

SKRIPSI

**ANALISIS DAMPAK LAYANAN PESAN ANTAR
MAKANAN *ONLINE* TERHADAP DAYA SAING
INDUSTRI KREATIF SEKTOR KULINER
DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**ANAS ALFATHANI
NIM: 190604054**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M/ 1445 H**

SKRIPSI

**ANALISIS DAMPAK LAYANAN PESAN ANTAR
MAKANAN ONLINE TERHADAP DAYA SAING
INDUSTRI KREATIF SEKTOR KULINER
DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**Anas Alfathani
NIM: 190604054**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025M / 1446H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anas Alfathani
NIM : 190604054
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 9 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Anas Alfathani

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

SKRIPSI

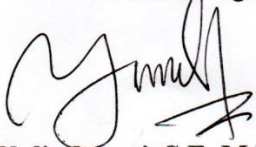
Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan Online Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Anas Alfathani
NIM. 190604054

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dan penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



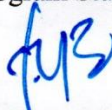
Yulindawati, S.E., M.M
NIP. 197907132014112002

Pembimbing II



Winny Dian Safitri. M.Si
NIP. 199005242022032001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi



Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 1983070920140320002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

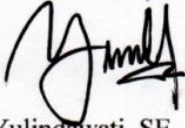
Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan Online Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh

Anas Alfathani
NIM. 190604054

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Ilmu
Ekonomi

Pada Hari/ Tanggal : Kamis 9 Januari 2025 M
9 Rajab 1446 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Yulindawati, SE., MM
NIP. 197907132014112002

Sekretaris,



Winny Dian Safitri, M.Si.
NIP. 199005242022032001

Penguji I,



Dr. Hendra Syahputra, MM.
NIP. 19761024200911005

Penguji II,



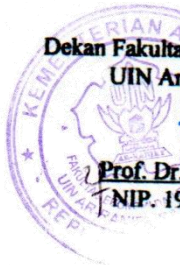
Rika Mulia, MBA,
NIP. 198906032020122013

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Anas Alfathani
NIM : 190604054
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
E-mail : 190604039@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KRU Skripsi

Yang berjudul:

Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan Online Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 9 Januari 2025
Mengetahui,

Penulis

Anas Alfathani
NIM. 190604054

Pembimbing I

Yulindawati, SE., MM
NIP. 197907132014112002

Pembimbing II

Winny Dian Safitri, M.Si
NIP. 199005242022032001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang dengan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan Online terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh*” ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju terang benderang ilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penelitian hingga penulisan selesai, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.EC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang penulis butuh selama ini.

3. Ibu Cut Dian Fitri, SE., M.Si., AK. CA selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Uliya Azra, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.
4. Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku ketua Laboraturium dan Uliya Azra SE., M.Si selaku wakil ketua Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Ibu Yulindawati, S.E.,M.M sebagai Dosen Pembimbing 1 yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Winny Dian Safitri. M.Si sebagai Dosen Pembimbing 2 yang dengan kesabarannya telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Dr. Hendra Syahputra, MM., atas kesediaannya menjadi penguji dalam sidang ini serta atas masukan, saran, dan kritik konstruktif yang diberikan.
8. Ibu Rika Mulia, MBA., atas waktu, perhatian, dan kesediaannya menjadi penguji dalam proses sidang ini serta untuk semua masukannya.
9. Ibu Rachmi Meutia, S.E., S.Pd.I., M.Sc. sebagai Penasehat Akademik dan seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

10. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pelaku UMKM kota Banda Aceh karena telah membantu dalam penelitian penulis.
11. Orang tua tercinta, Bapak Usman dan Ibu Fatimah terimakasih atas segala doa, cinta, kasih sayang, pengorbanan, percayaan, motivasi, semangat dan dukungan baik secara moril maupun materil yang tidak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan pendidikan pada program studi Ilmu Ekonomi.
12. Rafa Assyahida atas dukungan yang tiada henti selama proses penyusunan penelitian ini. Kehadiran, semangat, serta doa yang diberikan telah menjadi sumber motivasi dan kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan setiap tahap dengan baik. Dukungan moral dan emosional yang diberilam benar-benar berarti dan memberikan keyakinan untuk terus maju. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
13. Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan angkatan tahun 2019 yang telah memberikan dorongan dan bantuan kepada penulis serta sahabat-sahabat dekat penulis yang selalu setia berbagi suka dan duka dalam menempuh pendidikan Strata Satu.

Akhirnya, penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangannya. Penulis berharap penulisan skripsi ini bermanfaat terutama bagi penulis sendiri dan juga kepada para pembaca semua. Maka kepada Allah jualah kita

berserah diri dan meminta pertolongan, seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya untuk kita semua. Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.

Banda Aceh, 9

Januari 2025

Penulis,

Anas Alfathani



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	”
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	”
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vocal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri darivokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vocal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vocal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Contoh:

kaifa : كيف

hauula : هؤل

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

3. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
يَ	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī

ي	Dammah dan wau	Ū
---	----------------	---

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) (yang mati atau mendapat harkat sukun transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ṭalḥah : طَلْحَةٌ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf,



ABSTRAK

Nama : Anas Alfathani
NIM : 190604054
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
Judul : Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Yulindawati, S.E.,M.M
Pembimbing II : Winny Dian Safitri. M.Si

Perkembangan industri kreatif di Indonesia, khususnya sektor kuliner, terus mengalami pertumbuhan seiring dengan kemajuan teknologi. Salah satu inovasi signifikan adalah layanan pesan antar makanan *online*, seperti *Gofood* dan *GrabFood*, yang memudahkan konsumen dalam memesan makanan dan meningkatkan efisiensi operasional bagi pelaku usaha kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak layanan pesan antar makanan *online* terhadap daya saing sektor kuliner di Kota Banda Aceh, dengan fokus pada peningkatan penjualan dan peran layanan ini dalam membantu pelaku usaha bersaing di pasar lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melibatkan lima pelaku usaha kuliner di Kota Banda Aceh yang telah mengadopsi layanan pesan antar *online*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan pesan antar makanan *online* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan dan daya saing bisnis. Fitur-fitur promosi dalam aplikasi membantu pelaku usaha menjangkau lebih banyak konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan visibilitas merek. Selain itu, penelitian menemukan bahwa adopsi layanan ini memberikan pelaku usaha keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan lokal. Integrasi dengan *platform online* memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk berkompetisi dengan pemain yang lebih besar melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan industri kuliner di Kota Banda Aceh.

Kata kunci: Layanan, *Online*, Kuliner, Pemasaran, *Digital*



ABSTRACT

Name : Anas Alfathani
NIM : 190604054
Faculties/ Programs : Islamic Economics and
Business/Economics
Title : Analysis of the Impact of *Online*
Food Delivery Services on the
Competitiveness of the Creative
Culinary Industry in Banda Aceh
Supervisor I : Yulindawati, S.E.,M.M
Supervisor II : Winny Dian Safitri. M.Si

The development of the creative industry in Indonesia, especially the culinary sector, continues to grow in line with technological advances. One of the significant innovations is online food delivery services, such as Gofood and GrabFood, which make it easier for consumers to order food and improve operational efficiency for culinary business actors. This study aims to analyze the impact of online food delivery services on the competitiveness of the culinary sector in Banda Aceh City, with a focus on increasing sales and the role of these services in helping businesses compete in the local market. This study uses a descriptive qualitative method involving five culinary business actors in Banda Aceh City who have adopted online delivery services. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed descriptively. The results of the study show that online food delivery services contribute significantly to increasing sales and business competitiveness. In-app promotional features help businesses reach more consumers, expand market share, and increase brand visibility. In addition, research has found that the adoption of these services gives businesses a competitive advantage in the face of local competition. Integration with online platforms allows small and medium-sized businesses to compete with larger players through the utilization of technology and marketing innovations. This shows that digital technology plays an important role in driving the growth and sustainability of the culinary industry in the city of Banda Aceh.

Keywords: *Service, Online, Culinary, Marketing, Digital*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.3 Manfaat Kebijakan	11
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13

2.1 Industri Kreatif	13
2.2 Usaha Kuliner.....	14
2.3 Layanan Pesan Antar Makanan <i>Online</i>	15
2.3.1 Gojek.....	18
2.3.2 Grab.....	22
2.4 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan <i>Online</i>	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Berpikir Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3 Validasi Data	32
3.4 Penentuan Informan	32
3.5 Sumber Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.7 Pedoman Wawancara	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2. Hasil Penelitian	42
4.2.1 Hasil Wawancara Dampak Layanan Pesan Antar <i>Online</i>	42
4.2.2 Hasil Wawancara Daya Saing Industri Kreatif	47
4.2. Pembahasan.....	55
4.2.1 Analisis Dampak Layanan Pesan Antar <i>Online</i> terhadap Industri Kreatif Bidang Kuliner di Kota Banda Aceh.....	56
4.2.2. Peran Sistem Layanan Pesan Antar Makanan Membantu Persaingan dalam Bisnis Kuliner pada Gerai Makanan di Kota Banda Aceh	60

BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan UMKM di Banda Aceh dari Tahun 2017-2022.....	3
Gambar 1.2 Persentase Pengguna Aplikasi Pesan Antar Makanan	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Rating Toko Bulken	49
Gambar 4.2 Rating Toko Banda Banana.....	50
Gambar 4.3 Rating Toko Somad Kebab	51
Gambar 4.4 Rating Toko Harvies Coffee.....	52
Gambar 4.5 Rating Toko King Fried Chicken	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara	93
Lampiran 2: Dokumentasi Penelitian	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, ditandai dengan munculnya berbagai jenis usaha di berbagai wilayah. Departemen Perdagangan Republik Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai sektor yang menggantungkan diri pada pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Fokus utama industri kreatif adalah memberdayakan potensi kreasi dan inovasi setiap individu.

Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 – 2025. Pengembangan ekosistem usaha di bidang Ekonomi Kreatif dilaksanakan pada 16 subsektor, antara lain: Aplikasi dan *Game Developer*; *Arsitektur*; *Desain Interior*; Desain Komunikasi Visual; Desain Produk; *Fashion*; Film, Animasi dan Video; Fotografi; Kriya; Kuliner; Musik; Penerbitan; Periklanan; Seni Pertunjukan; Seni Rupa; *Televisi* dan *Radio*.

Industri kreatif telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu subsektor yang menonjol adalah industri kuliner, yang tidak hanya memberikan pengalaman gastronomi, tetapi juga menjadi landasan bagi inovasi dan kreativitas dalam penyediaan layanan.

Industri kuliner merupakan sektor ekonomi yang terlibat dalam produksi makanan secara besar-besaran, melibatkan

berbagai bisnis kuliner yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Industri kuliner termasuk salah satu dari 16 subsektor industri kreatif yang terus berkembang, karena permintaan akan makanan menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu sepanjang hidupnya.

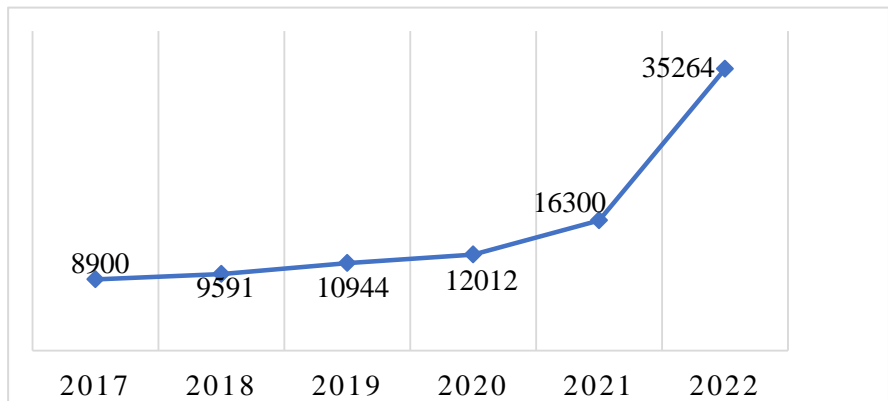
Prospek usaha kuliner di Banda Aceh pada tahun 2024 sangat menjanjikan karena kota ini merupakan pusat budaya, sejarah, dan pariwisata di Provinsi Aceh. Dengan beragam destinasi wisata unggulan seperti Masjid Raya Baiturrahman dan Museum Tsunami, arus wisatawan lokal dan internasional menciptakan permintaan tinggi untuk pengalaman kuliner yang autentik.

Selain itu, keberadaan makanan khas Aceh menjadi daya tarik tersendiri. Memadukan cita rasa tradisional dengan inovasi modern, seperti makanan fusion dan bumbu instan khas Aceh, dapat memperluas pasar yang mencakup generasi muda dan pelaku usaha reseller. Dengan memanfaatkan pemasaran digital dan *platform* pengiriman *online*, pengusaha dapat meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing, meskipun harus menghadapi tantangan kualitas, konsistensi, dan persaingan yang ketat.

Kombinasi strategi yang tepat dan kualitas produk yang unggul dapat menjadikan bisnis kuliner di Banda Aceh sebagai investasi yang menguntungkan. Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kota Banda Aceh, Muhammad Nurdin mengatakan bahwa UMKM yang paling dominan bergerak pada sektor kuliner. Saat ini jumlah UMKM khusus sektor kuliner

yang ada di Kota Banda Aceh mencapai 273 UMKM (BPS Kota Banda Aceh, 2021). Dan dapat dibaca pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1
Perkembangan UMKM di Banda Aceh dari Tahun 2017-2022



Sumber: Dinas Koperasi dan UMK dan Perdagangan Kota Banda Aceh (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa terjadinya lonjakan jumlah UMKM di Kota Banda Aceh terbilang cukup signifikan, dilansir data dari Dinas koperasi UKM dan perdagangan Kota Banda Aceh jumlah pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Banda Aceh di tahun 2022 mencapai 35.264 UMKM di bandingkan tahun 2021 hanya 16.300 pelaku usaha dan tahun sebelumnya data UMKM di Banda Aceh sejak tahun 2017 sebanyak 8.700, 2018 sebanyak 9.591, 2019 sebanyak 10.944, 2020 sebanyak 12.012 dan tahun 2021 mencapai 16.300 pelaku usaha.

Aplikasi pesan antar makanan *online* merupakan layanan atau jasa yang memungkinkan pengiriman makanan dari restoran atau rumah makan ke lokasi yang dipilih dan ditetapkan oleh konsumen. Aplikasi pesan antar makanan menjadi alat pendukung

dalam konsep bisnis pengiriman makanan, di mana penyedia layanan atau aplikasi berfungsi sebagai perantara antara rumah makan dan konsumen. Dengan menggunakan layanan atau aplikasi ini, rumah makan dapat menyediakan pesan antar makanan secara lebih mudah, sementara konsumen juga dapat dengan mudah memesan makanan dari berbagai rumah makan hanya dengan menggunakan ponsel mereka.

Layanan pesan antar makanan, khususnya melalui *platform* seperti *Gofood* dan *GrabFood*, telah mengubah paradigma konsumen dalam memenuhi kebutuhan layanan pesan antar makanan mereka. Keberhasilan layanan pesan antar makanan tidak hanya bergantung pada ketersediaan berbagai opsi kuliner, tetapi juga pada elemen kreatif dan inovatif yang diusung oleh penyedia layanan. Pengaruh aspek-aspek seperti keberlanjutan, promosi, dan pengalaman pengguna dalam memilih *platform* tertentu masih memerlukan pemahaman yang lebih mendalam. Keduanya dikenal sebagai merek yang menyediakan layanan dengan berbagai fitur melalui aplikasi (Erwin *et al.*, 2023).

Salah satu fitur yang sedang populer saat ini adalah layanan *Gofood* dan *GrabFood*. Kedua layanan ini merupakan bentuk *online food delivery* yang memungkinkan pengguna memesan makanan dari restoran atau warung yang telah bekerjasama dengan *Gofood* atau *Gofood*. Dengan menggunakan *smartphone* dan mengakses fitur khusus di dalam aplikasi, konsumen dapat dengan mudah memesan makanan yang akan diantar langsung oleh para

pengemudi (*driver*) yang bekerja sama dengan *platform* tersebut (Nur & DJafar, 2023). Dapat dilihat pada Gambar 1.2.

Gambar 1. 2
Persentase Pengguna Aplikasi Pesan Antar Makanan



Sumber: MIX.co.id, Snapcart

Berdasarkan gambar 1.2 hasil survei *online* yang dilakukan oleh perusahaan riset digital Snapcart Indonesia, *Gofood* mendominasi pasar layanan pesan-antar makanan (*e-delivery*) di Indonesia, baik dari segi konsumen maupun *merchant*. Penelitian ini merupakan yang pertama kali dilakukan di Indonesia dan mencakup konsumen dan merchant di dua pasar utama. Pasar pertama adalah wilayah megapolitan Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), sedangkan pasar kedua mencakup kota-kota besar seperti Bandung, Surabaya, Medan, Lampung, Purwokerto, Banjarmasin, Samarinda, dan Makassar.

Hasil survei menunjukkan bahwa *Gofood* adalah aplikasi pesan-antar makanan yang paling populer di kalangan merchant,

dengan pendapatan harian rata-rata tertinggi. Lebih dari delapan puluh persen (82%) restoran dan toko makanan-minuman menggunakan aplikasi *Gofood* untuk layanan mereka, diikuti oleh *Gofood* (71%) dan *ShopeeFood* (28%). Sekitar 42% merchant yang disurvei mengungkapkan bahwa mereka telah menggunakan aplikasi pesan-antar makanan setidaknya satu kali dalam 12 bulan terakhir.

Perbandingan antara *Grab Food*, *Gofood*, dan *Shopee Food* berdasarkan tahun operasional dan alasan orang memilihnya: *Grab Food* pertama diluncurkan di Indonesia pada tahun 2016, aplikasi ini memiliki jangkauan layanan luas, kepercayaan merek, fitur tambahan seperti promosi dan diskon. *Gofood* mulai beroperasi pada tahun 2015 di Jakarta dan menyebar ke kota-kota lain di Indonesia, *Gofood* sebagai pionir di pasar, kemitraan dengan restoran terkenal, reputasi layanan pengantaran yang cepat dan handal. Sedangkan *Shopee Food* beroperasi pada tahun 2020 dan layanannya terintegrasi dengan ekosistem *Shopee* yang sudah ada, promosi dan diskon menarik bagi pengguna *Shopee*.

Perusahaan teknologi berbasis digital menjadi salah satu aspek pendukung dalam mengembangkan ekonomi UMKM Aceh khususnya di Kota Banda Aceh (Oufa, 2024). Hadirnya *Gojek* dan *Grab* tidak hanya menjadi sarana transportasi, namun juga menjadi sumber mata pencaharian ekonomi bagi sebagian masyarakat di Kota Banda Aceh (Rezaldi, 2022). Dengan memanfaatkan perkembangan digital dan internet kedua perusahaan ini telah

menciptakan ekosistem di mana layanan mereka dapat diakses oleh masyarakat melalui aplikasi yang terintegrasi dengan sistem operasi smartphone. Gojek dan Grab, yang awalnya berfokus pada layanan transportasi *online*, telah berkembang menjadi entitas multifungsional dengan tujuan memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat (Zulkifli *et al.*, 2023).

Beberapa peneliti telah dilakukan terkait dengan Dampak Layanan Pesan Antar Makanan *Online* diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Vincentius, *et al.* (2020) yang berjudul “Analisis Pengaruh Layanan Pesan Makanan *Online* Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah dan Berbasis Tempat Aktivitas” hasil penelitian didapatkan bahwa pelayanan dan kepercayaan adalah dua faktor yang kuat dalam penentuan keputusan seseorang melakukan pesan makanan *online* dan informan memilih aplikasi *Gofood* lebih baik dalam pelayanan.

Penelitian selanjutnya dilakukan Pramono, *et al.* (2020) dengan judul Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Perdagangan di Kota Banda Aceh Tahun 2013-2019. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah sektor perdagangan di Kota Banda Aceh terus mengalami perkembangan dari tahun 2013 sampai tahun 2019 sebesar 214,65% dengan jumlah total UMKM sebanyak 37.237 unit. Hal itu disebabkan oleh bantuan pemerintah Kota Banda Aceh berupa peralatan kerja usaha, bantuan modal usaha dan juga pelatihan-pelatihan mengenai pengelolaan manajemen keuangan hingga pemasaran produk kepada para

pelaku usaha UMKM di Kota Banda Aceh dan faktor lainnya ialah pemanfaatan teknologi digital secara optimal seperti melakukan promosi dan penjualan produk melalui *platform online* atau marketplace. Akan tetapi ada beberapa hal yang menghambat dalam perkembangan UMKM sektor perdagangan tersebut, seperti keterbatasan modal dan sumber daya manusia baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada unit analisis dan periode penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah dampak layanan pesan antar makanan, lokasi penelitian dilakukan di Kota Banda Aceh pada tahun 2024 dengan metode kualitatif.

Banyak usaha kuliner memilih bergabung sebagai mitra layanan *Gofood* atau *GrabFood* karena mereka melihat kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh layanan *online food delivery*. Meskipun maraknya partisipasi usaha kuliner sebagai mitra dalam layanan tersebut, tidak semua pelaku usaha kuliner di Kota Banda Aceh mengikuti tren ini. Meski sudah ada sekitar 100 lebih usaha kuliner yang menjadi mitra *Gofood* dan *GrabFood*, namun di Kota Banda Aceh, masih ada pemilik usaha kuliner yang memilih untuk menjalankan bisnis mereka secara tradisional dan tidak bergabung sebagai mitra dari layanan *Gofood* atau *GrabFood* (Bahwita, 2022).

Di Kota Banda Aceh saat ini banyak sekali usaha kuliner yang sudah menggunakan layanan pesan antar makanan. Kesempatan ini dipergunakan oleh para pemilik usaha kuliner

dalam menarik konsumen. Dengan bergabung dengan aplikasi *Gofood* dan *GrabFood* pengusaha kuliner berharap bahwa aplikasi ini akan membantu meningkatkan jumlah konsumen sehingga pendapatan diharapkan akan meningkat. Beberapa bisnis kuliner yang telah bergabung dengan layanan *Gofood*. Dari beberapa bisnis kuliner tersebut menyampaikan bahwa bekerja sama dengan layanan *Gofood* tidak mengalami keuntungan yang signifikan atau biasa saja terhadap penjualan bahkan tidak berpengaruh sama sekali tetapi ada juga beberapa gerai makanan yang mendapatkan dampak yang positif berupa peningkatan penjualan.

Dengan keterangan dan uraian pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh**”. diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam industri kreatif, sektor kuliner, dan layanan pesan antar makanan secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak layanan pesan antar makanan *online* terhadap penjualan usaha sektor kuliner di Kota Banda Aceh ?

2. Bagaimana sistem layanan pesan antar makanan membantu persaingan dalam bisnis kuliner pada gerai makanan di Kota Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini di lakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak layanan pesan antar makanan *online* terhadap penjualan usaha sektor kuliner di Kota Banda Aceh ?
2. Untuk mengetahui bagaimana sistem layanan pesan antar makanan membantu persaingan dalam bisnis kuliner pada gerai makanan di Kota Banda Aceh ?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan tentang dampak layanan pesan antar makanan *online* terhadap daya saing industri kreatif sektor kuliner di kota Banda Aceh.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mahasiswa terhadap dampak layanan pesan antar makanan *online*

terhadap daya saing industri kreatif sektor kuliner di kota Banda Aceh.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi penelitian oleh peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait layanan pesan antar makanan *online*.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Sebagai informasi bagi pemerintah untuk bahan pertimbangan dalam mengeluarkan suatu kebijakan terkait layanan pesan antar makanan *online* terhadap daya saing industri kreatif sektor kuliner di kota Banda Aceh.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan merupakan bagian yang berisi mengenai gambaran umum penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang berisikan kerangka teori dan landasan teori penelitian serta pengembangan hipotesis yang mencakup penelitian terdahulu sebagai kerangka berpikir.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

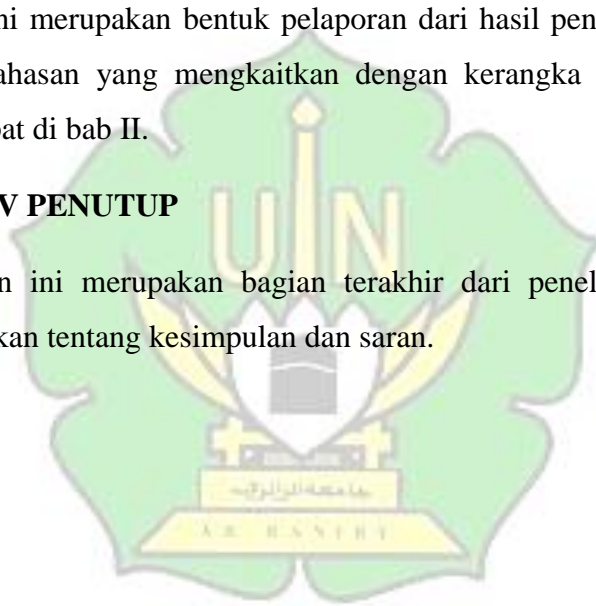
Bab ini berisikan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bentuk pelaporan dari hasil penelitian dan pembahasan yang mengkaitkan dengan kerangka teori yang terdapat di bab II.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari penelitian yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Industri Kreatif

Industri kreatif adalah industri yang mengkombinasikan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja. Industri kreatif dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi dengan ciri utama adanya peran strategis dari manusia melalui kreatifitas, keahlian, dan bakatnya (Asti *et al.*, 2023).

Salah satu sektor industri kreatif penggerak perekonomian Kota Banda Aceh adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau disebut UMKM, karena sektor inilah yang paling banyak menyerap tenaga kerja dan mendorong peningkatan investasi. UMKM memiliki banyak sektor unit usaha, salah satunya adalah sektor kuliner. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Banda Aceh mencatat jumlah UMKM yang tersebar di Kota Banda Aceh tahun 2022 sebanyak 35.264 unit usaha di antaranya ialah usaha pada sektor kuliner. Dengan jumlah ini, membuktikan bahwa peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Banda Aceh sangat berperan penting. Indonesia terkenal dengan beraneka ragam kuliner yang dimilikinya. Masing-masing daerah memiliki ciri khas tersendiri terkait cita rasa dari setiap kuliner yang ada, begitu pula di Kota Banda Aceh.

Potensi industri kreatif unggulan mendorong peningkatan inovasi bisnis, namun juga memunculkan ancaman bagi industri tersebut. Hal ini menjadi pertimbangan bagi pelaku industri kreatif dan pihak terkait lainnya untuk bekerja sama dan merancang strategi agar industri kreatif dapat bersaing secara efektif serta memberikan dampak positif secara menyeluruh pada ekonomi dan sosial masyarakat.

2.2 Usaha Kuliner

Kegiatan perdagangan pada usaha kuliner saat ini sedang ramai di kalangan masyarakat. Perkembangan jumlah pelaku bisnis kuliner merupakan fenomena yang terjadi akibat adanya dukungan untuk kemudahan membuka bisnis kuliner (Indraswari *et al*, 2018). Bisnis kuliner menjadi pilihan banyak orang dengan alasan jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Selain itu bisnis kuliner banyak diminati oleh masyarakat karena tidak memerlukan biaya modal yang terlalu besar dan tidak mengharuskan seseorang yang menjalankannya harus berpendidikan tinggi.

Di Kota Banda Aceh bisnis kuliner seperti usaha rumah makan sangat menjamur di masyarakat. Kegiatan bisnis ini dapat berlangsung selama 24 jam dalam sehari. Hal ini tentu saja juga akan berdampak pada pendapatan usaha termasuk bidang usaha kuliner ini. Faktor yang menjadi pendukung pertumbuhan bisnis kuliner saat ini adalah tingginya tingkat mobilitas kesibukan masyarakat yang menuntut kecepatan dan kepraktisan dalam hal

apapun tidak terkecuali pada pemenuhan kebutuhan pokok seperti makanan (Almariah *et al.*, 2019).

2.3 Layanan Pesan Antar Makanan *Online*

Layanan pesan antar makanan, atau yang dikenal sebagai *Online Food Delivery* (OFD), merujuk pada proses pemanfaatan layanan pengiriman makanan dari restoran ke konsumen yang melakukan pemesanan melalui aplikasi *smartphone* secara daring. Layanan ini membawa nilai tambah bagi semua restoran dengan menyediakan sumber pendapatan tambahan melalui fasilitas bagi konsumen yang tidak dapat mengunjungi restoran secara langsung. Aplikasi ini menjadi sarana pendukung pengiriman makanan bagi pelaku bisnis kuliner, menghubungkan mereka dengan pelanggan. Penggunaan aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pemilik restoran dan konsumen, yang dapat mengaksesnya melalui *smartphone*. Di sisi lain, layanan ini juga memberikan keuntungan kepada penyedia aplikasi *Online Food Delivery* OFD dan mitra mereka, yaitu para pengemudi yang melakukan pengantaran makanan. Melalui penggunaan aplikasi ini, baik pemilik resto maupun konsumen sama-sama diberikan kemudahan karena cukup mengakses aplikasi ini menggunakan *smartphone*. Disisi lain, jasa ini juga memberikan keuntungan kepada aplikator, yakni pemilik aplikasi OFD dan mitra, yakni pengemudi (driver) yang melakukan pesan antar makanan (Wikara *et al.*, 2023).

Layanan pemesanan makanan *online* pertama kali di perkenalkan oleh aplikasi Go-jek pada April 2015, dan di susul

oleh aplikasi Grab pada Mei 2016. Layanan pesan makanan *online* juga telah disediakan oleh beberapa restoran besar seperti *Pizza Hut*, *McDonald* dan lain-lain. Proses pemesanan *online* melibatkan beberapa langkah seperti memilih restoran, memilih menu, konfirmasi pemesanan, slip pesanan, dan pengiriman. Layanan pesan makanan *online* dapat menggunakan sistem pembayaran elektronik, pembayaran digital dan kartu debit / kredit. (Vincentius *et al*, 2020). Pelanggan yang ingin memesan makanan dapat mengakses sistem ini melalui ponsel Android mereka. Aplikasi ini menyajikan menu makanan dengan gambar dan daftar harga sesuai dengan jenis makanan yang tersedia. Beberapa aplikasi yang menyediakan layanan pesan antar makanan meliputi Gojek dengan layanan *Gofood*, Grab dengan layanan *Grab Food*.

Layanan *online food delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. *Platform* ini menyediakan dan menampilkan restoran di kawasan tertentu sesuai lokasi konsumen. Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital (Setiawan *et al.*, 2018: 126).

Layanan *online food delivery* adalah sebuah layanan *online-to-offline*. *Platforms* layanan *online food delivery* memiliki banyak restoran, melayani dan menghubungkan antara restoran dengan konsumen. Partner restoran tersebut menampilkan menu-menu restoran tersebut pada aplikasi mereka untuk lebih menarik minat konsumen, dan konsumen bisa memesan makanan secara *online*

dan mengirimkannya pada lokasi yang telah ditentukan dalam waktu yang singkat (Sarinastiti *et al.*, 2018).

Dalam definisi lain oleh Taufik *et al.*, (2020), *online food delivery service* dapat dikatakan sebagai salah satu strategi pemasaran secara digital yang dilakukan pelaku usaha kuliner. Jumlah pelaku usaha yang melakukan pemasaran dengan cara ini menjadikannya sebuah tren baru.

Dari beberapa definisi yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa layanan antar adalah suatu kegiatan pemberian jasa di mana pelanggan memesan produk dari produsen, umumnya melalui komunikasi telepon atau internet. Selanjutnya, produk yang dipesan akan diantarkan langsung ke tempat tujuan pelanggan tanpa memerlukan kehadiran atau pertemuan langsung dengan penjual atau produsen.

Aplikasi layanan pesan antar makanan (*food delivery*) adalah suatu sistem informasi yang beroperasi pada perangkat mobile berbasis Android. Sistem ini dirancang untuk memfasilitasi proses pemesanan menu makanan dari restoran, dengan tujuan untuk meningkatkan kemudahan dan optimalisasi layanan pesan antar makanan di restoran (Akbar, 2014: 57). Pelanggan yang ingin memesan makanan dapat mengakses sistem ini melalui ponsel berbasis Android.

Menu makanan dalam aplikasi telah disertai dengan tampilan gambar dan daftar harga yang sesuai dengan jenis makanan yang ditawarkan. Terdapat beberapa aplikasi yang menyediakan layanan pesan antar makanan, seperti Gojek dengan

layanannya *Gofood*, Grab dengan layanannya Grab Food, dan Shopee dengan layanannya Shopeefood.

2.3.1 Gojek

PT GO-JEK Indonesia, sebuah perusahaan di sektor jasa, didirikan pada tahun 2011 oleh dua tokoh kreatif, Michaelangelo Maron dan Nadiem Makarin. Berawal dari Jakarta, perusahaan ini telah berkembang ke kota-kota besar di Indonesia, termasuk Banda Aceh, sejak 02 Agustus 2017 Gojek resmi beroperasi dengan jumlah pengemudi yang terdaftar hingga mencapai 500 orang lebih. GO-JEK kini menjadi pilihan alternatif bagi berbagai kalangan pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi dan pelayanan pelanggan melalui aplikasi web, GO-JEK menyediakan alternatif transportasi umum yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, termasuk layanan pengantar orang, barang, dan berbagai hal menarik lainnya (Novita *et al*, 2020).

Gojek menyediakan berbagai layanan melalui aplikasinya, termasuk:

- a. *Go-Ride*, yang merupakan layanan sepeda motor untuk transportasi, sangat berguna dalam mengatasi kemacetan lalu lintas dan kesulitan mencari angkutan umum.
- b. *Go-Car*, mirip dengan *Go-Ride*, namun menggunakan mobil sebagai sarana transportasi.
- c. *Gofood*, layanan pesan antar makanan yang menjadi favorit, diluncurkan pada April 2015. Saat ini, *Gofood* memiliki 550.000 merchant di 74 kota di seluruh Indonesia. Layanan ini tidak hanya melibatkan restoran mewah, tetapi juga

memberdayakan industri UKM tanpa memerlukan driver pengantaran. *Gofood* memberikan rekomendasi makanan, termasuk best seller, dan memungkinkan konsumen melacak lokasi driver secara real-time, memberikan kemudahan dalam memesan makanan melalui smartphone.

- d. *Go-Send*, layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengirim barang dengan biaya yang disesuaikan berdasarkan jarak tempuh.
- e. *Go-Mart*, memungkinkan konsumen untuk membeli berbagai item dari toko-toko berbeda, termasuk kelontong, serba ada, medis, farmasi, optik, elektronik, buku, hobi, kebutuhan anak-anak, dan kecantikan.
- f. *Go-Pay*, *e-wallet* yang digunakan untuk bertransaksi di aplikasi Gojek (Amanda *et al.*, 2021).

Aplikasi gojek dengan fitur – fitur yang ada sangat lah membantu masyarakat, karena dengan adanya fitur –fitur yang disediakan oleh PT. GO JEK INDONESIA memudahkan penggunanya untuk melakukan aktivitas sehari – hari atau pun aktivitas berniaga, jasa mengirimkan barang , dan masih banyak lagi. Seperti penggunaan fitur *Gofood* untuk memudahkan para pengguna aplikasi membeli makanan yang ingin disantap tanpa harus dating ke gerai makanan yang menjual makanan tersebut.

Gofood merupakan jenis layanan antar yang melayani pemesanan makanan. *Gofood* merupakan sebuah fitur layanan *online food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan smartphone dan membuka

fitur *Gofood* di dalam aplikasi *Gojek*, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan *Gojek*. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh *Gofood*. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran. Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki budget terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*, *Gofood* bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu (Dewi *et al*, 2018).

Dengan adanya fitur *Gofood* dari aplikasi *gojek* sangat menguntungkan bagi pembeli dan penjual. Selain bias menguntungkan secara financial, kamu pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya. Jika sebelumnya kamu kesulitan dalam memasarkan produk kamu, kini hal tersebut bias diatasi. Berikut beberapa keuntungan itu:

- a) Meningkatkan popularitas Sebuah popularitas restoran atau produk kamu itu penting.dengan danya aplikasi *Gofood* kita bias meningkatakan popularitas restoran atau produk dengan peluang ini.
- b) Ongkos antar lebih murah. Sebagian orang sangat memperhitungkan ongkos untuk antar makanan ke para pengguna dan pelanggan. Dengan mendaftarkan restoran kita di *Gofood* kita tidak usah khawatir karena pembayaran pun bias dilakukan dengan menggunakan *GoPay* debgab biaya yang lebih murah.

- c) Menjangkau konsumen lebih luas Jika kita bermitra dengan aplikasi ojek *online*, kita secara otomatis dibantu menjangkau para konsumen kita secara luas dikarenakan ada ratusan ribu driver ojek *online* yang siap mengantarkan makanan dan minuman ke pelanggan.
- d) Memberikan kemudahan bagi pelanggan. Kategori yang berada didalam layanan *Gofood* akan mempermudah pelanggan untuk menemukan restoran kita.
- e) Kemudahan mempromosikan menu Dengan banyaknya fitur dari aplikasi *Gofood* kita dapat menampilkan menu-menu terbaik yang ada di restoran kita.
- f) Tak perlu kurir sendiri. Hal menguntungkan lainnya yaitu kamu tidak memerlukan kurir antar sebab para driver siap kapan saja melayani kamu.
- g) Meningkatnya omzet Jika restoran kita sudah terdaftar di aplikasi *Gofood*, apalagi ditunjang dengan mengolah makanan secara menarik dan bercita rasa yang memuaskan, secara otomatis orderan pun akan semakin banyak. Semakin banyak orderan omzet pun akan meningkat.
- h) Membantu meningkatkan UKM kuliner. Tak hanya membantu usaha waralaba besar, layanan pesan antar dari aplikator ojek *online* bias membantu mempromosikan makanan hasil karya pelaku UKM. Warung makan biasa sukses bersama *Gofood*. (Khoer., 2020).

2.3.2 Grab

Grab adalah aplikasi layanan transportasi yang sangat populer di Asia Tenggara, hadir di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, dan Vietnam. Berdiri sejak 2011 oleh pendiri Malaysia, Anthony Tan dan Hooi Ling Tan, Grab telah menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. Layanan Grab menekankan kecepatan, keselamatan, dan kepastian, memberikan alternatif berkendara bagi pengemudi dan penumpang.

Grab memulai perjalanannya di Indonesia pada Juni 2012 sebagai aplikasi pemesanan taksi dan sejak itu berkembang menjadi menyediakan beragam pilihan transportasi, termasuk mobil dan ojek. Layanan Grab mencakup:

- a. *Grab taxi*, layanan untuk menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman.
- b. *Grab car*, penyewaan mobil pribadi dengan supir untuk pilihan berkendara yang nyaman dan gaya.
- c. *Grab bike*, layanan ojek untuk melintasi kemacetan dengan aman dan cepat.
- d. *Grab food*, layanan pesan antar makanan dengan berbagai restoran pilihan, pengantaran cepat, dan kualitas makanan terjaga.
- e. *Grab express*, layanan kurir express berbasis aplikasi dengan fokus pada kecepatan, kepastian, dan keamanan.
- f. *Grab hitch*, layanan tebengan dengan biaya lebih terjangkau dan kemungkinan bertemu teman baru.

- g. *E-wallet* OVO, digunakan untuk transaksi di aplikasi Grab.
- a. Dengan berbagai layanannya, Grab telah menjadi salah satu pemimpin pasar di industri transportasi *online* di Asia Tenggara (Nati *et al.*, 2021).

Gofood merupakan salah satu layanan pesan antar makanan milik perusahaan transportasi berbasis *online* asal Singapura. Dengan *Gofood*, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat ponsel pintar, tak perlu berjalan jauh ke warung makan yang diinginkan. Sementara itu, untuk penjual atau pemilik usaha, bisa menjual dan mengatur pengantaran makanan hanya lewat aplikasi. Tugas antar mengantar akan dikerjakan oleh driver mitra dari Grab. (Suriyadi Nur *et al.*, 2022)

2.4 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan *Online*

Kemudahan dalam mengakses dan mendapatkan makanan melalui aplikasi layanan pesan antar makan *online* ini sedikit banyaknya sudah merubah kebiasaan makan masyarakat. Masyarakat menggunakan layanan pesan antar makanan karena beberapa faktor, diantaranya :

- 1) Ingin menghemat waktu dan tenaga untuk mengantre dan menunggu.
- 2) Keinginan menghemat waktu dan tenaga dalam bepergian untuk membeli makanan.
- 3) Promosi atau tawaran yang menarik.

- 4) Pembayaran yang praktis dan potongan tunai yang menarik.
- 5) Banyak pilihan.
- 6) Praktis untuk pemesanan kapanpun, terdapat daftar favorit/best seller, lokasi outlet makanan jauh.
- 7) Menghemat ongkos.

Beberapa faktor lain yang mempengaruhi penggunaan layanan pesan antar makanan *online* antara lain adalah :

a. Praktis dan mudah digunakan

Layanan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini memberikan kemudahan dengan cara memesan driver melalui *smartphone* setelah mengunduh aplikasi terlebih dahulu. Pelanggan dapat dengan cepat melakukan pemesanan *driver* secara langsung.

b. Transparan

Jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini menawarkan transparansi kepada pelanggan, memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi rinci tentang layanan, seperti nama *driver*, nomor kendaraan, posisi kendaraan yang akan digunakan, waktu perjalanan, lisensi pengemudi, dan informasi lainnya.

c. Lebih terpercaya

Pengemudi yang terdaftar dalam perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini telah melalui proses pendaftaran yang mencakup identitas lengkap dan kelengkapan berkendara sesuai Standar Nasional Indonesia

(SNI). Hal ini bertujuan untuk meminimalisir risiko kerugian bagi pengguna layanan transportasi ini.

- d. Adanya asuransi kecelakaan bagi pengguna dan pengemudi
Salah satu perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online*, seperti *GO-JEK*, telah bekerja sama dengan perusahaan asuransi Allianz untuk memberikan perlindungan asuransi kecelakaan bagi pengguna jasa transportasi *GOJEK*.

2.5 Penelitian Terdahulu

- a. Rahoyo *et al* (2018), melakukan penelitian terkait “Dampak bisnis kuliner melalui *Gofood* bagi pertumbuhan ekonomi di Kota Semarang.” 53 Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan informan kunci sebanyak 4 pelaku bisnis. Dari hasil survey yang didapatkan para pelaku bisnis kuliner *online* menyatakan bahwa omzet penjualan setelah bergabung dengan layanan *Gofood* meningkat dibandingkan dengan sebelum bergabung dengan layanan *Gofood*. Hal ini dikarenakan *Gofood* mempromosikan makanan yang diproduksinya. Selain itu penelitian ini menemukan fakta bahwa sektor perdagangan dalam hal ini adalah makanan dan minuman menyumbang kenaikan PDRB yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- b. Wahyuni (2020), dengan judul penelitian “Analisis Dampak Keberadaan *Gofood* Dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan

Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)”, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan *Gofood* dan *Grab Food*, bagaimana peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II setelah bergabung dengan *Gofood* dan *Grab Food* serta bagaimana keberadaan *Gofood* dan *Grab Food* dalam ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan 7 pelaku usaha kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan *Gofood* 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 *Gofood* dan *Grab Food*.

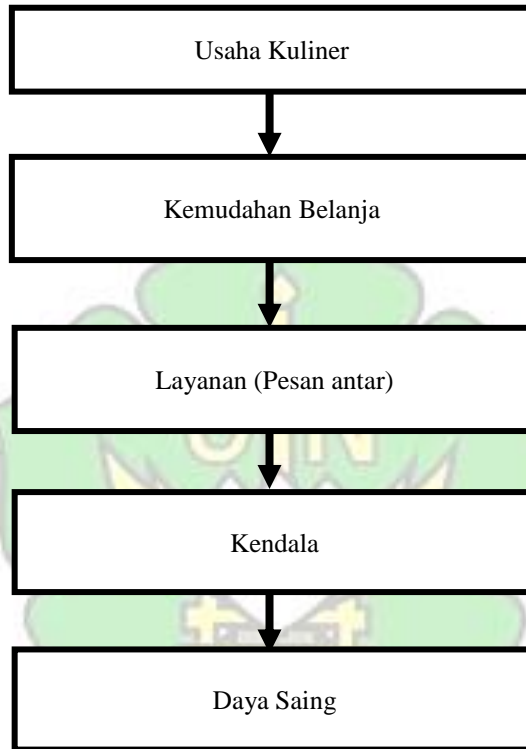
- c. Sarkina (2022), dengan judul penelitian "Dampak Aplikasi *Gofood* Terhadap Penjualan Pada Usaha Nasi Sambal Korek di Jalan Bangau Sakti Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah". Bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh aplikasi *Gofood* terhadap penjualan Usaha Nasi Sambal Korek. Penelitian ini berfokus pada perbedaan antara penjualan manual dan penjualan melalui *Gofood*, serta menganalisis dampaknya dari perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian yang

digunakan adalah Analisis Kuantitatif dengan uji deskriptif statistik, uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dan uji *Wilcoxon*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Sampel penelitian melibatkan data penjualan dari awal berdiri hingga bulan Maret 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara penjualan manual dan penjualan melalui *Gofood*, dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar $0.000 < 0.05$. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata penjualan keduanya berbeda secara signifikan. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Namun, kesimpulan akhir penelitian menyatakan bahwa Aplikasi *Gofood* tidak berdampak signifikan terhadap penjualan Usaha Nasi Sambal Korek di lokasi tertentu di Kota Pekanbaru.

2.6 Kerangka Berpikir Penelitian

Untuk mengetahui masalah yang akan diteliti, diperlukan adanya kerangka pemikiran teoritis sebagai landasan dalam penelitian. Hal ini bertujuan untuk mencari kebenaran terkait dengan Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kerangka pemikiran tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan desain penelitian kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk hasil wawancara antara peneliti dan informan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang akurat mengenai keadaan atau fenomena yang sedang dihadapi. Sugiyono (2020:9) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki kondisi objek yang alami, di mana peneliti menjadi instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi atau kombinasi, analisis data bersifat induktif, dan penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku usaha yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena individu atau kelompok, peristiwa, dinamika sosial, sikap, keyakinan, dan persepsi. Oleh karena itu, proses penelitian pendekatan kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar. Kemudian dikaitkan dengan kaidah-kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam survei kemudian diinterpretasikan dan

dianalisis kemudian dideskripsikan sehingga mudah dimengerti oleh orang lain. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran, menjelaskan, dan menginterpretasikan situasi yang ada terkait Analisis Dampak Layanan Pesan Antar Makanan *Online* Terhadap Daya Saing Industri Kreatif Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020:105) menyatakan bahwa secara umum terdapat 4 (empat) macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/triangulasi (observasi, wawancara dan observasi).

1. Observasi Menurut Sugiyono (2020:109) observasi adalah kondisi dimana dilakukannya pengamatan secara langsung oleh peneliti agar lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial sehingga dapat diperoleh pandangan yang holistik (menyeluruh).
2. Wawancara Sugiyono (2020:114) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap informan diberi pertanyaan yang sama dan pengumpul data mencatatnya.

3. Dokumentasi Menurut Sugiyono (2020:124) dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi.
4. Triangulasi Menurut Sugiyono (2014:125) triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam teknik triangulasi peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

Metode pengumpulan data yang tepat akan menghasilkan data yang memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi (Sujarweni, 2019). Oleh karena itu, tahap pengumpulan data harus dilakukan dengan hati-hati dan sesuai dengan prosedur serta karakteristik penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai isu atau tema yang diangkat dalam penelitian, untuk memverifikasi informasi atau keterangan yang telah diperoleh melalui teknik lain sebelumnya. Informasi dikumpulkan melalui pertanyaan dan jawaban yang dilakukan dengan bertatap muka atau tanpa tatap muka, melalui media telekomunikasi atau secara langsung, baik dengan pedoman wawancara atau tanpa panduan. Proses pengumpulan informasi ini akan dilakukan pada pelaku usaha kuliner yang menjual produk melalui aplikasi berbasis pengiriman

makanan *online* (*online food delivery*), seperti *Gofood* dan *Gofood* , yang beroperasi di Kota Banda Aceh.

3.3 Validasi Data

Validasi data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Menurut Sugiyono (2020:125), peneliti yang menggunakan teknik triangulasi pada pengumpulan data sebenarnya melakukan pengujian terhadap kredibilitas data. Hal ini dilakukan dengan memeriksa kredibilitas data melalui berbagai teknik dan sumber pengumpulan data yang berbeda.

3.4 Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, sumber informasi terdiri dari informan atau narasumber yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti dan mampu memberikan informasi yang relevan sesuai dengan konteks dan kondisi latar belakang penelitian (Sugiyono, 2018). Informan merupakan individu yang mampu memberikan penjelasan yang detail dan menyeluruh mengenai subjek yang sedang diteliti untuk keperluan pengumpulan data penelitian. Oleh karena itu, pemilihan informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner yang menjual produk melalui aplikasi berbasis pengiriman makanan *online* (*online food delivery*). Berikut adalah tabel informan penelitian:

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No	Informan Penelitian	Jumlah
1	Owner/Pemilik Usaha Bulken	1 orang
2	Owner/Pemilik Usaha Banda Banana	1 orang
3	Owner/Pemilik Usaha Kebab Somat	1 orang
4	Owner/Pemilik Usaha Harvis Coffe	1 orang
5	Owner/Pemilik Usaha King Fried Chicken	1 orang
Jumlah Informan Penelitian		5 orang

Sumber: Data diolah (2024)

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder (data pendukung).

Data Sekunder adalah data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yang dilakukan yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku-buku, jurnal dan dokumen penunjang yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2010). Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku, jurnal, skripsi dan data dari internet yang berhubungan dengan kualitas layanan antar makanan nline (*Gofood* dan *Grab Food*).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah (Mertha Jaya, 2020).

Setelah dilakukannya wawancara dan pengujian terhadap data primer dan sekunder maka, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisa dan pembahasan dari hasil uji dan wawancara yang telah dilakukan. Menurut Sugiyono (2020:131) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis terfokus yang dilakukan di lapangan dengan kegiatan pengumpulan data melalui wawancara. Peneliti melakukan wawancara terhadap pengusaha kuliner yang memasarkan produknya melalui media *Gofood* dan *Gofood* di Kota Banda Aceh.

Menurut Sugiyono (2020:133) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan 4 secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun langkah-langkahnya, sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*) Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (*triangulasi*). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek

yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*) Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data, Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
3. Penyajian Data (*Data Display*) Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, data yang disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif.
4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/ verification*) Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

3.7 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian. Wawancara dalam hal ini dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam mencari sebuah informasi penting yang ingin di dapatkan.

Tabel 3. 2
Pedoman Wawancara

No	Variabel	Pertanyaan Wawancara
1	Dampak layanan pesan antar makanan <i>online</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana proses pendaftaran usaha di aplikasi layanan pesan antar ?2. seberapa mudah/membantu aplikasi dalam mengelola pesanan ?3. Bagaimana dampak aplikasi layanan pesan antar makanan <i>online</i> terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner ?4. Apakah dengan bergabung pada aplikasi layanan pesan antar makanan <i>online</i> dapat berpengaruh pada jumlah pelanggan jika harga pada aplikasi lebih mahal dari pada harga beli langsung di <i>outlet</i> ?5. Apa harapan dan kekhawatiran anda terkait dengan dampak jangka panjang dari layanan pesan antar

		<p>makanan <i>online</i> terhadap industri kreatif sektor kuliner ?</p> <p>6. Apakah ada perubahan signifikan dalam jumlah pesan sebelum dan sesudah menggu akan aplikasi</p> <p>7. Apakah anda merasa layanan <i>online food delivery</i> (<i>Grab Food</i> dan <i>Gofood</i>) membantu meningkatkan kecepatan proses pemesanan makanan ?</p>
2	Daya saing industri kreatif	<p>1. Bagaimana sistem layanan antar makanan membantu persaingan dalam bisnis kuliner anda ?</p> <p>2. Bagaimana alur pemesanan dari aplikasi sampai pesanan di antar ke pelanggan ?</p> <p>3. Bagaimana anda mengatasi persaingan dengan pelaku usaha kuliner yang lain yang juga menggunakan layanan pesan antar makanan <i>online</i> ?</p> <p>4. bagaimana anda mengatur aplikasi dalam membantu pengelolaan stok bahan baku ?</p> <p>5. Apakah dengan adanya layanan</p>

		<p><i>online</i> food delivery (<i>Grab Food</i> dan <i>Gofood</i>) membantu persaingan dalam bisnis kuliner anda ?</p>
--	--	---



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Banda Aceh, sebagai ibu kota Provinsi Aceh, telah mengalami transformasi ekonomi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, salah satunya adalah dengan meningkatnya penggunaan layanan pesan antar makanan *online*. Seiring dengan berkembangnya ekosistem digital di Indonesia, layanan pesan antar makanan *online* seperti *Gofood*, dan *GrabFood*, semakin melekat ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Masyarakat Banda Aceh, terutama yang berada di wilayah perkotaan, mulai memanfaatkan *platform* ini sebagai solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari (Raniya *et al*, 2023).

Keberadaan *platform* layanan pesan antar makanan *online* memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mengakses makanan dari berbagai restoran dan pedagang kuliner di kota ini. Di sisi lain, pelaku usaha industri kreatif di sektor kuliner pun semakin bergantung pada *platform-platform* ini untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing industri kuliner di Banda Aceh.

Penelitian ini melibatkan pelaku industri kreatif sektor kuliner di Kota Banda Aceh, yang sudah menggunakan layanan pesan antar makanan *online*. Dari hasil pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, di dapatkan 5 informan yang terdiri dari pelaku usaha kuliner sebagai berikut:

1. Usaha Bulken

Usaha Bulken merupakan bisnis roti bakar premium yang berdiri sejak tahun 2020 di Jalan Panglima Nyak Makam, Kota Banda Aceh. Sejak awal berdirinya, Bulken telah bergabung dengan *platform Gofood* dan *GrabFood*, sehingga memudahkan proses penjualan dan memperluas jangkauan ke konsumen. Usaha ini fokus pada inovasi menu dengan menciptakan variasi roti bakar yang menarik dan menjaga kualitas bahan baku untuk mempertahankan pelanggan.

2. Usaha Banda Banana

Banda Banana, yang berlokasi di Jalan Pocut Baren, Kota Banda Aceh, adalah usaha kuliner berbasis pisang yang juga memanfaatkan layanan pesan antar makanan. Usaha ini didirikan pada tahun 2020, sejak mulai beroperasi Banda Banana langsung bergabung di *platform Gofood* dan *GrabFood*. Untuk memenangkan persaingan, mereka berfokus pada peningkatan rating dan menjaga ulasan positif pelanggan, karena ulasan berperan penting dalam menarik konsumen baru. Proses pemesanan secara penuh melalui aplikasi membuat layanan lebih cepat dan efisien, didukung oleh pengelolaan stok bahan baku secara real-time yang dilakukan oleh tim dapur.

3. Usaha Kebab Somat

Kebab Somat berdiri pada tahun 2020 dan berlokasi di Jalan Panglima Nyak Makam Kota Banda Aceh. Dengan konsep kebab yang praktis dan modern, Kebab Somat telah

bergabung dengan *Gofood* dan *GrabFood*, sehingga memudahkan pelanggan dalam mengakses produk mereka dari mana saja. Sebagian besar transaksi kini dilakukan secara *online*, memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan tanpa perlu membuka gerai baru. Kemudahan pemesanan melalui aplikasi adalah nilai tambah bagi pelanggan yang mencari akses cepat dan nyaman..

4. Usaha Harvis Coffee

Harvis Coffee telah berdiri sejak tahun 2014 di Jalan Panglima Nyak Makam, Banda Aceh, namun baru fokus mengembangkan layanan digital setelah bergabung dengan *Gofood* pada tahun 2018. Pada tahun 2020, mereka juga bergabung dengan *GrabFood*. Sejak itu, omzet Harvis Coffee meningkat hingga 10-30% berkat layanan pesan antar yang memperluas jangkauan pasar. Harvis Coffee dikenal dengan kualitas kopinya yang mudah diakses pelanggan melalui aplikasi, menjadikannya pilihan favorit bagi konsumen di Banda Aceh..

5. Usaha King Fried Chicken

King Fried Chicken berdiri sejak tahun 2018 di Jalan Teuku Nyak Arief, Kota Banda Aceh, dengan fokus pada sajian ayam goreng. Sejak awal, mereka bergabung dengan *Gofood* dan *GrabFood*, dan kini sebagian besar penjualan dilakukan melalui aplikasi *online*, memungkinkan mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. King Fried Chicken terus mengoptimalkan penggunaan *platform* digital untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan, menyediakan proses pemesanan yang nyaman dan efisien bagi konsumen yang ingin menikmati sajian mereka tanpa perlu datang ke gerai langsung.

4.2. Hasil Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap industri kreatif bidang kuliner di Kota Banda Aceh yang telah disebutkan sebelumnya. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan usaha kuliner yang telah mengadopsi layanan jasa antar dalam operasionalnya, yang menjadi indikator kemajuan adaptasi terhadap teknologi dalam pelayanan konsumen. Untuk memudahkan proses analisis, setiap informan diberikan kode khusus sebagai berikut:

Tabel 4.1
Kode Informan

NO	Nama Informan	Kode
1	Bulken	IK1
2	Banda Banana	IK2
3	Kebab Somat	IK3
4	Harvis Coffee	IK4
5	King Fried Chicken	IK5

4.2.1 Hasil Wawancara Dampak Layanan Pesan Antar *Online*

Wawancara terkait dampak layanan pesan antar makanan *online* dilakukan dengan memberikan pertanyaan terbuka kepada setiap informan, yang bertujuan menggali pemahaman mendalam

terkait pengaruh aplikasi layanan tersebut terhadap usaha mereka. Pertanyaan mencakup proses pendaftaran usaha pada aplikasi layanan pesan antar, untuk mengetahui sejauh mana kemudahan dan tantangan dalam memulai layanan. Selain itu, informan juga ditanya mengenai kemudahan aplikasi dalam mengelola pesanan, serta dampak langsung yang dirasakan terhadap peningkatan penjualan. Pertanyaan lainnya mencakup persepsi mereka tentang pengaruh harga pada aplikasi yang cenderung lebih mahal dibandingkan harga langsung di outlet dan dampaknya terhadap jumlah pelanggan. Informan juga diminta memberikan pandangan terkait harapan dan kekhawatiran mengenai dampak jangka panjang layanan ini terhadap industri kreatif sektor kuliner. Selain itu, perubahan signifikan dalam jumlah pesanan sebelum dan sesudah menggunakan layanan tersebut turut dieksplorasi, serta bagaimana layanan pesan antar berperan dalam mempercepat proses pemesanan makanan, sehingga mempengaruhi efisiensi dan kepuasan pelanggan. Adapun hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

Informan 1 (IK1) selaku pemilik usaha bisnis roti bakar premium di kota Banda Aceh ketika diwawancara mengungkapkan sebagai berikut:

"Menurut saya, proses pendaftaran usaha di aplikasi layanan pesan antar cukup mudah, meskipun memang memerlukan waktu yang lumayan untuk proses verifikasi data usaha. Saya merasa aplikasi ini sangat membantu dalam mengelola pesanan, terutama untuk pencatatan pesanan yang masuk dan mempermudah proses pembayaran. Setelah menggunakan aplikasi ini, saya melihat adanya peningkatan jumlah pesanan yang cukup

signifikan. Penjualan saya meningkat karena aplikasi ini memperluas jangkauan pelanggan. Meskipun harga di aplikasi lebih tinggi dibandingkan harga langsung, jumlah pelanggan saya tidak terlalu terpengaruh karena banyak yang tetap memesan. Saya berharap aplikasi ini dapat terus mendukung keberlanjutan usaha saya, meskipun ada kekhawatiran bahwa ketergantungan pada aplikasi bisa mengurangi hubungan langsung dengan pelanggan".

Selain kemudahan dalam proses pendaftaran, Informan 2 (IK2) selaku pemilik usaha kuliner usaha kuliner berbasis pisang di kota Banda Aceh juga menambahkan sebagai berikut:

Bagi saya, aplikasi layanan pesan antar membawa banyak keuntungan. Aplikasi ini sangat membantu dalam mengelola pesanan dengan sistem yang sistematis dan otomatis, terutama saat ada banyak pesanan masuk secara bersamaan. Saya melihat ada peningkatan penjualan sekitar 30% setelah bergabung dengan layanan ini. Meskipun harga yang ditawarkan di aplikasi lebih tinggi, pelanggan tetap banyak yang memesan karena kemudahan layanan antar. Harapan saya, aplikasi ini dapat terus berkembang dan tidak memberatkan dengan biaya operasional yang tinggi. Saya juga menyadari persaingan di sektor kuliner semakin ketat, tapi dengan adanya layanan ini, saya merasa terbantu, terutama saat jam-jam sibuk.

Wawancara dengan Informan 3 (IK3) selaku pemilik usaha kebab mengungkapkan hal berikut:

Proses pendaftaran di aplikasi sempat mengalami sedikit kendala, terutama dalam pengisian data usaha, tapi saya merasa terbantu dengan adanya panduan di dalam aplikasi. Aplikasi ini sangat mempermudah saya dalam mengelola pesanan harian, sehingga saya bisa lebih fokus pada penyediaan makanan. Setelah menggunakan aplikasi ini, penjualan saya meningkat hingga 40%, terutama pada akhir pekan. Meski harga di aplikasi lebih mahal,

pelanggan tetap memilih untuk memesan karena mereka mengutamakan kenyamanan layanan antar. Saya berharap layanan ini tetap mendukung kelangsungan usaha kecil seperti saya dan mempertimbangkan untuk menurunkan biaya layanan di masa depan. Sebelumnya, pesanan harian saya tidak sebanyak sekarang, dan saya melihat peningkatan yang signifikan berkat aplikasi ini.

Informan 4 (IK4) selaku pemilik usaha kopi ketika diwawancara memberi pernyataan sebagai berikut:

Menurut saya, proses pendaftaran usaha di aplikasi ini cukup fleksibel, meskipun membutuhkan waktu untuk konfirmasi data usaha. Aplikasi ini sangat memudahkan dalam memantau pesanan, terutama saat usaha sedang ramai. Sejak menggunakan aplikasi ini, penjualan saya meningkat sekitar 25%. Meskipun ada sedikit kekhawatiran bahwa pelanggan mungkin terganggu dengan harga yang lebih tinggi di aplikasi, banyak pelanggan yang tetap memesan karena mereka mengutamakan kenyamanan. Saya berharap aplikasi ini dapat terus berinovasi untuk mendukung perkembangan sektor kuliner. Namun, saya juga khawatir dengan persaingan yang semakin ketat, yang mungkin akan menyulitkan usaha kecil seperti saya.

Informan 5 (IK5) selaku pemilik usaha ayam goreng cepat saji memberikan pernyataan sebagai berikut:

Saya merasa proses pendaftaran usaha di aplikasi ini cukup sederhana dan cepat. Aplikasi ini sangat membantu dalam pengelolaan dan pencatatan pesanan, terutama saat banyak pesanan masuk secara bersamaan. Sejak bergabung dengan aplikasi ini, penjualan saya meningkat sekitar 35%. Banyak pelanggan baru yang memesan melalui aplikasi, dan meskipun ada perbedaan harga, hal ini tidak terlalu memengaruhi jumlah pelanggan saya. Harapan saya adalah layanan pesan antar ini dapat terus memberikan kemudahan bagi usaha kecil seperti saya tanpa menambah

beban biaya operasional. Dengan adanya layanan ini, jumlah pesanan saya meningkat secara signifikan, dan saya merasa sangat terbantu karena proses pemesanan makanan menjadi lebih cepat dan praktis.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa layanan pesan antar *online* seperti *GrabFood* dan *Gofood* terbukti memberikan dampak positif bagi pelaku usaha kuliner, mulai dari kemudahan pendaftaran hingga peningkatan penjualan. Para informan sepakat bahwa proses pendaftaran pada aplikasi relatif mudah meskipun beberapa di antaranya memerlukan waktu untuk verifikasi data. Fitur panduan aplikasi turut membantu mengatasi kendala teknis saat pendaftaran. Fleksibilitas ini memudahkan para pelaku usaha kecil dan menengah untuk bergabung dan mulai menggunakan layanan secara cepat.

Setelah menggunakan layanan pesan antar, mayoritas informan melaporkan peningkatan penjualan yang signifikan, dengan kisaran peningkatan 25% hingga 40%. Aplikasi ini mempermudah pencatatan pesanan dan pembayaran, serta memungkinkan usaha menjangkau pelanggan yang lebih luas tanpa terbatas pada lokasi fisik. Meskipun ada perbedaan harga antara pembelian langsung dan melalui aplikasi, pelanggan tetap memanfaatkan layanan ini karena menawarkan kenyamanan, terutama melalui kemudahan layanan antar.

Penggunaan aplikasi juga membantu para pelaku usaha dalam mengelola operasional sehari-hari. Informan menyoroti alur pemesanan yang terstruktur dan sistematis, mulai dari pesanan masuk hingga pengiriman oleh mitra kurir. Selain itu, aplikasi

membantu dalam pengelolaan stok bahan baku melalui fitur pencatatan pesanan, yang memungkinkan para pelaku usaha untuk menyesuaikan persediaan dengan permintaan.

Namun, meski layanan pesan antar memiliki banyak keunggulan, para informan mengungkapkan beberapa kekhawatiran. Ketergantungan yang tinggi pada aplikasi dikhawatirkan dapat mengurangi hubungan langsung dengan pelanggan. Selain itu, persaingan yang semakin ketat di sektor kuliner menjadi tantangan lain yang harus dihadapi. Beberapa informan juga berharap agar biaya layanan aplikasi dapat dikurangi untuk meringankan beban operasional usaha kecil.

Secara keseluruhan, layanan pesan antar *online* memberikan kontribusi besar terhadap daya saing dan pertumbuhan bisnis kuliner. Dengan fitur-fitur yang mendukung efisiensi operasional dan kemudahan bagi pelanggan, aplikasi ini telah menjadi bagian penting dari strategi bisnis para pelaku usaha kecil dan menengah. Mereka berharap inovasi terus dilakukan untuk mempertahankan manfaat layanan ini di tengah tantangan persaingan.

4.2.2 Hasil Wawancara Daya Saing Industri Kreatif

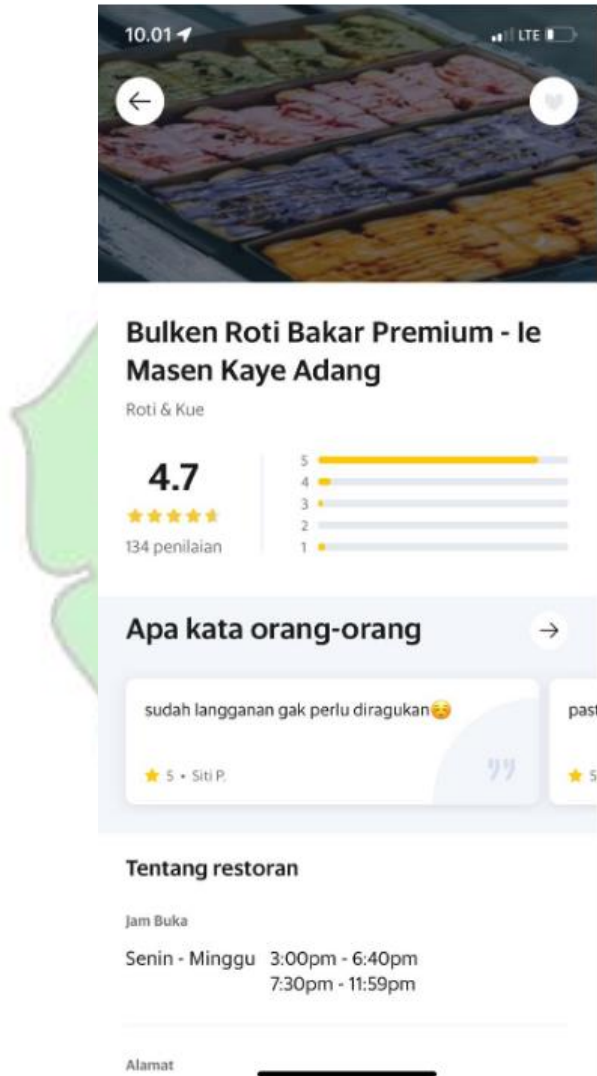
Selain wawancara mengenai dampak layanan pesan antar *online*, para informan juga diminta pendapatnya terkait daya saing industri kreatif setelah menggunakan layanan tersebut. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami sejauh mana layanan pesan antar dapat meningkatkan kemampuan bisnis dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Wawancara ini juga bertujuan

menggali strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha kreatif untuk memanfaatkan layanan tersebut sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang ketat, berikut adalah hasil wawancaranya:

Informan 1 (IK1) memberikan pernyataan berikut terkait daya saing usahanya setelah menggunakan layanan pesan antar *online*:

Menurut saya, layanan pesan antar seperti GrabFood dan Gofood memberikan keuntungan besar bagi bisnis kuliner saya. Dengan layanan ini, saya bisa menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus bergantung pada lokasi fisik. Alur pemesanan di aplikasi sangat terstruktur, mulai dari pesanan masuk, konfirmasi, hingga pengantaran oleh mitra kurir. Untuk menghadapi persaingan, saya sering memberikan promosi dan diskon di aplikasi agar pelanggan lebih memilih usaha saya daripada kompetitor. Selain itu, saya memanfaatkan fitur aplikasi untuk memantau tren pesanan, yang sangat membantu dalam pengelolaan stok bahan baku. Dengan cara ini, persediaan saya lebih efisien, dan saya merasa daya saing usaha saya semakin meningkat.

Gambar 4.1
Rating Toko Bulken

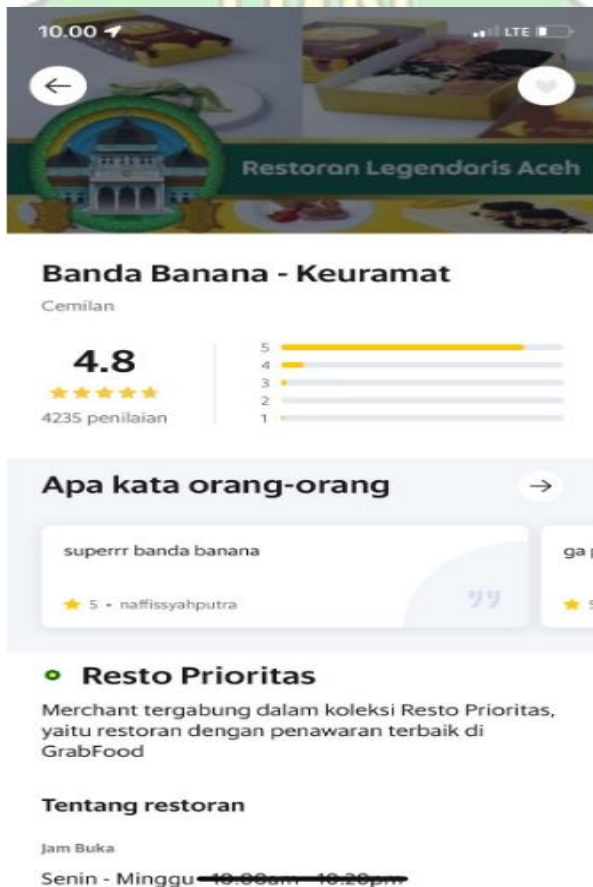


Informan 2 (IK2) yang merupakan pemilik usaha kuliner berbahan pisang memberikan penjelasan sebagai berikut:

Saya merasa layanan antar makanan sangat membantu bisnis saya, terutama dalam memperkuat daya saing. Pelanggan bisa mengakses layanan dengan cepat, dan saya

pun bisa lebih fleksibel dalam waktu operasional. Alur pemesanan di aplikasi, mulai dari konfirmasi hingga pengantaran, sangat sederhana dan efisien. Untuk bersaing dengan usaha sejenis, saya fokus pada kualitas makanan dan kecepatan pelayanan. Aplikasi ini juga sangat membantu dalam mengelola stok bahan baku, karena bisa melacak tingkat permintaan. Dengan begitu, saya bisa memesan bahan baku secara lebih tepat. Layanan ini telah menjadi strategi utama saya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kuliner.

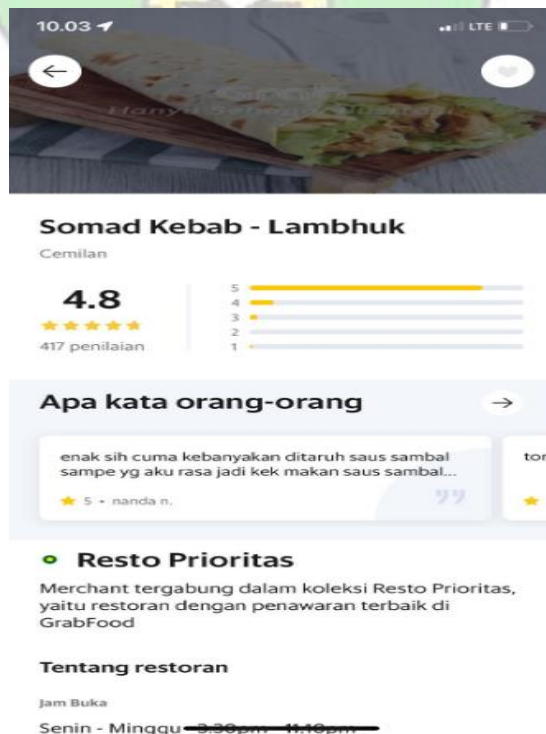
Gambar 4.2
Rating Toko Banda Banana



Informan 3 (IK3) ketika di wawancara memberikan penjelasan sebagai berikut:

Bagi saya, layanan pesan antar online membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas usaha di tengah persaingan yang ketat. Alur pemesanan yang terintegrasi dari aplikasi hingga pesanan sampai ke pelanggan sangat mendukung efisiensi operasional. Untuk tetap kompetitif, saya mengutamakan diferensiasi menu dan memastikan rasa serta penyajian makanan selalu konsisten. Dalam hal pengelolaan stok, saya menggunakan data pesanan yang tercatat di aplikasi untuk mengatur persediaan bahan baku dengan lebih baik. Layanan ini menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha saya dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

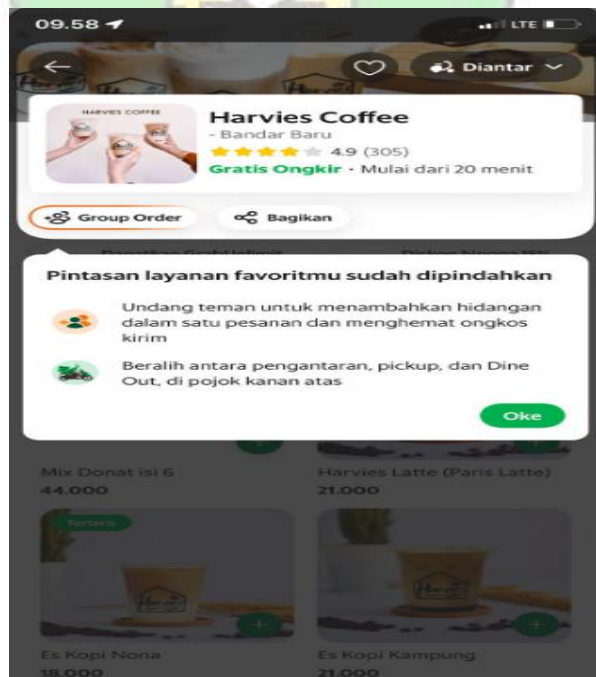
Gambar 4.3
Rating Toko Somad Kebab



Informan 4 (IK4) selaku pemilik usaha kopi memberi penjelasan sebagai berikut:

Layanan pesan antar sangat membantu saya dalam mempertahankan daya saing bisnis kuliner, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Proses pemesanan berjalan lancar, mulai dari masuknya pesanan, penyiapan makanan, hingga pengantaran oleh mitra kurir. Untuk menghadapi kompetitor, saya memanfaatkan promo dan meningkatkan variasi menu agar bisa menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, aplikasi membantu saya mengelola stok bahan baku dengan memberikan data pesanan harian, sehingga saya bisa menyesuaikan stok secara proaktif. Saya merasa layanan ini sangat memudahkan pelanggan dan membantu usaha saya tetap bersaing.

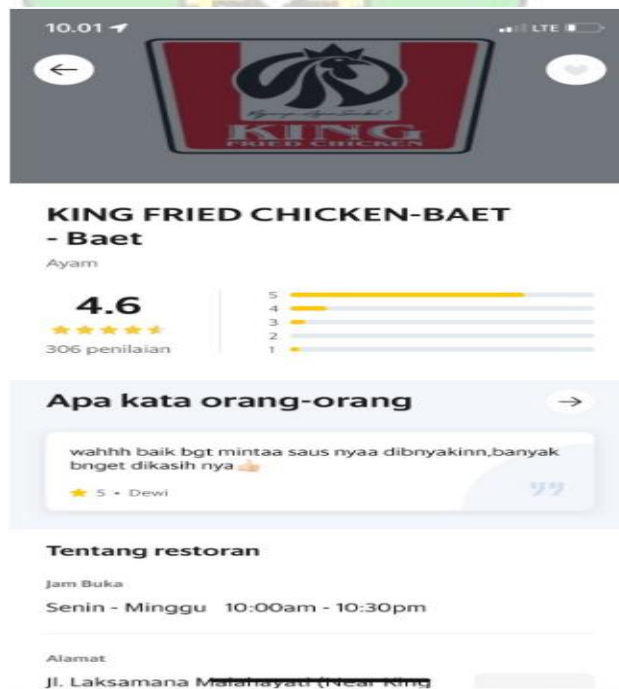
Gambar 4.4
Rating Toko Harvies Coffee



Informan 5 (IK5) yaitu pemilik ayam goreng cepat saji memberikan pernyataan sebagai berikut:

Menurut saya, layanan antar makanan memberi kesempatan lebih besar untuk menjangkau pelanggan di luar area jangkauan fisik usaha saya. Alur pemesanan dari aplikasi hingga pengiriman sangat cepat dan meminimalkan kesalahan. Untuk tetap bersaing, saya berusaha menjaga kualitas makanan dan menetapkan harga yang kompetitif. Dalam hal pengelolaan stok, saya menggunakan aplikasi untuk melihat tren penjualan, yang kemudian saya jadikan acuan dalam memesan bahan baku. Layanan pesan antar ini benar-benar mendukung daya saing bisnis saya, terutama di tengah persaingan ketat di industri kuliner online.

Gambar 4.5
Rating Toko King Fried Chicken



Wawancara dengan para informan mengungkapkan bahwa layanan pesan antar *online* berperan dalam meningkatkan daya saing usaha mereka. Informan menyebut bahwa aplikasi ini membantu memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas bisnis, terutama di era digital di mana pelanggan cenderung mencari kemudahan dalam berbelanja makanan. Fitur-fitur aplikasi yang mempermudah operasional, seperti pencatatan pesanan dan pembayaran, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelaku usaha.

Peningkatan penjualan yang dilaporkan para informan menunjukkan bahwa layanan pesan antar memiliki dampak langsung terhadap pendapatan usaha. Dengan jangkauan yang lebih luas, para informan berhasil menarik lebih banyak pelanggan, termasuk mereka yang berada di luar jangkauan fisik usaha. Bahkan, beberapa usaha mencatat lonjakan penjualan hingga 40%, yang sangat membantu dalam meningkatkan profitabilitas.

Dalam aspek operasional, aplikasi pesan antar memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola pesanan secara lebih efisien. Alur kerja yang sistematis dari aplikasi membantu mengurangi risiko kesalahan dalam pemrosesan pesanan, khususnya saat volume pesanan tinggi. Hal ini tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga meningkatkan keandalan layanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, para informan menyadari adanya beberapa tantangan, salah satunya adalah biaya layanan yang

dikenakan oleh aplikasi. Beberapa informan merasa bahwa biaya tersebut cukup tinggi dan berpotensi mengurangi margin keuntungan mereka. Selain itu, ketergantungan pada aplikasi juga dianggap dapat mengurangi interaksi langsung dengan pelanggan, yang penting untuk membangun loyalitas.

Persaingan di industri kuliner menjadi semakin ketat dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang bergabung dengan *platform* pesan antar. Para informan menyadari bahwa mereka harus terus berinovasi untuk tetap kompetitif. Beberapa strategi yang diadopsi meliputi memberikan diskon, menawarkan variasi menu, dan menjaga kualitas makanan agar tetap unggul di mata pelanggan.

Secara keseluruhan, wawancara ini menunjukkan bahwa layanan pesan antar *online* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keberlangsungan dan daya saing usaha kuliner. Meskipun ada beberapa tantangan, informan optimis bahwa dengan pemanfaatan teknologi dan strategi yang tepat, mereka dapat terus berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

4.2. Pembahasan

Pada bagian ini akan diuraikan hasil wawancara dengan lima pelaku usaha industri kreatif di Kota Banda Aceh terkait Dampak Layanan Pesan Antar *Online* dan Daya Saing Industri Kreatif, yang telah disajikan sebelumnya dalam bentuk tabel. Ulasan ini mencakup pengalaman serta pandangan para pelaku usaha terhadap penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online*,

seperti *GrabFood* dan *Gofood*, dalam mendukung bisnis mereka, khususnya dalam peningkatan penjualan, manajemen pesanan, serta adaptasi terhadap persaingan.

4.2.1 Analisis Dampak Layanan Pesan Antar *Online* terhadap Industri Kreatif Bidang Kuliner di Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelaku usaha industri kreatif bidang kuliner di Kota Banda didapatkan pandangan yang beragam terkait dampak layanan pesan antar *Online*. Terkait proses pendaftaran usaha di aplikasi layanan pesan antar sebagian besar informan menyatakan bahwa proses pendaftaran di aplikasi layanan pesan antar relatif mudah dan tidak rumit. IK1 menyebutkan bahwa meskipun memerlukan waktu untuk verifikasi data, prosesnya cukup sederhana. IK2 juga merasakan hal serupa, menilai bahwa langkah pendaftaran memberikan keuntungan bagi usahanya. IK3 mengalami sedikit kendala dalam pengisian data, namun merasa terbantu dengan panduan aplikasi. Informan IK4 menyatakan bahwa proses pendaftaran cukup fleksibel tetapi memerlukan waktu untuk konfirmasi data. Sementara itu, IK5 merasakan proses pendaftaran yang sederhana dan cepat.

Para informan sepakat bahwa aplikasi ini sangat membantu dalam pengelolaan pesanan. IK1 menekankan bahwa aplikasi mempermudah pencatatan dan transaksi pembayaran, sedangkan IK2 menjelaskan bahwa aplikasi memungkinkan pengelolaan pesanan yang sistematis dan otomatis, terutama saat banyak

pesanan masuk. IK3 mengakui bahwa aplikasi ini membantu dirinya lebih fokus pada penyediaan makanan, sementara IK4 merasakan kemudahan dalam memantau pesanan, terutama saat ramai. IK5 juga mencatat bahwa aplikasi efektif dalam pencatatan pesanan, khususnya saat ada banyak pesanan bersamaan.

Semua informan merasakan dampak positif dari aplikasi terhadap penjualan usaha mereka. IK1 melihat peningkatan signifikan dalam penjualan yang memperluas jangkauan pelanggan, sementara IK2 melaporkan adanya kenaikan penjualan sekitar 30% setelah bergabung. IK3 mencatat bahwa penjualannya meningkat hingga 40%, terutama pada akhir pekan. Informan IK4 mencatat bahwa penjualan usahanya meningkat sekitar 25% setelah menggunakan layanan ini. IK5 juga merasakan dampak positif dengan penjualan meningkat hingga 35% dan banyak pelanggan baru yang memesan melalui aplikasi.

Walaupun harga di aplikasi seringkali lebih tinggi dibandingkan dengan harga beli langsung di outlet, semua informan setuju bahwa hal tersebut tidak terlalu memengaruhi jumlah pelanggan. IK1 menyatakan bahwa pelanggan tetap memesan meski harga lebih tinggi, sedangkan IK2 menekankan bahwa banyak pelanggan lebih memilih kemudahan layanan antar. IK3 mencatat bahwa meskipun ada keluhan tentang harga, kenyamanan layanan antar menjadi prioritas pelanggan. Informan IK4 khawatir tentang dampak harga yang lebih tinggi, tetapi secara umum, jumlah pesanan tetap stabil. IK5 juga tidak melihat penurunan jumlah pelanggan meskipun ada perbedaan harga.

Para informan memiliki harapan dan kekhawatiran terkait dampak jangka panjang dari layanan pesan antar. IK1 berharap layanan ini akan mendukung keberlanjutan usahanya, tetapi khawatir bahwa ketergantungan pada aplikasi dapat mengurangi hubungan langsung dengan pelanggan. IK2 berharap aplikasi dapat berkembang tanpa memberatkan biaya operasional, namun khawatir tentang persaingan yang semakin ketat di sektor kuliner. IK3 mengharapkan inovasi dari aplikasi agar sektor kuliner dapat terus berkembang. IK4 juga merasa khawatir tentang persaingan yang semakin ketat, sedangkan IK5 berharap agar layanan ini tetap memberikan kemudahan bagi usaha kecil tanpa menambah beban biaya operasional.

Semua informan melaporkan adanya perubahan signifikan dalam jumlah pesanan setelah menggunakan aplikasi. IK1 mencatat peningkatan yang signifikan, begitu juga IK2 yang mengamati kenaikan pesanan yang cukup besar. IK3 melaporkan peningkatan yang signifikan dalam pesanan harian. IK4 menyatakan bahwa pesanan yang stabil sebelum bergabung kini mengalami kenaikan yang signifikan. IK5 juga mencatat bahwa jumlah pesanan mengalami peningkatan yang cukup besar.

Para informan merasa bahwa layanan *online food delivery* seperti *GrabFood* dan *Gofood* membantu meningkatkan kecepatan proses pemesanan. IK1 merasakan bahwa layanan pesan antar mempercepat proses pesanan. IK2 menegaskan bahwa aplikasi sangat mendukung percepatan pesanan, terutama saat jam sibuk. IK3 mencatat bahwa aplikasi mempercepat alur pemesanan

pelanggan secara praktis dan efisien. IK4 setuju bahwa aplikasi sangat membantu dalam mempercepat proses, dan IK5 juga merasakan manfaat yang sama dalam hal percepatan proses pemesanan makanan.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan pesan antar *online* tidak hanya mempermudah pengelolaan usaha kuliner, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan, meskipun tantangan persaingan dan ketergantungan harus diwaspadai oleh pelaku usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Utami, *et al* (2024) yang menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro di tengah persaingan global yang semakin ketat. Proses pendaftaran yang mudah dan kemudahan dalam mengelola pesanan yang dirasakan oleh informan menegaskan pentingnya penerapan teknologi digital dalam operasional usaha kuliner.

Penelitian Zusnita *et al.* (2022), mengungkapkan peran penting aplikasi pesan antar dalam mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner, menunjukkan bahwa penggunaan layanan pesan antar *online* tidak hanya mempermudah proses pendaftaran dan pengelolaan pesanan, tetapi juga secara signifikan meningkatkan penjualan. Hal ini mencerminkan bahwa aplikasi pesan antar dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM, seperti yang dijelaskan dalam penelitian tersebut.

Selain itu, studi oleh Widodo *et al.* (2022) yang membahas strategi pemanfaatan media sosial dan aplikasi antar makanan pada UMKM juga relevan dengan hasil penelitian ini. Melalui aplikasi antar makanan UMKM tidak hanya merasakan peningkatan penjualan, tetapi juga mengakui pentingnya aplikasi dalam mempercepat proses pemesanan

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa adopsi teknologi digital, seperti layanan pesan antar, merupakan langkah penting bagi UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan kinerja usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

4.2.2. Peran Sistem Layanan Pesan Antar Makanan Membantu Persaingan dalam Bisnis Kuliner pada Gerai Makanan di Kota Banda Aceh

Hasil wawancara dengan lima informan terkait sistem layanan pesan antar makanan terhadap keunggulan kompetitif bisnis kuliner pada gerai makanan di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa sistem layanan pesan antar makanan membantu meningkatkan keunggulan bersaing bagi bisnis kuliner mereka. Menurut IK1, sistem layanan pesan antar yang digunakan dalam bisnis kuliner mereka sangat menguntungkan karena memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa tergantung pada lokasi fisik usaha. Hal ini sangat penting dalam industri kuliner yang semakin kompetitif, di mana aksesibilitas dan visibilitas menjadi kunci untuk menarik pelanggan. Dengan

menggunakan aplikasi seperti *GrabFood* dan *Gofood*, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka ke daerah yang sebelumnya sulit dijangkau, meningkatkan peluang penjualan dan memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas.

Proses pemesanan yang terstruktur, mulai dari pesanan yang masuk ke aplikasi, konfirmasi dari pihak usaha, hingga pengantaran oleh mitra kurir, dinilai sangat efisien oleh IK1. Alur yang jelas ini tidak hanya memudahkan dalam pengelolaan pesanan, tetapi juga mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pemrosesan pesanan. Dengan sistem yang terintegrasi, mereka dapat dengan mudah melacak status pesanan, memastikan bahwa setiap tahap dari pemesanan hingga pengantaran berjalan dengan lancar. Ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga memungkinkan pelaku usaha untuk merespons dengan cepat terhadap kebutuhan dan permintaan pelanggan.

Keberadaan sistem ini juga berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional secara keseluruhan. IK1 menyatakan bahwa dengan menggunakan fitur yang disediakan oleh aplikasi, mereka dapat mengelola stok bahan baku dengan lebih baik. Dengan menganalisis data tren pesanan, mereka dapat memprediksi kebutuhan bahan baku dan melakukan pengadaan secara lebih efisien. Hal ini mengurangi pemborosan dan memastikan bahwa mereka selalu memiliki stok yang cukup untuk memenuhi permintaan.

Dengan sistem yang efisien ini, IK1 merasakan peningkatan produktivitas yang signifikan. Proses yang lebih terstruktur

memungkinkan mereka untuk fokus pada peningkatan kualitas produk dan pelayanan, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, kemampuan untuk menjangkau pelanggan lebih luas dan mengelola operasional secara efisien menjadi faktor penting dalam menjaga daya saing. Secara keseluruhan, IK1 menggarisbawahi bahwa adopsi sistem layanan pesan antar ini merupakan langkah strategis dalam menjalankan bisnis kuliner. Dengan memanfaatkan teknologi digital, mereka tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja dan pertumbuhan usaha.

IK2 berdasarkan hasil wawancara di atas menyatakan bahwa layanan pesan antar makanan sangat membantu memperkuat daya saing bisnisnya. Ia menjelaskan bahwa akses cepat yang disediakan oleh aplikasi memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan dengan mudah, tanpa harus mengalami kesulitan yang sering kali muncul dalam proses pemesanan tradisional. Dalam dunia yang semakin sibuk ini, kemudahan dalam melakukan pemesanan menjadi salah satu faktor penentu bagi konsumen dalam memilih di mana mereka akan berbelanja. Dengan menggunakan layanan antar makanan, pelanggan dapat dengan cepat memilih menu yang diinginkan dan memesan hanya dengan beberapa klik, sehingga menghemat waktu dan usaha mereka.

Alur pemesanan yang sederhana dari aplikasi, yang mencakup langkah-langkah mulai dari konfirmasi pesanan hingga

pengantaran, menjadi salah satu alasan mengapa pelanggan lebih memilih usahanya dibandingkan dengan kompetitor. IK2 mencatat bahwa struktur proses yang jelas dan efisien membuat pelanggan merasa nyaman dan puas, karena mereka tahu apa yang diharapkan dan dapat melacak status pesanan mereka dengan mudah. Kemudahan ini mengurangi potensi kesalahan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan

Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan pesan antar, IK2 merasa bahwa layanan ini telah menjadi strategi utama dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri kuliner. Dalam konteks persaingan yang semakin sengit, kemampuan untuk menawarkan layanan yang cepat dan efisien memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Usaha yang mampu memberikan pengalaman pemesanan yang menyenangkan dan efisien akan lebih mungkin untuk mempertahankan pelanggan setia dan menarik pelanggan baru.

IK2 juga menekankan pentingnya kualitas makanan dan kecepatan pelayanan sebagai nilai tambah bagi pelanggan. Selain dari kemudahan akses yang diberikan oleh aplikasi, usaha yang memperhatikan kualitas produk dan memberikan layanan yang cepat akan lebih berhasil dalam menjaga daya saing. Dengan demikian, layanan antar makanan tidak hanya sekadar sarana untuk memudahkan pemesanan, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang lebih luas. Secara keseluruhan, IK2 melihat layanan antar makanan sebagai elemen kunci dalam pengembangan dan pertumbuhan bisnis kuliner. Dengan memanfaatkan teknologi

digital, ia dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan dan daya saing usahanya di pasar yang semakin kompetitif.

IK3 menekankan pentingnya layanan pesan antar *online* dalam memberikan akses pasar yang lebih luas serta meningkatkan visibilitas usaha mereka di tengah ketatnya persaingan. Dengan memanfaatkan *platform* digital, usaha mereka dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak dan beragam, yang sebelumnya mungkin tidak dapat dijangkau melalui metode pemasaran tradisional. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan potensi penjualan. Selain itu, efisiensi operasional yang dihasilkan dari alur pemesanan yang terintegrasi dalam aplikasi menjadi salah satu keunggulan kompetitif. Proses yang mulus, mulai dari pemesanan hingga pengantaran, mengurangi kemungkinan kesalahan dan mempercepat waktu layanan. Dengan cara ini, IK3 dapat fokus pada pengembangan bisnis tanpa khawatir tentang manajemen pesanan yang rumit. Efisiensi ini juga berdampak positif pada pengalaman pelanggan, yang berujung pada kepuasan dan loyalitas.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, IK3 memilih strategi diferensiasi menu sebagai fokus utama. Dengan menawarkan pilihan menu yang unik dan menarik, mereka berupaya menciptakan identitas yang membedakan usaha mereka dari kompetitor. Kualitas rasa dan penyajian juga menjadi perhatian utama, dengan tujuan memastikan bahwa setiap hidangan yang

disajikan memenuhi standar tinggi. Dengan konsistensi dalam kualitas, pelanggan akan lebih cenderung untuk kembali, menjadikan usaha mereka sebagai pilihan utama saat ingin memesan makanan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara layanan efisien, diferensiasi produk, dan kualitas yang terjaga dapat secara signifikan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Informan IK4 juga melihat pentingnya layanan pesan antar dalam mempertahankan daya saing. Ia menyatakan bahwa alur pemesanan yang lancar, dimulai dari masuknya pesanan hingga pengantaran, sangat mendukung operasional usahanya. Untuk bersaing dengan kompetitor, ia memanfaatkan promo dan meningkatkan variasi menu agar lebih menarik bagi pelanggan. Dengan aplikasi yang memberikan data pesanan harian, ia dapat menyesuaikan stok bahan baku secara proaktif untuk menghindari kekurangan.

IK5 menyoroti bahwa layanan antar makanan memberikan kesempatan lebih besar untuk menjangkau pelanggan di luar area jangkauan fisiknya. Ia menjelaskan bahwa proses pemesanan dari aplikasi hingga pengiriman cepat dan minim kesalahan, yang membuat pelanggan merasa puas. Dalam menghadapi persaingan, ia tetap menjaga kualitas dan harga agar tetap kompetitif. Ia menekankan bahwa keberadaan layanan ini sangat mendukung daya saing bisnisnya, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri kuliner *online*.

Secara keseluruhan, semua informan sepakat bahwa keberadaan layanan pesan antar *online* menjadi elemen kunci dalam meningkatkan daya saing mereka. Mereka semua menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi memudahkan pengelolaan stok bahan baku dan memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar. Dengan demikian, layanan ini tidak hanya membantu dalam proses penjualan tetapi juga dalam manajemen operasional yang lebih efisien. Berikut adalah pembahasan beberapa point penting dari hasil wawancara yang telah dilakukan.

1. Alur pemesanan dari aplikasi sampai pesanan di antar ke pelanggan dalam bisnis kuliner pada gerai makanan di Kota Banda Aceh

Alur pemesanan dari aplikasi hingga pesanan diantar ke pelanggan merupakan bagian integral dari sistem layanan pesan antar makanan yang mendukung keunggulan kompetitif bisnis kuliner. Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan, proses ini dimulai ketika pelanggan mengakses aplikasi seperti *GrabFood* atau *Gofood*. Di sini, mereka dapat dengan mudah memilih menu yang diinginkan. Proses pemesanan yang sederhana ini menjadi penting dalam menarik pelanggan, karena memudahkan mereka untuk menjelajahi pilihan makanan tanpa mengalami kesulitan yang biasanya ada dalam pemesanan tradisional.

Setelah pelanggan menempatkan pesanan, langkah berikutnya adalah konfirmasi dari pihak usaha. Informan mengungkapkan bahwa penerimaan pesanan yang cepat dan akurat

dari aplikasi sangat memengaruhi efisiensi operasional. Dengan sistem yang terintegrasi, pelaku usaha dapat langsung melihat pesanan yang masuk, mempersiapkan makanan sesuai spesifikasi yang diminta, dan mengelola proses pemesanan secara real-time. Hal ini mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pemrosesan dan memastikan bahwa setiap tahap berjalan lancar, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan.

Ketika makanan sudah siap, proses selanjutnya adalah pengantaran oleh mitra kurir. Informan menjelaskan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam pengantaran sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat melacak status pesanan mereka melalui aplikasi, yang memberi rasa aman dan nyaman. Pengantaran yang cepat dan minim kesalahan menjadi salah satu keunggulan yang ditawarkan, menjadikan pelanggan lebih cenderung untuk memesan kembali di masa mendatang.

Dalam pengantaran, pelaku usaha juga memperhatikan kualitas penyajian makanan. Informan menekankan bahwa makanan yang diterima dalam kondisi baik dan sesuai ekspektasi akan meninggalkan kesan positif di mata pelanggan. Kualitas makanan, kecepatan pelayanan, dan kemudahan akses menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya berfokus pada pengiriman, tetapi juga pada aspek pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Setelah pesan samapai ke pelanggan, alur pemesanan diakhiri dengan pengumpulan umpan balik dari pelanggan setelah

mereka menerima pesanan. Informan mengungkapkan bahwa feedback ini sangat berharga untuk perbaikan layanan ke depan. Dengan mengelola stok bahan baku yang lebih baik berdasarkan data pesanan harian dan menyesuaikan variasi menu sesuai dengan preferensi pelanggan, pelaku usaha dapat tetap kompetitif. Secara keseluruhan, alur pemesanan dari aplikasi hingga pengantaran mencerminkan proses yang terstruktur dan saling terkait, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing bisnis kuliner di Kota Banda Aceh.

2. Cara mengatasi persaingan dengan pelaku usaha kuliner yang lain yang juga menggunakan layanan pesan antar makanan *online*

Seiring berkembangnya teknologi digital, pelaku bisnis kuliner di Kota Banda Aceh menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat, terutama dengan banyaknya usaha lain yang juga memanfaatkan layanan pesan antar makanan *online*. Untuk tetap bersaing dan menarik pelanggan, pelaku usaha melakukan berbagai strategi yang terintegrasi dalam operasi mereka, antara lain sebagai berikut:

a) Diferensiasi produk

Pelaku usaha kuliner berusaha untuk menawarkan menu yang unik dan menarik. Seperti yang diungkapkan oleh informan, mereka fokus pada pengembangan menu yang berbeda dari kompetitor, seperti menciptakan resep baru atau menyajikan hidangan khas daerah. Dengan cara ini, mereka tidak hanya memberikan nilai tambah kepada

pelanggan tetapi juga menciptakan identitas usaha yang membedakan mereka dari pesaing.

b) Memanfaatkan promosi dan diskon

Dengan memanfaatkan fitur promosi yang tersedia dalam aplikasi pesan antar, pelaku usaha dapat menawarkan potongan harga atau paket menarik yang menggiurkan. Promosi ini bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama. Dengan menawarkan nilai lebih dalam bentuk harga yang lebih kompetitif, mereka dapat meningkatkan volume penjualan meskipun persaingan semakin ketat.

c) Fokus terhadap kualitas produk dan layanan

Dalam wawancara, beberapa informan menyatakan bahwa mereka selalu berusaha untuk menjaga kualitas makanan dan kecepatan pengiriman. Pelaku usaha menyadari bahwa pelanggan tidak hanya mencari makanan yang enak tetapi juga layanan yang cepat dan efisien. Kualitas pelayanan yang baik, termasuk komunikasi yang jelas tentang status pesanan dan pengantaran yang tepat waktu, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong loyalitas.

d) Melakukan analisis pasar dan pengumpulan umpan balik dari pelanggan. Dengan menggunakan data dari aplikasi, mereka dapat memahami preferensi dan kebiasaan konsumsi pelanggan. Ini membantu mereka dalam menyesuaikan menu dan layanan sesuai dengan permintaan

pasar. Melalui survei atau langsung meminta umpan balik setelah pengantaran, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka sesuai dengan harapan pelanggan.

e) Memanfaatkan media sosial

Pelaku usaha aktif mempromosikan menu dan promosi melalui *platform* media sosial seperti Instagram dan Facebook. Dengan berbagi foto-foto menarik dan testimoni pelanggan, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik perhatian pelanggan baru. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun komunitas, dan menjaga loyalitas.

f) Mengoptimalkan pengelolaan stok dan operasional.

Dengan sistem yang efisien, mereka dapat mengelola bahan baku dengan lebih baik, mengurangi pemborosan, dan memastikan bahwa mereka selalu siap memenuhi permintaan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa makanan yang disajikan selalu dalam kondisi terbaik dan dapat memenuhi harapan pelanggan. Pengelolaan yang baik juga memungkinkan mereka untuk merespons dengan cepat terhadap fluktuasi permintaan, yang dapat terjadi dalam situasi persaingan yang ketat.

g) Kolaborasi dengan mitra pengiriman juga menjadi strategi penting.

Pelaku usaha sering bekerja sama dengan mitra kurir yang dapat diandalkan untuk memastikan pengantaran yang cepat dan aman. Kerjasama ini penting untuk membangun reputasi positif, di mana pelanggan merasa puas dengan kecepatan dan kualitas layanan pengantaran. Dengan mempertahankan hubungan yang baik dengan mitra pengiriman, pelaku usaha dapat menjamin pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang pada akhirnya mendukung keberhasilan dalam menghadapi persaingan di pasar kuliner.

Secara keseluruhan, pelaku bisnis kuliner di Kota Banda Aceh telah mengimplementasikan berbagai strategi yang komprehensif untuk mengatasi persaingan dalam penggunaan layanan pesan antar makanan *online*. Melalui diferensiasi produk, promosi yang menarik, menjaga kualitas, analisis pasar, pemanfaatan media sosial, pengelolaan operasional yang efisien, dan kolaborasi dengan mitra pengiriman, mereka dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Ini menunjukkan bahwa meskipun persaingan semakin ketat, dengan strategi yang tepat, pelaku usaha dapat terus berkembang dan sukses di pasar yang dinamis ini.

3. Peran sistem layanan antar makanan membantu persaingan dalam bisnis kuliner pada gerai makanan di Kota Banda Aceh

Sistem layanan antar makanan memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing bisnis kuliner di Kota Banda Aceh.

Pertama, sistem ini memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka tanpa dibatasi oleh lokasi fisik gerai. Dengan memanfaatkan aplikasi seperti *GrabFood* dan *Gofood*, mereka dapat menjangkau pelanggan di area yang lebih luas, termasuk wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau. Hal ini berkontribusi pada peningkatan volume penjualan dan memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih beragam, yang merupakan keuntungan kompetitif yang signifikan dalam industri yang semakin kompetitif.

Kedua, efisiensi dalam proses pemesanan dan pengantaran yang ditawarkan oleh sistem ini juga sangat mendukung daya saing. Dengan alur pemesanan yang terstruktur, mulai dari pemesanan hingga pengantaran, pelaku usaha dapat mengurangi kemungkinan kesalahan dalam pemrosesan pesanan. Pelanggan dapat dengan mudah melacak status pesanan mereka, yang meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka terhadap layanan. Ketika pelanggan merasa nyaman dan puas dengan pengalaman pemesanan mereka, mereka cenderung menjadi pelanggan setia, yang sangat penting dalam mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan yang ketat.

Selain itu, sistem layanan antar makanan membantu pelaku usaha dalam manajemen operasional yang lebih efisien. Dengan menggunakan fitur analitik yang disediakan oleh aplikasi, pelaku usaha dapat menganalisis pola permintaan dan mengelola stok bahan baku secara lebih baik. Informasi ini memungkinkan mereka untuk melakukan pengadaan secara tepat waktu dan menghindari

pemborosan, yang berdampak positif pada profitabilitas usaha. Efisiensi ini tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis tetapi juga memungkinkan pelaku usaha untuk fokus pada peningkatan kualitas produk dan pelayanan, sehingga semakin meningkatkan daya saing usaha (Saura, *et al*, 2023).

Selanjutnya, layanan antar makanan juga berkontribusi pada peningkatan visibilitas dan branding usaha kuliner. Dengan terdaftar di *platform online*, bisnis kuliner dapat memanfaatkan promosi dan fitur pemasaran yang ditawarkan oleh aplikasi untuk menarik perhatian konsumen. Misalnya, penawaran promo, diskon, atau menu spesial dapat menarik minat pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Meningkatnya visibilitas ini membantu usaha kuliner untuk membangun identitas merek yang kuat dan berbeda dari kompetitor.

Terakhir, keberadaan sistem layanan antar makanan dalam bisnis kuliner juga menciptakan peluang inovasi. Pelaku usaha didorong untuk terus berinovasi dalam menyajikan menu, kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan agar tetap menarik minat konsumen. Dengan adanya *platform* yang memungkinkan umpan balik dari pelanggan, pelaku usaha dapat lebih mudah memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, yang selanjutnya dapat digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan layanan usaha. Seperti yang diungkapkan oleh Tien, *et al* (2020) inovasi digital dalam sebuah bisnis merupakan kunci untuk mampu bertahan dalam persaingan usaha yang dinamis.

Secara keseluruhan, sistem layanan antar makanan tidak hanya membantu pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun identitas merek yang kuat. Dengan memanfaatkan teknologi ini secara optimal, pelaku usaha kuliner di Kota Banda Aceh dapat menghadapi tantangan persaingan dengan lebih baik dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan mengadopsi alat pemasaran digital seperti iklan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM), bisnis kuliner lokal dapat mengatasi tantangan tersebut. Integrasi alat-alat ini ke dalam layanan antar makanan mereka dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, mengoptimalkan efisiensi operasional, dan memperkuat loyalitas merek. Langkah ini sejalan dengan tren transformasi digital global, memungkinkan bisnis kuliner di Banda Aceh tetap kompetitif di pasar yang semakin berbasis teknologi (Peter & Vecchia, 2021).

4. Tantangan yang dihadapi bisnis kuliner pada gerai makanan di Kota Banda Aceh terkait layanan pesan antar makanan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh bisnis kuliner di Kota Banda Aceh terkait layanan pesan antar, antara lain sebagai berikut:

- a) Persaingan yang ketat

Dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha kuliner yang memanfaatkan layanan pesan antar, pasar di Kota Banda Aceh semakin kompetitif. Pelanggan kini memiliki lebih banyak pilihan, sehingga bisnis kuliner harus berusaha keras untuk menarik perhatian mereka. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah inovasi dalam menu, seperti menciptakan hidangan baru yang tidak hanya unik tetapi juga mencerminkan kekayaan kuliner lokal. Selain itu, penyajian yang menarik dan promosi yang efektif di media sosial dapat membantu memperkuat daya tarik. Dalam konteks ini, bisnis yang mampu mengedepankan kreativitas dan diferensiasi produk akan memiliki peluang lebih besar untuk menonjol di tengah persaingan yang ketat (Ijomah, *et.at*, 2024).

Tidak hanya dari segi menu, pengalaman pelanggan juga menjadi faktor penting yang dapat membedakan satu bisnis kuliner dari yang lain. Bisnis di Kota Banda Aceh perlu memperhatikan setiap aspek dari proses pemesanan hingga pengantaran, memastikan bahwa pelanggan mendapatkan layanan yang cepat, ramah, dan responsif. Penggunaan teknologi, seperti aplikasi yang memudahkan pelanggan untuk melacak status pesanan, dapat meningkatkan kepuasan mereka. Selain itu, strategi pemasaran yang cerdas, seperti kolaborasi dengan influencer lokal atau menawarkan promo menarik, juga dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Dengan pendekatan yang terintegrasi antara inovasi produk

dan pelayanan yang prima, bisnis kuliner di Kota Banda Aceh dapat memperkuat posisi mereka dalam industri yang semakin kompetitif ini.

b) Ketergantungan pada *platform* pihak ketiga

Ketergantungan pada *platform* pihak ketiga seperti *GrabFood* dan *Gofood* merupakan salah satu tantangan signifikan yang dihadapi oleh bisnis kuliner di Kota Banda Aceh. Meskipun aplikasi tersebut menawarkan kemudahan akses dan jangkauan yang lebih luas kepada pelanggan, mereka juga membawa risiko yang dapat mempengaruhi operasional bisnis secara keseluruhan. Salah satu masalah utama adalah pengurangan kontrol terhadap pengalaman pelanggan. Ketika pesanan dilakukan melalui aplikasi, bisnis tidak selalu dapat memastikan bagaimana makanan disajikan atau bagaimana kualitas layanan kurir yang mengantarkan. Hal ini dapat berpotensi mengganggu kepuasan pelanggan, terutama jika terjadi kesalahan dalam pengiriman atau jika makanan tidak sampai dalam kondisi baik (Nur & DhJafar, 2023).

Selain itu, ketergantungan pada aplikasi pihak ketiga sering kali melibatkan biaya komisi yang cukup tinggi. Biaya ini dapat menggerus margin keuntungan, terutama bagi bisnis kecil dan menengah yang mungkin sudah beroperasi dengan anggaran yang terbatas. Dengan komisi yang dibayarkan kepada *platform*, pelaku usaha kuliner harus merencanakan strategi harga yang lebih cermat, yang mungkin

mengakibatkan harga menu yang lebih tinggi bagi konsumen. Selain itu, ketergantungan ini dapat membatasi fleksibilitas bisnis dalam menawarkan promosi atau penawaran khusus, karena sering kali terdapat ketentuan yang harus diikuti berdasarkan kebijakan *platform*. Dalam jangka panjang, ketergantungan ini dapat mengurangi profitabilitas dan menciptakan tantangan bagi keberlanjutan bisnis kuliner. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengevaluasi strategi mereka dan mencari cara untuk mengurangi ketergantungan pada *platform* pihak ketiga sambil tetap menjaga kualitas layanan dan pengalaman pelanggan.

c) Kualitas makanan saat pengantaran

Menjaga kualitas dan kesegaran makanan selama proses pengantaran adalah tantangan yang krusial bagi bisnis kuliner, terutama di Kota Banda Aceh yang semakin mengandalkan layanan pesan antar. Makanan yang dikirim harus tiba dalam kondisi yang optimal agar pelanggan merasa puas dan mau melakukan pemesanan ulang. Namun, berbagai faktor dapat memengaruhi kualitas makanan selama pengantaran. Misalnya, waktu perjalanan yang lama, suhu lingkungan, dan cara makanan dikemas dapat menyebabkan makanan menjadi kurang segar atau bahkan rusak. Jika makanan sampai dalam kondisi yang tidak baik, hal ini tidak hanya akan mengecewakan pelanggan tetapi juga dapat merusak reputasi bisnis. Reputasi yang baik sangat penting

dalam bisnis, dan ulasan negatif dari pelanggan dapat berdampak besar pada daya tarik bisnis (Macheke, *et al*, 2024). Oleh karena itu, pelaku usaha harus berinvestasi dalam kemasan yang sesuai dan memilih mitra pengantaran yang dapat diandalkan untuk memastikan bahwa makanan tiba dalam keadaan terbaik..

d) Manajemen stok yang rumit

Manajemen stok merupakan aspek penting dalam menjalankan bisnis kuliner yang sukses, terutama yang menggunakan layanan pesan antar. Dalam konteks ini, pelaku usaha harus memiliki sistem yang efisien untuk mengelola bahan baku agar selalu tersedia tanpa mengalami kelebihan atau kekurangan stok. Kekurangan bahan baku dapat menyebabkan keterlambatan dalam pemenuhan pesanan, sementara kelebihan stok dapat berujung pada pemborosan, terutama untuk bahan yang mudah rusak (Hariadi, 2020). Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan data analitik yang disediakan oleh *platform* pengantaran makanan guna memantau tren permintaan dan memprediksi kebutuhan bahan baku. Dengan informasi ini, mereka dapat melakukan pengadaan yang lebih tepat waktu dan akurat, memastikan bahwa setiap hidangan dapat disiapkan sesuai dengan permintaan pelanggan. Selain itu, manajemen stok yang baik juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil langkah proaktif dalam menjaga kualitas

makanan, sehingga setiap pesanan yang dikirim kepada pelanggan memenuhi standar tinggi yang diharapkan.

e) Kesalahan dalam pemrosesan pesanan

Meskipun sistem pemesanan dirancang untuk efisiensi, kesalahan dalam pengambilan atau pengiriman pesanan tetap menjadi tantangan yang sering dihadapi oleh pelaku usaha kuliner. Kesalahan ini dapat berupa pengiriman makanan yang salah, keterlambatan dalam pengantaran, atau makanan yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Ketika pelanggan mengalami masalah seperti ini, tingkat kepuasan mereka dapat menurun secara signifikan. Dalam dunia bisnis kuliner yang kompetitif, kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang berkontribusi terhadap loyalitas.

Ketidakpuasan pelanggan akibat kesalahan pemesanan dapat memicu reaksi negatif, seperti ulasan buruk di media sosial atau *platform* ulasan. Hal ini dapat merusak reputasi bisnis dan mengurangi daya tarik di mata pelanggan baru (Wan, *et al*, 2023). Oleh karena itu, pelaku usaha harus memiliki mekanisme untuk meminimalkan kesalahan tersebut, seperti pelatihan untuk staf dalam pengambilan pesanan, penggunaan teknologi untuk memastikan akurasi, dan menyediakan saluran komunikasi yang efektif untuk menangani keluhan pelanggan. Dengan demikian, meskipun sistem sudah dirancang untuk efisiensi, perhatian terhadap detail dan manajemen yang baik tetap diperlukan untuk memastikan

bahwa pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diberikan (Medberg & Grooos, 2020).

f) Biaya operasional yang meningkat

Biaya operasional yang meningkat merupakan tantangan bagi bisnis kuliner, terutama bagi usaha kecil yang mengandalkan layanan pesan antar. Ketika pelaku usaha memilih untuk menggunakan *platform* pengantaran makanan, seperti *GrabFood* dan *Gofood*, mereka harus mempertimbangkan berbagai biaya tambahan yang dapat membebani keuangan mereka. Biaya ini mencakup gaji kurir yang harus dibayarkan untuk setiap pengantaran serta komisi yang dibebankan oleh aplikasi. Komisi ini sering kali bervariasi dan dapat mencapai persentase yang cukup tinggi dari total penjualan, sehingga menggerus margin keuntungan yang sudah terbatas.

Bagi usaha kecil yang mungkin beroperasi dengan modal terbatas, peningkatan biaya operasional ini bisa menjadi tantangan yang sulit diatasi. Jika tidak dikelola dengan baik, biaya tambahan ini dapat mengakibatkan tekanan finansial yang signifikan, yang pada gilirannya bisa mempengaruhi kemampuan mereka untuk berinvestasi dalam pengembangan produk atau layanan. Oleh karena itu, pelaku usaha harus pintar dalam merencanakan strategi harga dan menemukan cara untuk meminimalkan biaya pengiriman, misalnya dengan mengoptimalkan rute pengantaran atau bernegosiasi dengan penyedia layanan pengantaran. Dengan pengelolaan yang tepat, pelaku usaha dapat tetap bersaing meskipun

menghadapi tantangan biaya operasional yang meningkat (olson, *et al*, 2021).

g) Kurangnya umpan balik yang memadai

Kurangnya umpan balik yang memadai dari pelanggan menjadi salah satu tantangan utama bagi bisnis kuliner yang menggunakan layanan pesan antar. Ketika pelanggan tidak memberikan masukan atau penilaian tentang pengalaman mereka, bisnis kehilangan kesempatan berharga untuk memahami apa yang berjalan baik dan apa yang perlu diperbaiki. Umpan balik pelanggan adalah informasi yang sangat berharga yang dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas layanan, menu, dan proses pengantaran. Tanpa data ini, pelaku usaha mungkin terjebak dalam asumsi yang salah tentang preferensi dan kepuasan pelanggan (Istikhoroh, *et al*, 2023).

Situasi ini dapat menyebabkan stagnasi dalam pengembangan layanan, karena bisnis tidak dapat mengenali masalah yang mungkin mengurangi kepuasan pelanggan. Misalnya, jika makanan sering tiba dalam kondisi tidak segar tetapi pelanggan tidak memberikan masukan, pelaku usaha mungkin tidak menyadari adanya masalah tersebut hingga reputasi mereka mulai terpengaruh. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk mendorong pelanggan memberikan umpan balik, baik melalui survei, fitur ulasan di aplikasi, atau interaksi langsung. Dengan menciptakan saluran komunikasi yang efektif, bisnis dapat mendapatkan wawasan yang

diperlukan untuk melakukan perbaikan dan terus beradaptasi dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

h) Fluktuasi permintaan

Fluktuasi permintaan merupakan tantangan yang signifikan bagi bisnis kuliner yang bergantung pada layanan pesan antar. Permintaan dapat bervariasi secara musiman, seperti saat hari besar, liburan, atau bahkan hari-hari tertentu dalam seminggu. Misalnya, pada akhir pekan atau selama acara spesial, permintaan mungkin meningkat secara signifikan, sementara pada hari-hari biasa, permintaan bisa menurun. Ketidakpastian ini membuat perencanaan operasional menjadi lebih rumit, karena bisnis harus menyesuaikan jumlah staf, pengadaan bahan baku, dan strategi pemasaran mereka agar sesuai dengan fluktuasi permintaan tersebut.

Menghadapi fluktuasi permintaan memerlukan strategi yang tepat agar bisnis tetap dapat menjaga kestabilan operasional dan finansial. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan analisis data untuk memprediksi pola permintaan berdasarkan tren historis (Masyaili, *et al*, 2024). Dengan cara ini, pelaku usaha dapat lebih proaktif dalam mengelola stok bahan baku dan mempersiapkan sumber daya yang diperlukan untuk memenuhi lonjakan permintaan. Selain itu, melakukan promosi atau diskon pada hari-hari sepi juga dapat membantu menarik pelanggan dan meratakan permintaan. Mengelola fluktuasi permintaan dengan baik tidak hanya akan menjaga kelangsungan operasional, tetapi

juga memberikan kontribusi positif terhadap profitabilitas bisnis kuliner dalam jangka panjang.

i) Pengaturan waktu pengantaran

Pengaturan waktu pengantaran merupakan aspek penting dalam layanan pesan antar makanan. Kecepatan pengantaran tidak hanya berdampak pada pengalaman pelanggan tetapi juga pada reputasi bisnis kuliner itu sendiri. Ketika makanan tiba sesuai dengan waktu yang dijanjikan, pelanggan merasa dihargai dan cenderung kembali menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, jika terjadi keterlambatan dalam pengantaran, hal ini dapat mengakibatkan kekecewaan, bahkan frustrasi, yang dapat merusak hubungan antara pelanggan dan bisnis (Nasution, *et al*, 2024). Pelanggan yang kecewa mungkin memilih untuk tidak kembali menggunakan layanan, dan bisa saja menyebarkan pengalaman negatif tersebut melalui ulasan *online*, yang akan berpengaruh pada citra bisnis.

Untuk mengatasi tantangan ini, pelaku usaha kuliner perlu menerapkan sistem manajemen pengantaran yang efisien. Hal ini bisa mencakup penjadwalan pengantaran yang tepat, pemantauan real-time terhadap posisi pengantaran, serta pelatihan bagi kurir untuk meningkatkan kecepatan dan ketepatan pengantaran. Penggunaan teknologi, seperti aplikasi pelacakan pengiriman, juga dapat membantu dalam memastikan bahwa pelanggan mendapatkan informasi terkini tentang status pesanan mereka (Attaran, 2020). Dengan

mengelola waktu pengantaran secara efektif, bisnis kuliner dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan dalam industri yang semakin kompetitif.

j) Perubahan Preferensi Pelanggan

Perubahan preferensi pelanggan merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner, terutama dalam konteks layanan pesan antar. Dalam industri kuliner yang cepat berubah, selera konsumen dapat beralih secara mendalam, dipengaruhi oleh berbagai (Wahab, *et al*, 2023) faktor seperti tren makanan, kesehatan, serta kesadaran akan keberlanjutan. Misalnya, semakin banyak orang yang mengutamakan makanan sehat, organik, atau berbasis nabati, sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan pola ini agar tetap relevan. Jika tidak, mereka berisiko kehilangan pelanggan yang beralih ke kompetitor yang menawarkan pilihan lebih sesuai dengan preferensi mereka.

Untuk mengatasi tantangan ini, pelaku usaha kuliner harus tetap responsif dan fleksibel terhadap perubahan tersebut. Melakukan riset pasar secara rutin untuk memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan sangat penting. Pelaku usaha juga perlu mengumpulkan umpan balik dari pelanggan mengenai menu yang ada, termasuk aspek rasa, penyajian, dan inovasi. Dengan informasi ini, mereka dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan, baik dalam hal menu maupun pemasaran. Selain itu, pelaku usaha dapat memanfaatkan

media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mengetahui tren terkini. Dengan strategi yang tepat, mereka dapat beradaptasi dengan perubahan preferensi ini dan bahkan memanfaatkan peluang untuk menciptakan produk baru yang menarik bagi konsumen.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hasil-sebagai berikut:

1. Layanan pesan antar makanan *online* memiliki dampak yang signifikan terhadap daya saing industri kreatif sektor kuliner di Kota Banda Aceh. Dampak positif yang dirasakan oleh pelaku usaha kuliner meliputi peningkatan penjualan dan perluasan jangkauan pasar. Melalui *platform* digital, usaha kuliner dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas, bahkan di luar daerah sekitar. Selain itu, layanan pesan antar juga meningkatkan efisiensi operasional usaha, dengan mengurangi kebutuhan untuk membangun dan memelihara infrastruktur pengantaran secara mandiri. Dengan cara ini, pelaku usaha dapat fokus pada pengembangan produk dan pelayanan yang lebih baik.
2. Tantangan terbesar yang dihadapi adalah tingginya biaya komisi yang dikenakan oleh *platform* pesan antar. Biaya ini sering kali mengurangi margin keuntungan, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang memiliki sumber daya terbatas. Ketergantungan pada aplikasi pihak ketiga juga bisa menurunkan kontrol terhadap pengalaman pelanggan, karena kualitas layanan bisa bervariasi tergantung pada pengemudi dan waktu pengantaran. Selain itu, pelaku usaha harus mempertimbangkan dampak dari fluktuasi permintaan yang

dipengaruhi oleh faktor musiman dan hari-hari tertentu, yang bisa memengaruhi kestabilan finansial mereka.

3. Layanan pesan antar *online* meningkatkan persaingan di antara pelaku usaha kuliner, sehingga mendorong inovasi dan peningkatan kualitas. Dalam lingkungan persaingan yang ketat ini, pelaku usaha harus terus berinovasi untuk menarik perhatian pelanggan dan membedakan diri dari kompetitor. Bagi usaha yang belum bergabung dengan *platform online*, terdapat risiko tertinggal dalam persaingan, mengingat konsumen semakin terbiasa dengan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan pesan antar. Selain itu, tantangan lain yang mungkin dihadapi adalah perubahan preferensi pelanggan yang cepat, yang menuntut usaha kuliner untuk selalu menyesuaikan diri dengan tren dan kebutuhan pasar. Keberhasilan dalam mengatasi tantangan ini sangat penting untuk mempertahankan daya saing dalam industri kuliner di Kota Banda Aceh.

5.2 Saran

1. Bagi Pelaku Usaha Kuliner

Pelaku usaha di sektor kuliner perlu terus memanfaatkan layanan pesan antar makanan *online* untuk meningkatkan daya saing. Namun, mereka juga perlu lebih bijaksana dalam mengelola harga agar tetap kompetitif tanpa harus mengorbankan margin keuntungan secara signifikan.

Diversifikasi produk dan peningkatan kualitas layanan juga penting untuk menjaga loyalitas konsumen.

2. Bagi *platform* Layanan Pesan Antar

Disarankan agar *Platform* pesan antar makanan *online* dapat mempertimbangkan penurunan komisi bagi pelaku usaha kecil, terutama di daerah yang sedang berkembang seperti Banda Aceh. Hal ini akan membantu usaha kecil tetap tumbuh dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

3. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah Kota Banda Aceh dapat memberikan dukungan bagi pelaku usaha kuliner dalam memanfaatkan teknologi layanan pesan antar makanan *online*, melalui program pelatihan atau subsidi untuk komisi *platform*. Ini akan membantu meningkatkan daya saing industri kuliner lokal dan memperkuat ekonomi kreatif daerah.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencakup analisis lebih mendalam tentang dampak layanan pesan antar makanan *online* terhadap konsumen, serta bagaimana perubahan perilaku konsumen mempengaruhi strategi bisnis pelaku usaha kuliner. Penelitian ini juga bisa diperluas ke daerah lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Satoto, K. I., & Isnanto, R. R. (2014). Pembuatan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Pada Sistem Operasi Android. *Transmisi*, 16(4),170- 174.
- Attaran, M. (2020, July). *Digital technology enablers and their implications for supply chain management. In Supply Chain Forum: An International Journal* (Vol. 21, No. 3, pp. 158-172). Taylor & Francis.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dewi,S.R., & I.A. Sumbogo. (2018). Kajian Tingkat Kepuasan Konsumen *Gofood* di DKI Jakarta, Dengan Tinjauan Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Layanan. *National conference of creative industry: Sustainable tourism industry for economic development*.Universitas Bunda Mulia.
- Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Hariadi, F. A. (2020). *LKP: Manajemen Persediaan Bahan Baku pada UD. Ayam Goreng Donking* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Ijomah, T. I., Idemudia, C., Eyo-Udo, N. L., & Anjorin, K. F. (2024). *Innovative digital marketing strategies for SMEs: Driving competitive advantage and sustainable growth. International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(7), 2173-2188.
- Indraswari, A., & H. Kusuma. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi *Gofood* Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1) : 63 – 73.
- Istikhoroh, S., Suwarno, Y. F. G., Irnanda, Z. R., Rizki, R. A. A., Rahmawati, D., & Ameliaratri, R. (2023). *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. MEGA PRESS NUSANTARA.

- Khoer, M. (2023). 8 Keuntungan Pengusaha Kuliner Bermitra Dengan Ojek *Online*. Diakses pada tanggal 15 November 2023 dari <https://www.cekaja.com/>
- Macheka, T., Quaye, E. S., & Ligaraba, N. (2024). The effect of *online* customer reviews and celebrity endorsement on young female consumers' purchase intentions. *Young Consumers*, 25(4), 462-482.
- Masyaili, *et al.* (2024). PENGANGGARAN BISNIS. CV Rey Media Grafika.
- Medberg, G., & Grönroos, C. (2020). *Value-in-use and service quality: do customers see a difference?. Journal of Service Theory and Practice*, 30(4/5), 507-529.
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S. D., Stj, R. C. M. A., & Setiyono, K. (2024). BISNIS KULINER: Teori dan strategi pengembangan bisnis kuliner. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nati, A., T. Timuneno & R.E. Fanggal. (2021). Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Pengemudi Grab Bike Di Kotakupang. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 266-284.
- Nur, Asti dkk. (2023). Industri kreatif unggul melalui strategi inovasi dan *pentahelix collaboration*: langkah pemulihan bisnis di covid19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 163-174.
- Nur, S., & Djafar, J. S. (2023). Dampak Penggunaan Aplikasi Berbasis *Online* Food Delivery Atas Tingkat Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar. TOHAR MEDIA.
- Nur, S., & Djafar, J. S. (2023). Dampak Penggunaan Aplikasi Berbasis *Online* Food Delivery Atas Tingkat Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar. TOHAR MEDIA.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czapslewski, A. J., & Key, T. M. (2021). *Business strategy and the management of digital marketing. Business horizons*, 64(2), 285-293.
- Oufa, N. (2024). Pengaruh Layanan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

- Parawisata Halal Di Kota Banda Aceh (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Peter, M. K., & Dalla Vecchia, M. (2021). *The digital marketing toolkit: a literature review for the identification of digital marketing channels and platforms. New trends in business information systems and technology: Digital innovation and digital business transformation*, 251-265.
- Raniya, R. F., Lubis, P. H., & Kesuma, T. M. (2023). *the Influence of Social Media Marketing and Store Atmosphere on Purchase Decision Mediated By Consumer Trust in Millennial Coffee Shops in Banda Aceh. International Journal of Business Management and Economic Review*, 6(01), 144-155.
- Rezaldi, M. (2022). Pengaruh Transportasi *Online* Terhadap Tingkat Kemaslahatan Driver Grab Di Kota Banda Aceh (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Sarinastiti, E. N. & N.K. Vardhani. (2018). Co-Branding *Online* Food Delivery: Perubahan Model Bisnis Wisata Kuliner Lokal Khas Yogyakarta. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3 (3) : 177-193.
- Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). *Digital marketing in SMEs via data-driven strategies: Reviewing the current state of research. Journal of Small Business Management*, 61(3), 1278-1313.
- Setiawan, T., B. Suharjo & M. Syamsun. (2018). Strategi Pemasaran *Online* UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *Manajemen IKM*, 13(2), 116-126.
- Sujarweni, V.W. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru.
- Suriyadi N., & S.D. Juliana. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi Berbasis *Online Food Delivery* Atas Tingkat Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar. *Journal of Management*. Hal. 286.

- Taufik, A. Masjono, I. Kurniawan & Karno. (2020). Peranan *Platform Food Delivery Service* dalam Mendukung Marketing Mix UKM di Masa *New Normal*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(2), 121-129.
- Tien, N. H., Jose, R. J. S., Mai, N. P., Dung, H. T., Oanh, N. T. H., & Phuoc, N. H. (2020). *Digital marketing strategy of GUMAC and HNOSS in Vietnam fashion market*. *International journal of multidisciplinary education and research*, 5(4), 1-5.
- Vincentius & S.P. Leksmono. (2020). Analisis Pengaruh Layanan Pesan Makanan *Online* Terhadap Perjalanan Berbasis Rumah Dan Berbasis Tempat Aktivitas. *Jurnal Mitra Teknik Sipil*, 3 (4):1004.
- Wahab, D. A., Dewi Anggadini, S., Yunanto, R., & Sulistiyo Soegoto, D. (2023). Ekosistem Bisnis & Transformasi Digital Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner.
- Wahyuni, Sry. (2020). Analisis Dampak Keberadaan *Gofood* Dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner Di Kelurahan Sei Kera Hilir Ii Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan. *Skripsi SI*, Medan.
- Wan, H., Mei, M. Q., Yan, J., Xiong, J., & Wang, L. (2023). *How does apology matter? Responding to negative customer reviews on online-to-offline platforms*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 61, 101291.
- Wikara, B.P. Sandya, & U. Hidayati. (2023). Motif Dan Pola Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(1):1–11. doi: <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i1.19244>
- Zulkifli, S. E., Al Asy Ari Adnan Hakim, S. E., Ramadhaniyati, R., Wau, L., Ali, I. H., Dhiana Ekowati, S. E., ... & Hi, M. (2023). *Ekonomi Digital*. Cendikia Mulia Mandiri.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

ANALISIS DAMPAK LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN *ONLINE* TERHADAP DAYA SAING INDUSTRI KREATIF SEKTOR KULINER DI KOTA BANDA ACEH

I. Identitas diri

Nama : _____
Nama Usaha : _____
Jenis Usaha : _____

II. Pertanyaan Wawancara

A. Dampak layanan pesan antar makanan *online*



1. Bagaimana proses pendaftaran usaha di aplikasi layanan pesan antar?
2. seberapa mudah/membantu aplikasi dalam mengelola pesanan?
3. Bagaimana dampak aplikasi layanan pesan antar makanan *online* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner?
4. Apakah dengan bergabung pada aplikasi layanan pesan antar makanan *online* dapat berpengaruh pada jumlah pelanggan jika harga pada aplikasi lebih mahal dari pada harga beli langsung di outlet?
5. Apa harapan dan kekhawatiran anda terkait dengan dampak jangka panjang dari layanan pesan antar makanan *online* terhadap industri kreatif sektor kuliner?



6. Apakah ada perubahan signifikan dalam jumlah pesan sebelum dan sesudah menggu akan aplikasi?
7. Apakah anda merasa layanan *online* food delivery (*Grab Food* dan *Gofood*) membantu meningkatkan kecepatan proses pemesanan makanan?

B. Daya saing industri kreatif

1. Bagaimana sistem layanan antar makanan membantu persaingan dalam bisnis kuliner anda?
2. Bagaimana alur pemesanan dari aplikasi sampai pesanan di antar ke pelanggan?
3. Bagaimana anda mengatasi persaingan dengan pelaku usaha kuliner yang lain yang juga menggunakan layanan pesan antar makanan *online*?
4. bagaimana anda mengatur aplikasi dalam membantu pengelolaan stok bahan baku?
5. Apakah dengan adanya layanan *online* food delivery (*Grab Food* dan *Gofood*) membantu persaingan dalam bisnis kuliner anda?

Lampiran 2: Dokumentasi Penelitian

No	Gambar	Deskripsi
1		Wawancara dengan <i>Owner</i> Usaha Bulken
2		Wawancara dengan <i>Owner</i> Usaha Banda Banana
3		Wawancara dengan <i>Owner</i> Usaha King Fried Chicken

No	Gambar	Deskripsi
4		<p>Wawancara dengan <i>Owner</i> Usaha Harvis Coffee</p>
5		<p>Wawancara dengan <i>Owner</i> Usaha Kebab Somat</p>