

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi pada era globalisasi sangatlah melaju cepat. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan adanya peningkatan dalam produksi barang maupun jasa dalam perekonomian, sehingga pertumbuhan ekonomi ini merupakan salah satu indikator penting dalam melakukan suatu analisis pembangunan ekonomi (Setiawan, 2018). Pembangunan ekonomi dimulai dari sektor terkecil hingga merata pada seluruh lapisan masyarakat. Salah satu faktor yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada saat ini adalah industri kuliner.

Perkembangan industri kuliner semakin meningkat dikarenakan kuliner merupakan kebutuhan sehari - hari dari masyarakat. Namun seiring dengan perkembangan zaman, kuliner tidak hanya menjadi produk konsumsi saja, melainkan saat ini kuliner sudah menjadi gaya hidup dari masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner saat ini yang berkembang dengan kreatifitas dan inovasi yang tinggi guna untuk memperoleh konsumen. Data dari kementerian perindustrian menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman pada Tahun 2017 mencapai sebesar 9,23%, mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan tahun 2016 sebesar 8,46% (Yasmin, 2018).

Kota Surabaya merupakan kota terbesar di Indonesia urutan kedua setelah Kota Jakarta. Sebagai kota kedua terbesar di Indonesia, tentunya industri kuliner di Kota Surabaya juga berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu industri kuliner yang cukup banyak didirikan di Surabaya adalah rumah makan. Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha gastronomi

yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Berikut jumlah restoran dan rumah makan di Kota Surabaya, dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah Rumah Makan di Kota Surabaya

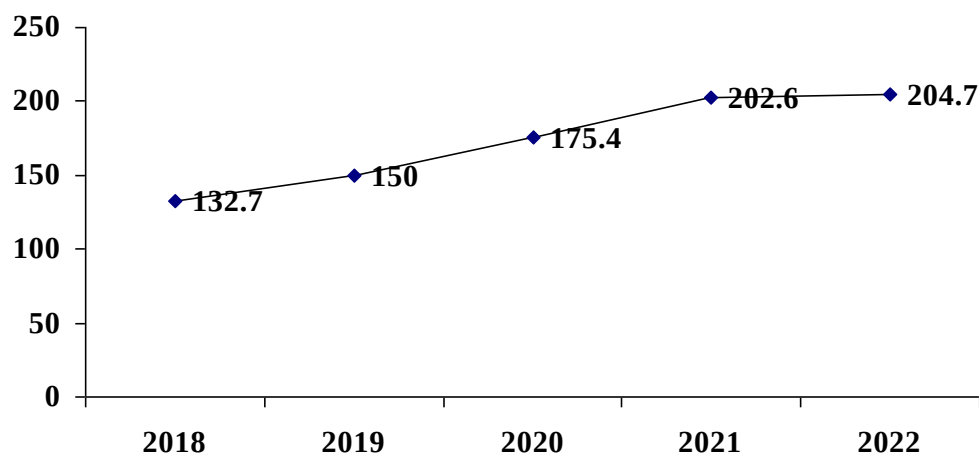
No	Tahun	Jumlah (Unit)
1	2014	383
2	2015	713
3	2016	790
4	2017	1083
5	2018	1341

Sumber: BPS Kota Surabaya, (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa dari Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2018 jumlah rumah makan di Surabaya selalu meningkat. Pada Tahun 2015 terjadi peningkatan jumlah rumah makan dari Tahun 2014 yang awalnya 383 unit menjadi 713 unit, pada tahun itu pula terjadi peningkatan secara signifikan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah rumah makan di Surabaya semakin meningkat pada daerah Surabaya. Penelitian ini akan berfokus pada wilayah Kota Surabaya Timur, khususnya daerah Kecamatan Rungkut. Wilayah Rungkut terus melakukan perkembangan dan pembangunan di beberapa sektor seperti pembangunan infrastruktur, sarana pendidikan, perumahan hingga industri, salah satunya maraknya industri kuliner yaitu rumah makan.

Perkembangan teknologi informasi pada era *globalisasi* saat ini berkembang dengan pesat. Seiring berjalannya waktu, di era *globalisasi* perkembangan teknologi mengambil peranan yang sangat penting karena mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Saat ini, dunia mengenal teknologi yang dinamakan media *internet*, dimana setiap orang melalui media ini

dapat memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja (Laurent, 2016). Media *internet* pun selain menjadi salah satu sarana komunikasi dan juga memberikan peluang bagi siapa saja untuk menjalankan bisnis. Mengikuti perkembangan yang ada membuat masyarakat yang bersifat tradisional berubah menjadi semakin *modern* baik perilaku maupun budaya. Berikut Tabel 1.1 jumlah pengguna *internet* di Indonesia :



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *Internet* di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan adanya perubahan jumlah pengguna *internet* di Indonesia pada Tahun 2018 berjumlah 132,7 Juta orang sedangkan pada Tahun 2021 berjumlah 202,6 Juta orang. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, tingkat pertumbuhan ekonomi yang merangkak naik sehingga menimbulkan tingkat permintaan, pelayanan juga semakin tinggi. Hal ini memicu timbulnya berbagai macam kreatifitas yang semata - mata untuk menjawab kebutuhan atas keinginan masyarakat agar segera cepat terlayani dengan kemudahan memanfaatkan teknologi secara tepat guna, efisien dapat memenuhi kebutuhan atau kepuasan antara pihak pembeli dan pihak penjual. Era sebelum adanya *internet* atau jaringan *online*, interaksi antara pihak penjual dan pembeli

terbatas dengan menggunakan fasilitas jaringan telepon manual, *faximile* atau melakukan pemesanan dengan tatap muka agar dapat terjadi interaksi jual beli, sudah tentu hal ini membutuhkan upaya yang kurang efisien yang dapat ditinjau segi waktu dan biaya.

Dengan adanya layanan *online*, layanan *GoFood* merupakan perusahaan jasa yang menjadi pihak ketiga yang tepat menghubungkan antara penjual dan pembeli bertransaksi dengan memanfaatkan *E-commerce* transaksi jual beli terjadi dengan cepat memuaskan, memenuhi keinginan kedua belah pihak. Pelanggan *GoFood* lebih dominan dibandingkan kompetitor, mayoritas orang mencapai 35% lebih memilih *GoFood* dan sebesar 20% memilih *Grab-Food*. *GoFood* memiliki pelanggan yang lebih setia, dimana tiga keuntungan teratas dari penggunaan aplikasi adalah familiar dengan aplikasi, ketergantungan pada *Go-Pay e-wallet* dan ramah pengguna (Jonathan, 2021).

Hal ini juga berdampak terhadap omzet penjualan produk rumah makan disekitar Kecamatan Rungkut Kota Surabaya dengan adanya layanan *GoFood* yang juga dimanfaatkan untuk mempromosikan sajian menu makanan berupa gambar / foto makanan, minuman yang disediakan pada rumah makan serta di lingkungan dengan nilai harga setiap menu makanan apalagi pembeli mendapat layanan siap antar ke tempat, promosi atau iklan tersebut tanpa disadari akan dapat meningkatkan nilai omzet penjualan, kemudahan pemesanan dan transaksi. Beranjak dari uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Dampak *GoFood* terhadap Rumah Makan di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak *GoFood* terhadap peningkatan omzet penjualan produk rumah makan di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya ?
2. Bagaimana dampak *GoFood* terhadap pemasaran *online* rumah makan di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dampak *GoFood* terhadap peningkatan omzet penjualan produk rumah makan di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.
2. Menganalisis dampak *GoFood* terhadap pemasaran *online* bagi rumah makan di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yakni manfaat teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai dampak *GoFood* terhadap rumah makan di Kecamatan Rungkut Kota Surabaya dan dapat digunakan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pembaca

Merupakan bahan informan tentang dampak *GoFood* terhadap rumah makan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif bagi perusahaan.