

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peran

Peran adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa.¹⁴ Peranan (*Role*) merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (status). Peran dapat memberikan arahan individu dalam berperilaku, karena kegunaan peran itu sendiri adalah untuk memberikan arah pada proses sosialisasi, nilai norma, dan pengetahuan.¹⁵ Peran juga dapat menyatukan kelompok masyarakat sehingga dapat terwujudnya kehidupan masyarakat yang lebih terkontrol. Peran merupakan serangkaian pegangan yang membatasi sikap yang harus dilakukan oleh individu yang menempati suatu posisi.

Selain itu, perananpun lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses. Jadi tepatnya adalah bahwa seseorang (lembaga) menduduki suatu posisi atau tempat dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan. Suatu peranan mencakup tiga hal yaitu:

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti meliputi
2. rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.

¹⁴ Soerjono Sukanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 212

¹⁵ Narwoko Dan Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan*, (Jakarta: Kencana, 2014), 160.

3. Peranan dalam konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.

B. Transportasi *Online*

1. Pengertian transportasi

Dalam bahasa Inggris Transportasi berasal dari kata *transportation* yang artinya yaitu angkutan, yang menggunakan sebuah alat untuk melakukan suatu pekerjaan. Bisa juga diartikan sebagai kegiatan mengangkut dan memindahkan barang atau manusia (muatan) dari suatu tempat ke tempat yang lain.¹⁶ Jadi, transportasi adalah perpindahan orang atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dalam waktu tertentu dengan menggunakan alat transportasi yang digerakkan oleh manusia, hewan atau mesin. Sedangkan *online* adalah terhubungnya pengguna dengan internet baik dalam akses jejaring sosial atau media lainnya yang menggunakan internet. Menurut Endang Wahyusetyawati transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka banyak orang yang beralih ke transportasi *online*.¹⁷ Jadi transportasi *online* adalah perpindahan Manusia atau barang dari tempat satu ke tempat yang lain dengan memanfaatkan media internet

¹⁶ Sakti Adji Adisasmita, Perencanaan Infrastruktur Transportasi Wilayah, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 7

¹⁷ Endang Wahyusetyawati, "Dilema Pengaturan Transportasi Online", *jurnal rechts vinding media pembinaan hukum nasional*, 2017

agar terhubung dengan aplikasi *online*. Di Indonesia salah satu transportasi *online* yang banyak dikenal masyarakat yaitu Go-Jek.

Go-Jek merupakan sebuah perusahaan transportasi berbasis *online* di Indonesia. Go-Jek didirikan oleh Nadiem Makariem pada tahun 2010. Go-Jek kemudian semakin berkembang dengan di luncurkannya aplikasi Go-Jek yang dapat diakses oleh pengguna android. Hal ini dapat mempermudah para pengguna karena semakin canggihnya teknologi digital masyarakat juga lebih beralih pada aplikasi yang mudah dan praktis. Go-Jek bekerja sama dengan 2.000.000 lebih pengendara ojol (ojek *online*) yang berpengalaman dan terpercaya untuk memberikan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan.

Go-Jek juga membuka peluang terhadap para wirausaha kuliner yang belum atau tidak memiliki layanan *Delivery order*, dengan memperkenalkan salah satu layanannya yaitu *Go Food*. Layanan ini dinilai mampu menghadirkan kemudahan kepada konsumen serta dapat memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. *Go Food* merupakan layanan pesan antar makanan online di aplikasi Go-Jek. Mitra Usaha *Go Food* yang sudah terdaftar disebut sebagai *partner Go Food partner Go Food* pelaku usaha yang telah bekerjasama sebagai mitra dari Go-Jek dan menggunakan layanan *Go Food* sebagai media penjualan dan pemasaran. *Partner Go Food* akan masuk dan berjualan di aplikasi GoBiz. GoBiz merupakan aplikasi untuk

partner Go Food agar dapat memaksimalkan penjualannya, di dalam aplikasi Gobiz terdapat menu untuk mengatur harga, stok barang, varian menu, dan juga buka tutup restoran dengan mudah sesuai kondisi. Dengan kemudahan ini mitra *Go Food* dapat mengelola usahanya dengan optimal.¹⁸

2. Layanan *Go Food*

Go Food merupakan layanan pesan antar online di aplikasi Go-Jek. Mitra Usaha yang sudah terdaftar layananr *Go Food* akan menerima pesanan *Go Food* di aplikasi GoBiz dan berkesempatan untuk meningkatkan penjualan dengan memperluas jangkauan usaha ke pengguna aplikasi Go-Jek. Melalui layanan *Go Food*, juga dapat meningkatkan jumlah pesanan dengan cara menampilkan foto banner yang menarik, selalu update foto menu makanan, dan mengatur ketersediaan menu. Selain itu, mitra *Go Food* juga bisa mengelola usaha di *Go Food* dengan optimal, seperti mengatur jam operasional dan status buka atau tutup restoran. Mitra Usaha dapat menyiapkan pesanan sebelum mitra *Driver* datang sehingga pelanggan tidak perlu menunggu terlalu

¹⁸ PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (GOJEK) <https://bantuan.gobiz.co.id/s/> (Diakses Pada 05 Januari 2022)

lama. Selain itu, Anda dapat melakukan transaksi dengan aman dan nyaman dengan adanya PIN Validasi.¹⁹

Layanan *Go Food* merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur *Go Food* di dalam aplikasi Go-Jek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Go-Jek. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran. Saat ini ada lebih kurang 1 juta armada roda dua Go-Jek yang bisa dimanfaatkan sebagai armada layanan *food delivery*. Syaratnya pun cukup mudah, tinggal bekerja sama dengan Go-Jek sehingga menu atau produk kuliner yang dijual bisa masuk ke dalam menu pilihan di fitur *Go Food*. Dengan adanya kemajuan teknologi inilah, maka salah satu kegiatan yang diuntungkan adalah kegiatan perekonomian, dimana para pelaku usaha yang menjalankan usahanya tentu membutuhkan mobilisasi yang cepat sehingga dengan adanya *Go Food* dapat membantu pelaku usaha untuk menjalankan usahanya

Meskipun tergolong baru, *Go Food* berhasil merebut pangsa pasar pesan antar makanan dengan strategi merangkul pengusaha kecil-kecilan sehingga semakin banyak pilihan makanan di dalam *Go Food*. Saat ini

¹⁹<https://bantuan.gobiz.co.id/s/article/Apa-itu-fitur-GoFood#:~:text=GoFood%20merupakan%20layanan%20pesan%20antar,usaha%20ke%20pengguna%20aplikasi%20Gojek>. Diakses pada 05 Januari 2022 pukul 11.13

telah banyak pelaku usaha yang telah bekerjasama dengan Go-Jek ada sebanyak 2.900.000 lebih²⁰ mitra driver dan *Go Food* yang telah menjadi bagian dari *merchant* Go-Jek. Merupakan pengusaha kuliner yang masuk kategori pengusaha kecil dan menengah, *Go Food* pun menjadi layanan pesan antar makanan terbesar di Indonesia.

Untuk mengetahui kehadiran layanan *Go Food* yang berperan untuk meningkatkan penjualan usaha kuliner, terdapat beberapa indikator yaitu:

a) Promosi

Layanan *Go-Food* tidak hanya memberikan kemudahan bagi pengguna namun memberikan peluang bagi para pebisnis industri kuliner untuk memaksimalkan usahanya. Esensi dari *Go Food*, salah satunya adalah mempromosikan makanan hasil karya bisnis kuliner. Hal tersebut menjadi misi besar yang ingin diwujudkan oleh Go-Jek tersebut. Misalnya ada makanan yang enak dan kualitasnya bagus di pinggir jalan, dengan *Go-Food*, makanan mereka bisa terpromosikan melalui fitur *suggest restaurant*.

b) Efisiensi waktu atas kebutuhan pelanggan

Untuk mempermudah pengguna jasa dalam bertransportasi dengan cara memesan dengan ponsel pribadi transportasi *online* pun akan tiba dengan tepat waktu, tidak hanya jasa antar jemput

²⁰<https://www.gojek.com/id-id/> diakses pada 04 juni 2022 pukul 21..46

penumpang saja, hal ini juga dapat dirasakan oleh para pengguna *Go Food*.²¹

c) Keamanan dan kenyamanan

Layanan *Go Food* memberikan kenyamanan kepada konsumen dan juga penjual, *Go Food* memberikan perlindungan kepada hak yang dimiliki konsumen dan penjual

d) Distribusi atau tempat

Tempat merupakan lokasi penyediaan produk dan jasa beserta pendistribusiannya. Strategi distribusi diperlukan untuk memberi kemudahan kepada konsumen dalam menemukan informasi dan keberadaan produk²². Variabel tempat antara lain lokasi, jangkauan (*accessability*), saluran distribusi, dan luas cakupan distribusi.

C. Bisnis kuliner

1. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah suatu usaha yang dilakukan oleh seorang wirausaha baik secara individu maupun berkelompok agar bisa memperoleh laba dan mendapatkan hasil sesuai tujuan yang ingin dicapai dengan melakukan kegiatan baik memproduksi atau menjual barang dan jasa.²³

Menurut Griffin dan Ebert aktivitas bisnis melalui penyediaan barang

²¹ Widia Kartika, *Pengaruh Kehadiran Transportasi Online (Grab) Terhadap Pendapatan Angkutan Umum Di Kota Bengkulu*, (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019), 27

²² Kotler, *marketing mix 2012*²³ M. Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2013), 2

dan jasa bertujuan untuk menghasilkan keuntungan.²⁴ Suatu usaha dikatakan memperoleh laba jika kegiatan usaha dalam suatu periode mengalami kenaikan dan total pendapatan lebih besar dari total biaya keseluruhan. Melalui laba yang dihasilkan maka pelaku usaha dapat lebih meningkatkan usahanya menuju level usaha yang lebih besar. Hal ini juga berlaku untuk pelaku usaha *home industry* ataupun perusahaan besar yang sudah berbadan hukum dimana keuntungan usaha tersebut dapat dimanfaatkan untuk pemenuh kebutuhan pribadi dan kebutuhan pengembangan usaha.

2. Faktor yang mempengaruhi bisnis

Menurut Ismail Solihin²⁵ terdapat 2 faktor yang mempengaruhi sebuah bisnis diantaranya yaitu:

a. Faktor Ekonomi

- 1) Jenis usaha yang dipilih sebaiknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- 2) Modal harus diperhitungkan dengan matang karena dapat menentukan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan.
- 3) Bahan yang digunakan harus terjamin agar kualitas dan harga produk tetap bisa bersaing.

²⁴ Ronald J Ebert & Ricky W Griffin, *Pengantar Bisnis*, ed ke-10 (Jakarta: Erlangga, 2015), 8

²⁵Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2014), 16-18

- 4) Pemanfaatan tenaga kerja untuk menjalankan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan kegiatan, dan *controlling*.
- b. Faktor non ekonomi
- 1) Tingkat sosial masyarakat, seperti tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan keinginan masyarakat.
 - 2) Lingkungan, yaitu jika lingkungan usaha aman, sehat serta kondisi masyarakat yang baik maka sangat membantu kelancaran bisnis.
 - 3) Alam, kondisi alam yang berubah-ubah dapat memberikan dampak kurang baik pada sebuah bisnis.
 - a) Kondisi sosial, politik, dan hukum.
 - b) Kebijakan pemerintah.

3. Pengertian Bisnis Kuliner

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang cukup menguntungkan dan menjanjikan, walaupun para pengusaha perlu memulai dengan modal namun memiliki ide dan strategi yang tepat akan mampu mempercepat pengembangan usahanya.²⁶ Bisnis kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang terus berkembang dengan pesat, karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus

²⁶ Mada Syahputra Sinuraya, *Opini Masyarakat Tentang Bisnis Kuliner Online (Studi Kasus Di Kota Medan)*, (Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2020), 30

dipenuhi, sehingga apabila makan dan minuman masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang bermunculan, baik itu restoran yang menjual menu secara langsung maupun secara *online*. Menu dan fasilitas yang ditawarkan juga semakin beragam, mulai dari tempat yang sederhana dengan sajian makanan rumahan hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu unik dan mewah.

4. Kiat-kiat Membangun Usaha Kuliner²⁷

Besarnya keuntungan yang diperoleh dari berbisnis kuliner menjadikannya banyak persaingan. Oleh karena itu berikut adalah strategi khusus dalam membangun usaha dibidang kuliner, diantaranya:

- a. Untuk memulai bisnis makanan, pilihlah makanan yang biasa dibuat sehingga lebih menguasai resep khusus atau cara pembuatannya
- b. Selalu menjaga kualitas produk, pelajari lebih dalam tentang hal-hal detail yang berhubungan dengan menu makanan yang di tawarkan, dari mulai cara pembuatan yang pas hingga memperhatikan takaran komposisi bahan dengan tepat
- c. Melakukan riset pasar untuk mengetahui variasi jenis makanan yang ada, sehingga dapat menentukan inovasi makanan baru yang belum ada di pasaran. Selain itu riset juga dapat berguna untuk

²⁷ Syarif Hidayatullah, dkk, *Eksistensi Transportasi Online (Go Food)*, Hlm. 1425-1426

mengetahui harga serta kualitas rasa yang dimiliki para pesaing, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan produk.

- d. Memberikan citra atau merk khusus pada usaha, sehingga produk makanan yang dijual memiliki image khusus di mata para konsumen. Usahakan menggunakan nama atau kata yang mudah diingat.
- e. Penetapan harga jual, berikan harga yang sesuai dengan kualitas rasa makanan. Jangan terlalu banyak dalam mengambil keuntungan, lebih baik memperoleh keuntungan sedikit namun banyak pelanggan yang datang
- f. Kreatif dan inovatif dalam mengembangkan menu makanan, sehingga para konsumen tidak bosan dengan menu yang disajikan. Berikan pelayanan terbaik kepada konsumen, istilahnya pembeli adalah raja maka berikan pelayanan terbaik
- g. bagi para konsumen. Usahakan untuk selalu ramah dengan pembeli, memperhatikan juga kebersihan tempat usaha maupun produk makanan, dan yang paling penting adalah jangan membuat konsumen terlalu lama menunggu pesanan mereka.

5. Keuntungan dan kelemahan bisnis kuliner:

a. Keuntungan:

- 1) Banyak jenis kuliner pilihan yang dapat dijual
- 2) Tidak terlalu besar dalam hal modal

- 3) Inovasi produk lebih bisa dikembangkan dengan mudah
- 4) Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat.

b. Kelemahan:

- 1) Makanan memiliki masa ketahanan yang singkat atau tidak lama
- 2) Harga bahan baku yang sering berubah
- 3) Makanan yang kurang *fresh* juga akan mempengaruhi minat konsumen

D. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Menurut Basu Swastha penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu bentuk kegiatan bertransaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli baik berupa barang, atau jasa. Jika suatu usaha mampu melakukan penjualan dengan baik maka dapat dipastikan suatu usaha akan memperoleh keuntungan. Penjualan merupakan serangkaian kegiatan sebagai penunjang dan pemenuh kebutuhan melalui proses pertukaran. Kemampuan suatu usaha atau perusahaan akan menentukan peningkatan dan keberhasilan sehingga dapat memperoleh keuntungan. Namun apabila tidak dapat memaksimalkan maka perusahaan akan bisa mengalami kerugian. Adapun tujuan penjualan menurut Tjiptono ya

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan atau meningkatkan penjualan produk yang lebih menguntungkan
- b. Tujuan yang dirancang untuk dapat mempertahankan posisi penjualan yang efektif dengan cara memberikan informasi kepada konsumen
- c. Menunjang kebutuhan perusahaan.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Menurut Basu Swastha Faktor-faktor yang mempengaruhi aktivitas penjualan adalah sebagai berikut:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Sebuah transaksi dalam penjualan tidak dapat terlepas antara penjual dan pembeli yang saling berkaitan. Dalam hal ini penjual harus bisa meyakinkan pembeli atas apa yang dijual bahwa produknya sesuai apa yang dibutuhkan oleh pembeli agar mencapai tujuan penjualan yang diinginkan, penjual harus bisa memahami bagaimana kondisi pembeli dan memberikan pelayanan terbaik.

b. Kondisi pasar

Mengetahui kondisi pasar adalah salah satu kunci penjualan agar dapat mencapai tujuan dan target secara maksimal. Faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Segmentasi pasar. Daya beli konsumen dan minat konsumen

- 2) Frekuensi pembeli
- 3) Jenis pasar, apakah pasar tradisional atau pasar online seperti marketplace dan lain-lain.

c. Modal

Dalam memulai usaha atau menjalankan usaha diperlukan promosi seperti iklan, sampel produk, tempat usaha, dan transportasi yang menjadi salah satu penunjang tujuan sebuah usaha yang juga memerlukan modal untuk menjalankannya.

d. Kondisi internal perusahaan

Disetiap perusahaan besar maupun menengah organisasi dalam perusahaan sudah memegang perannya sendiri seperti bagian penjualan, pemasaran, ataupun akuntansi perusahaan, kondisi ini juga mempengaruhi penjualan jika masing-masing bagian kurang memperhatikan masalah yang timbul dalam suatu perusahaan.

e. Faktor lain

Faktor lain bisa datang dari pihak internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan.