makanan atau minuman dengan datang langsung ke kedai penjual, outlet, cafe bahkan restoran penjual, karena proses transaksi di tempat tersebut akan dilakukan oleh kurir dari Grab. Kemudian kurir akan mengirimkan pesanan kealamat pembeli atau pengguna Grab tersebut, dan untuk pembayarannya bisa dilakukan secara tunai atau menggunakan saldo pengguna aplikasi Grab.

Menurut Setyowati (2019) yang dikutip dari perusahaan riset asal Inggris, ABI Research mengemukakan bahwa Grab memimpin pasar berbagi tumpangan (ride hailing) atau transportasi online di Indonesia dan Vietnam dengan pangsa pasar lebih tinggi dari startup lain yang sejenis. Grab memang berfokus untuk menyediakan layanan untuk kebutuhan sehari-hari atau dikenal SuperApp. Kepemimpinan pasar ini merupakan keberhasilan Grab untuk menjadi SuperApp yang dapat menangkap volume permintaan masyarakat yang besar selain transportasi (Setyowati, 2019). Di bidang transportasi Grab mempunyai layanan GrabBike, GrabCar, bus dan eScooter. Lalu, ada Grab Express untuk pengiriman barang dan GrabFood untuk pesan-antar makanan. Startup bervaluasi lebih dari US\$ 10 miliar ini juga memiliki layanan

GrabFresh, dan GrabFinancial. Perusahaan ini juga sudah hadir di Indonesia, Malaysia, Singapura, Myanmar, Thailand, Kamboja, dan Vietnam.

Kelebihan menggunakan Grab yaitu program-program yang dibuat Grab bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen khususnya kuliner, sehingga minat konsumen untuk membeli semakin meningkat. Program gratis ongkir yang diberikan GrabFood memberikan dampak pada peningkatan penjualan produk kuliner. GrabFood mengadakan promo atau potongan harga yang cukup besar berupa *voucher* yang kemudian disebarluaskan melalui iklan di internet, media sosial, dan sebagainya. GrabFood ini sudah banyak sekali digunakan terutama di daerah Solo Raya karena ketertarikan pelanggan akan promo atau potongan harga tersebut, salah satu yang menggunakan aplikasi GrabFood adalah Bos Duren Malangjiwan Colomadu.

Penelitian ini dilakukan di Bos Duren Malangjiwan Colomadu yang menggunakan aplikasi Grab terhadap minat beli penggunanya di daerah Colomadu. Layanan GrabFood adalah fitur yang melayani pemesanan makanan atau minuman secara *online*. Bos Duren Malangjiwan Colomadu menggunakan layanan GrabFood karena beberapa orang yang malas keluar rumah tetapi ingin mengonsumsi makanan. Platform GrabFood ini menjadi solusi pemasaran digitalisasi bagi para pelaku usaha kuliner agar mereka bisa mengembangkan usaha dan memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini.

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, perlu dilakukan penelitian tentang “Penggunaan Aplikasi Grab Food Sebagai Media Pemasaran Produk Kuliner (Studi Kasus Bos Duren Malangjiwan Colomadu)”.

B. Perumusan Masalah

Bedasarkan identifikasi latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan aplikasi Grab Food Sebagai Media Pemasaran Produk Kuliner Bos Duren Malangjiwan Colomadu?

2. Apakah kendala dan keuntungan dalam penggunaan aplikasi Grab Food Sebagai Media Pemasaran Produk Kuliner Bos Duren Malangjiwan Colomadu ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu kebenaran. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan penggunaan aplikasi Grab Food Sebagai Media Pemasaran Produk Kuliner Bos Duren di Colomadu.
2. Untuk mendeskripsikan kendala dan keuntungan dalam penggunaan aplikasi Grab Food Sebagai Media Pemasaran Produk Kuliner Bos Duren di Colomadu.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya dalam bidang manajemen pemasaran kaitannya dengan penggunaan aplikasi dalam media pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Pengusaha Kuliner

Pelaku kuliner mampu bertahan dalam persaingan bisnis kuliner dan mampu memaksimalkan peluang pasar yang tersedia. Khususnya dalam hal menjangkau pasar yang lebih luas untuk terus mempromosikan produk dalam platform marketplace penjualan online.

- b. Konsumen

Konsumen memudahkan mendapatkan produk yang terbaik dari berbagai pilihan yang ada karena konsumen mendapatkan kesempatan langsung untuk memilih berbagai jenis produk secara online.

- c. Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.