

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin maju dan canggih, membuat penggunaan internet menjadi tidak asing lagi bagi masyarakat khususnya para pebisnis. Salah satu bisnis atau usaha yang memanfaatkan internet adalah layanan jasa online atau dapat juga disebut dengan Ojek Online (Ojol). Layanan ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti berbelanja, menggunakan layanan transportasi maupun memesan makanan, apalagi dalam masa pandemi seperti sekarang dimana kegiatan diluar rumah dibatasi guna menekan penularan virus covid-19 yang terjadi di Surabaya.

Layanan jasa online merupakan sebuah bisnis yang menggabungkan teknologi informasi berbasis internet dengan transportasi. Salah satu keunggulan ojek online adalah layanan pesan antar makanan yang memudahkan konsumen untuk membeli makanan atau minuman tanpa harus datang langsung ke resto atau kedai yang diinginkan. Di Indonesia saat ini terdapat dua perusahaan layanan jasa online yaitu PT. Gojek Indonesia dan PT. Grab Indonesia, dua perusahaan tersebut sama-sama memiliki fitur pesan antar makanan yang tersedia didalam sebuah aplikasi, membuat dua perusahaan tersebut saling bersaing dalam mendapatkan *customer*.

Dengan adanya layanan jasa online, banyak usaha yang bergerak dibidang kuliner memutuskan untuk bergabung

dan menggunakan jasa tersebut. Pebisnis juga dapat mempromosikan makanan atau minuman yang dijual dengan memberikan voucher diskon melalui aplikasi layanan jasa online, dengan begitu akan membuat pelanggan tergiur membeli produk yang dipasarkan.

Berdasarkan penelitian Harmoni dan Riyantoro (2013) mengenai salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan saat ini adalah teknologi informasi dan media sosial. Teknologi informasi dan media sosial melahirkan internet, internet menawarkan berbagai macam kebutuhan manusia khususnya sebuah perusahaan untuk meningkatkan daya jual (penjualan perusahaan), hal itu secara tidak langsung dapat mempengaruhi omzet sebuah perusahaan. (Kaplan dan Haenlein 2010).

Omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi (Swastha, 2005). Pada situasi saat ini yang mengharuskan masyarakat untuk beraktivitas dari rumah membuat sebagian besar masyarakat memanfaatkan layanan jasa online untuk membeli makanan maupun minuman, sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan dari usaha kuliner tersebut, salah satunya adalah minuman Chatime.

Berdasarkan peraturan pelaporan omzet UMKM, dikatakan bahwa perubahan klausul pajak penghasilan (PPh) dalam UU HPP mengatur batas peredaran bruto atau omzet tidak kena pajak sebesar Rp 500 juta dari tahun pajak 2022.

Dengan ketentuan tersebut, wajib pajak orang pribadi UMKM yang omzetnya tidak melebihi Rp 500 juta dalam setahun tidak perlu membayar PPh final sebesar 0,5%. Adapun jika UMKM tersebut omzetnya melebihi Rp 500 juta, maka pajak yang diperhitungkan hanya pada omzet yang lebih dari Rp 500 juta tersebut. (Jeven-DJP)

Chatime merupakan penyedia minuman brewed tea asal Taiwan yang menghadirkan lebih dari 50 varian rasa. Di Indonesia, Chatime merupakan salah satu bisnis unit yang bernaung dibawah payung Kawan Lama Group yang sudah ada sejak tahun 2011. Dengan bergabungnya Chatime dan layanan jasa online tidak menutup kemungkinan omzet penjualan minuman tersebut meningkat, mengingat banyaknya masyarakat yang menyukai minuman tersebut. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan omzet penjualan, salah satunya dengan memberikan promo diskon melalui online maupun offline. Namun saat pandemi terjadi, dapat dilihat bahwa omzet penjualan ternyata menurun. Dengan adanya pelayanan jasa online apakah dapat meningkatkan omzet penjualan atau omzet yang didapatkan justru tidak meningkat atau tetap.

Dalam prakteknya, kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, faktor-faktor lain (seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah) yang sering mempengaruhi penjualan (Swastha dan Irawan, 1990). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk

meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrument kunci (Sugiyono, 2005).

Dengan melihat omzet penjualan sebelum dan sesudah pandemi, maka dapat diketahui apakah pelayanan jasa online berpengaruh terhadap kenaikan omzet penjualan Chatime. Selain itu dapat dilihat juga dari sebelum dan sesudah bergabung dengan pelayanan jasa online. Maka dari itu, berdasarkan hal yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Layanan Jasa Online Terhadap Omzet Penjualan Minuman Chatime di Surabaya (Studi Kasus Selama Pandemi Covid-19).”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diangkat dalam proposal ini adalah :

1. Bagaimana pelayanan jasa online dapat meningkatkan omzet penjualan minuman Chatime?
2. Bagaimana omzet penjualan minuman Chatime dimasa pandemi covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui adanya pengaruh pelayanan jasa online terhadap omzet penjualan Chatime.
2. Mengetahui bagaimana kondisi omzet penjualan minuman Chatime selama masa pandemi covid-19.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam rangka mengetahui manfaat yang didapatkan dalam meningkatkan omzet penjualan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.
2. Bagi Universitas, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bisa memberikan kontribusi pada pengembangan studi serta dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bisa menambah pengetahuan tentang manfaat pelayanan jasa online terhadap omzet penjualan.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari penyimpangan atau pelebaran pokok masalah yang dapat terjadi dalam suatu penelitian agar lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar kenaikan atau penurunan omzet penjualan selama pandemi covid 19.
2. Informasi yang disajikan berasal dari hasil wawancara dengan narasumber dari tempat penelitian.

