

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dewasa ini dunia sedang mengalami proses yang sering disebut orang dengan istilah globalisasi, proses mendunia akibat kemajuan-kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama di bidang telekomunikasi dan informasi (*information technology*). Globalisasi mengakibatkan orang tidak lagi memandang dirinya sebagai hanya warga suatu negara, melainkan juga sebagai warga masyarakat dunia. Gejala yang acapkali disebut arus globalisasi, diringi dengan program-program mendunia dengan menampilkan beberapa ciri kebebasan, seperti kebebasan berdagang, kebebasan bergaul, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi informasi saat ini merupakan suatu kebutuhan yang harus dimiliki suatu organisasi untuk meningkatkan kualitas layanan. Pemanfaatan teknologi informasi harus diimbangi dengan implementasi sistem informasi. Teknologi informasi dan sistem informasi merupakan dua bidang yang saling berdampingan dalam penyampaian informasi bagi suatu organisasi. Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi pada suatu organisasi dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan dengan maksimal. Hal ini terbukti

dengan semakin berkembang dan mudahnya peran teknologi informasi dan sistem informasi di kalangan organisasi.¹

Akhir-akhir ini penggunaan internet yang mengurus kepada *cyberspace*, yang akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini maupun masa datang, yang secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Ini pun akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam yang membuat perusahaan dalam globalisasi ekonomi ini membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal dan serentak. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitinya.

Pada era kemajuan IPTEK ini, perubahan global semakin cepat terjadi dengan adanya kemajuan-kemajuan dari negara maju dibidang teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan Iptek ini mendorong semakin majunya proses globalisasi. Teknologi komputer misalnya membanjiri setiap negara, bangsa dan budaya.² Penggunaan teknologi ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu

¹ Hani Atun Mumtahana, Sekreningsih Nita, dan Adzinta Winerawan Tito, "Pemanfaatan Web *Gojek* untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran", *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, Vol. 3 No. 1, (Juni, 2017), 6

² Muhaimin, *Paradigma Pendidikan Agama Islam Upaya mengefektifkan Pendidikan Agama Islam diDesa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakajakarta 2004), 85.

mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electronic commerce* (Gojek) yaitu untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Ciri khas dalam era globalisasi ini adalah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga terciptanya sebuah keterbukaan atau transparansi di berbagai bidang, terutama di bidang Teknologi Informasi. Informasi yang cepat dan akurat merupakan bentuk informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan seiring kemajuan teknologi Informasi tersebut. Teknologi telekomunikasi dan komputer menyebabkan terjadinya perubahan budaya masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Terciptalah suatu integrasi antara komputer dan telepon atau *system Computer Telephony Integration* (CTI) yang mewujudkan media baru berupa internet. Meledaknya penggunaan Internet dipakai di segala sektor khususnya sektor penjualan yang berbasis teknologi internet.³

Menghadapi perkembangan di era digital saat ini yang semakin pesat setiap perusahaan harus mampu bersaing secara global. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan, termasuk sebuah perusahaan PT. Go-jek Indonesia sebagai salah satu perusahaan dan aplikasi yang berkembang saat ini untuk mampu berkompetisi memberikan yang terbaik bagi konsumennya, jasa transportasi saat ini di rasa sebagai saran yang sangat penting di dalam kehidupan

³ Ni Made Widani, Agus Putu Abiyasa dan Gede Sri Darma, "Menguji Ketajaman Implementasi Gojek Dalam Penjualan Kamar Outlet di Bali" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 16, No. 2, (April, 2019), 81.

masyarakat. Masyarakat Indonesia sekarang ini lebih mudah memenuhi kebutuhan sehari-hari karena adanya teknologi yang sudah beredar. Dengan adanya teknologi kita dapat mempermudah kehidupan contohnya Go-jek yang saat ini meluas ke kota-kota besar di Jawa Timur termasuk juga di Kota Pamekasan, Madura. Setiap perusahaan selalu mengharapkan karyawan bekerja secara efektif untuk kelancaran pekerjaan, dimana terlihat dengan kemajuan teknologi merupakan letak manfaat atau fungsi kemajuan teknologi dan informasi tersebut. Revolusi informasi yang merupakan gabungan antara ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan sumber kekayaan berupa informasi yang diterapkan pada pekerjaan untuk menciptakan suatu nilai. Persaingan yang semakin ketat sehingga secara tidak langsung suatu bangsa dituntut untuk mempunyai sumber daya manusia yang mempunyai kualitas yang tinggi.

Pemasaran yang efektif ialah pemasaran yang dapat menghasilkan penjualan (pendapatan). Karena pemasaran bukan hanya aktivitas berjualan, melainkan mencakup promosi, komunikasi ke konsumen, pengelolaan transaksi, sampai menangani keluhan konsumen untuk inovasi dan membangun loyalitas. Karena kepopuleran website sebagai standar *interface*, maka layanan yang ada di internet yang awalnya berfungsi sebagai penyedia informasi, kini sudah dikembangkan sebagai sarana komunikasi seperti email dan *chatting*. Selain itu, internet juga dapat digunakan untuk melakukan pemesanan barang/jasa, transaksi maupun tiket pesawat (*e-reservation*), transaksi business (Gojek), ataupun kegiatan belajar mengajar (*e-learning*). Oleh karena itu, aktifitas Gojek dapat didefinisikan

sebagai kegiatan jual/ beli atas barang dan jasa dengan berbasis sistem teknologi *online*. Semakin matangnya teknologi internet dan *website*, dimana meningkatkan kemampuan dan kecanggihan organisasi atau perusahaan dalam hal komunikasi bisnis dan kemampuannya berbagi informasi, serta berbagi sumber daya lain yang langka dan berharga. Selain itu juga, pemasangan iklan penjualan dan pelayanan yang terbaik yang menggunakan sebuah webshop 24 jam bagi pelanggannya.

Dalam hal ini peneliti memaparkan pembahasan mengenai bagaimana mengimplementasikan aplikasi Gojek dalam pemasaran Burger Bangor. Pemasaran Burger Bangor sendiri memiliki keunikan dan ciri khas dengan rasa yang otentik dan dijual dengan harga yang menengah kebawah. Pemasaran Burger Bangor dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan pemasaran secara offline (langsung) dan juga pemasaran secara online yakni melalui aplikasi Go-Jek. Di Burger Bangor Pamekasan juga memiliki menu dengan harga yang sering disebut “burger jelata” yang mana dapat dijangkau oleh kalangan kebawah agar sama-sama dapat merasakan makanan siap saji yaitu burger. Selain sebagai media promosi maupun transaksi jasa bagi para konsumen baik dari dalam kota maupun luar kota, manfaat Gojek membantu aktifitas transaksi secara mudah dan efisien dengan mengunjungi situs atau website dan juga aplikasi Gojek untuk bisa memesan Burger Bagor yang mereka inginkan, namun dalam aktifitas sehari-hari masih terdapat kendala dari kurang pahamnya sumber daya manusia baik dalam

pengoperasian dan pemahaman akan pemanfaatan Gojek.⁴ Dari latar belakang yang ada, penelitian ini diharapkan dapat membantu karyawan untuk mengimplemetasikan penggunaan Gojek sehingga dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan dan mengurangi terjadinya *complaint* sehingga tercapainya tujuan perusahaan yaitu profit dan kualitas.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka dibutuhkan sebuah sistem informasi yang mampu menangani penjualan produk agar lebih optimal. Gojek atau (*Electronic Commerce*) merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara online dengan menggunakan jaringan internet sebagai media komunikasi atau kegiatan jual beli barang melalui jalur komunikasi digital. Berbelanja online saat ini marak luas terjadi karena memberikan kemudahan bagi masyarakat mendapatkan barang yang dibutuhkan atau diinginkan dimanapun dan kapanpun asalkan semua perangkat teknologi terpenuhi.⁵ Penerapan teknologi bisnis Gojek menjadi salah satu faktor penting untuk membantu keberhasilan dalam menjalankan kegiatan usaha apapun baik dari segi pengelolaan data, pelayanan dan khususnya pemasaran dapat menjangkau yang tidak dapat terjangkau, serta dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

⁴ Dedi Riandika dan Agus Umar Hamdani, "Implementasi Gojek Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop", *Jurnal Media Informatika Budidarma* Volume 4, Nomor 3, (Juli, 2020), 785.

⁵ Ibid.

Maka, berdasarkan fenomena dan latar belakang pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui Aplikasi Gojek?
2. Apa saja kendala implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui Aplikasi Gojek?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek
2. Untuk mendeskripsikan apa saja kendala implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui Aplikasi Gojek

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua manfaat yaitu secara teoritis dan makna praktis. Penelitian tentang Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek.

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai bahan masukan konstruktif untuk memperluas pengetahuan tentang strategi pemasaran melalui web Gojek.

2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi *Owner* Outlet Burger Bangor Pamekasan

sebagai bahan masukan bagi *owner* outlet untuk senantiasa diberikan ruang untuk meningkatkan mutu pelayanan bagi para konsumen.

b. Bagi Para Konsumen

Sebagai masukan dalam menggunakan website-website khususnya dalam memilih produk makanan secara bijaksana.

c. Bagi Peneliti

Sebagai bahan evaluasi dan peningkatan kemampuan serta sumber ajar dan referensi dalam strategi pemasaran melalui web Gojek.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan persepsi pembaca dalam mendefinisikan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar lebih mudah dipahami maka peneliti menyusun sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran adalah suatu proses rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan baik individu atau kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.
2. Burger Bangor adalah bisnis yang bergerak di industri makanan cepat saji. Usaha ini pertama kali dibangun pada 2019 oleh artis sekaligus pebasket

Denny Sumargo dan temannya, Anli Maleaki Butar. Burger Bangor membuka gerai pertamanya di daerah Jakarta Barat.

3. Gojek adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*).

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa kajian terdahulu terkait dengan pemasaran Gojek yang relevan, sebagai berikut:

NO	Judul Penelitian	Latar Belakang	Metode	Hasil
1.	Skripsi Putri Ramadani berjudul "Pengaruh Implementasi Pemasaran Berbasis Gojek Terhadap Volume Penjualan Pada Pt	Begitu pentingnya strategi pemasaran berbasis teknologi digital dalam hal ini Gojek bagi	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gojek berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada

	<p>Sinar Graha Indonusa Medan”⁶ Tahun 2021</p>	<p>sebuah perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualannya, maka manajemen perusahaan tersebut dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital tersebut, namun tetap fokus pada kualitas produk dan faktor</p>		<p>PT. Sinar Graha Indonusa. Kekuatan pengaruh Gojek terhadap volume penjualan sebesar 49,5%. Dengan kondisi ini menunjukkan perusahaan terus melakukan inovasi terhadap Gojek karena memiliki keberpengaruhan yang relatif kuat terhadap peningkatan volume penjualan.</p>
--	---	--	--	---

⁶ Putri Ramadani, “Pengaruh Implementasi Pemasaran Berbasis *Gojek* Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Sinar Graha Indonusa Medan” *Skripsi* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan (2021).

		lainnya yang memberi nilai pada produk yang dipasarkan.		
2.	Skripsi Iyas berjudul “Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis Gojek Pada Usaha Rumahan Griya Unik Wanita” ⁷ Tahun 2021	Akhir-akhir ini penggunaan internet yang mengurus kepada <i>cyberspace</i> , yang akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini maupun masa datang,	Kualitatif wawancara dan observasi	Hasil dari penelitian ini adalah Proses bisnis Implementasi Sistem penjualan online berbasis Gojek dapat dilakukan secara mudah dengan aplikasi ini. Sistem ini memiliki kemudahan untuk

⁷ Iyas, “Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis *Gojek* Pada Usaha Rumahan Griya Unik Wanita” *Skripsi* Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2021).

		yang secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.		memasarkan dan menjual produk milik perusahaan dengan proses transaksi jual beli produk yaitu melalui COD dan Kartu kredit.
3.	Jurnal John Friadi, Debby Agestira, Muhammad Avis Rumayar, dan Novita Dewiwin berjudul "Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada	UMKM adalah kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan rakyat kebanyakan dengan swadaya mengelola sumberdaya	Kualitatif analisis, wawancara dan observasi.	Hasil dari penelitian ini adalah melakukan sosialisasi dan penyuluhan mengenai strategi pemasaran dan promosi secara digital kepada UMKM Smart

	<p>UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis Gojek”⁸ Tahun 2022.</p>	<p>ekonomi yang diusahakan dan dikuasainya. UMKM Smart Baby Bubur Bayi dalam perkembangannya memiliki keterbatasan untuk menjangkau pasar dan melakukan promosi. Sistem pemasaran dan promosi usaha ini masih konvensional yaitu, menjual</p>		<p>Baby Bubur Bayi berbasis Gojek dengan 5 tahapan kegiatan yaitu tahap 1 survei, untuk mengetahui permasalahan mitra, tahap 2 persiapan dan penyusunan tujuan penyelesaian masalah, tahap 3 pelaksanaan kegiatan, sosialisasi dan penyuluhan strategi pemasaran digital web Gojek, tahap 4 evaluasi</p>
--	---	---	--	--

⁸ John Friadi, Debby Agestira, Muhammad Avis Rumayar, dan Novita Dewiwin “Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis Gojek”, *JPB (Jurnal Pengabdian Bareleng)* Volume 4 Nomor 1, (2022).

		<p>produk langsung ke konsumen berdasarkan orderan masuk, menitipkan produk ke penjual dengan sistem persenan 20% untuk produk terjual dan menjadi tidak efektif karena bubuk yang tidak terjual terbuang dan profit menjadi berkurang serta promosi hanya dengan</p>	<p>kegiatan, membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program dilaksanakan, tahap 5 laporan kegiatan dan dokumentasi, kegiatan dengan media kamera dan rekaman.. Indikator keberhasilan program dari kegiatan ini terlihat dari bertambahnya pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai</p>
--	--	---	--

		membagikan kartu nama UMKM kepada orang-orang yang memiliki bayi.		pentingnya web Gojek sebagai strategi pemasaran dan promosi digital UMKM untuk meningkatkan penjualan.
--	--	---	--	--

