

Pengaruh Tata Letak, Harga Dan Layanan Food Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bumdes Kuliner Di Desa Wunut

Dian Islamiyati¹, Amelya Khusnul F²

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia^{1,2}

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tata letak, harga dan layanan food delivery terhadap keputusan pembelian pada bumdes kuliner di desa wunut. Penulisan ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan tinjauan literature (library reseach) yang melibatkan pengumpulan informasi melalui berbagai sumber yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka atau penelitian yang digali melalui beragam informasi kepustakaan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi melalui angket (kuesioner) yang dibagikan secara online dan diisi melalui google form oleh subjek penelitian yaitu calon pembeli potensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata letak, harga dan layanan food delivery mempengaruhi keputusan pembelian pada bumdes kuliner di desa wunut. Aspek utama yang disorot dalam tulisan ini adalah bagaimana ketiga variabel dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan jumlah pengunjung. Selanjutnya, pembahasan akan diklasifikasikan dalam beberapa sub-pembahasan. Pertama, akan menganalisis efisiensi tata letak bumdes kuliner. Kedua, pengaruh harga dan layanan food delivery terhadap keputusan pembelian pada bumdes kuliner di desa wunut.

Kata kunci : tata letak, harga, go-food, bumdes, kuliner, umkm.

Abstract. *This study aims to analyze the influence of layout, price dan food delivery service on purchasing decisions in the bumdes culinary place in wunut village. This Research uses a descriptive qualitative research method with a literature review approach that involves collecting information through various sources relating to library data collection methods or research extracted through various library information. In addition, researchers also made observations through questionnaires distributed online and filled in via Google Form by the research subjects, potencil buyers. The resulf of the study show that layout, price and food delivery service influence purchasing decision on the bumdes culinary place in wunut village. The main aspect highlighted in this article is how there three variables can influence purchasing decisions and increase the number of visitors. Next, the discussion will be classified into several sub-discussions. First, will analyze the efficiency of the layout of the culinary bumdes. Second, the effect of price and food delivery service on purchasing decision at the culinary bumdes in wunut village.*

Keywords: *layout, price, food delivery service, culinary.*

PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, namun karena banyak faktor, kebutuhan tersebut pada akhirnya ikut menyesuaikan dengan urutan prioritas. Dalam teori Maslow dikemukakan bahwa terori hirarki kebutuhan manusia mencakup kebutuhan dasar atau fisiologis, kebutuhan akan rasa aman dan tentran, kebutuhan untuk dicintai dan disayangi, kebutuhan untuk dihargai, dan kebutuhan untuk aktualisasi diri. Dari tingkatan tersebut, kebutuhan dasar merupakan kebutuhan yang paling penting karena merupakan kebutuhan untuk keberlangsungan hidup, misalkan kebutuhan akan makanan.

Dewasa ini, pola perilaku masyarakat terhadap kebutuhan akan makanan juga berubah, dalam artian berkembang. Masyarakat cenderung lebih peka terhadap faktor selain makanan itu sendiri atau dalam hal ini misalnya tata letak tempat makan, harga hingga layanan food delivery yang beberapa tahun terakhir eksistensinya semakin melekat dalam kehidupan bermasyarakat. Dari paparan tersebut, banyak pihak yang mulai membuka usaha mereka sendiri dalam bidang makanan. Stan dan pujasera atau istilah tersebut banyak bermunculan. Selain untuk tempat makan, lokasi-lokasi makan tersebut juga mempertimbangkan banyak faktor lain agar usaha mereka tidak tergerus peradaban.

Penyokong ekonomi bangsa ada pada sektor pertanian dan perdagangan. Pusat perdagangan yang menjadi objek penelitian ini adalah stan penjualan milik BUMDes “Sumber Rejeki” yang berada di desa Wunut. Perlunya memahami pembeli oleh para pengeola stan penjualan harus didasarkan bahwa pembeli merupakan sasaran dari produk yang dibangunnya.

Perkembangan tempat kuliner yang ada di Indonesia, terutama di kecamatan porong semakin bertambah setiap tahunnya menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif pilihan produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk lainnya. Faktor yang menyebabkan berkembangnya tempat kuliner di Porong ialah mengenai banyaknya variasi makanan dan minuman yang dikembangkan yang dapat menarik dan memenuhi kebutuhan masyarakat untuk berkunjung ke sebuah restoran. Tata letak yang menarik pada sebuah tempat kuliner juga menambah daya tarik bagi konsumen karena setiap individu yang melakukan kunjungan pada sebuah tempat kuliner mendapatkan suasana yang berbeda pada saat berkunjung, sehingga dapat dijadikan tujuan untuk berkumpul oleh keluarga atau teman dan dapat menambah keinginan konsumen untuk dapat kembali lagi ke tempat kuliner tersebut.

Tempat kuliner yang baik membutuhkan pengaturan tata letak yang baik dan bagus dalam mencapai kepuasan konsumen. Tata letak (layout) atau pengaturan fasilitas dan area tempat makan yang ada merupakan landasan utama dalam dunia industri makanan. Tujuan yang dicapai dalam perencanaan tata letak fasilitas agar meminimumkan biaya atau meningkatkan efisiensi dalam pengaturan segala fasilitas produksi dan area kerja. Pada umumnya tata letak restoran yang terencana dengan baik akan ikut menentukan efisiensi dan dalam beberapa hal akan juga menjaga kelangsungan hidup usaha tersebut. Efisiensi dalam produksi merupakan perbandingan output dan input yang berhubungan dengan tercapainya output maksimum dengan sejumlah input, artinya jika suatu rasio output atau input besar maka efisiensi dikatakan semakin tinggi.

Pengaruh faktor-faktor seperti tata letak, harga hingga layanan food delivery memiliki hubungan yang erat terhadap keputusan pembelian pada bumdes kuliner di desa wunut. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan para pengelola stan untuk memahami dengan seksama kemauan calon pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, para penjual di stan kuliner dapat memaksimalkan kemungkinan pelanggan akan memilih dagangan mereka untuk dibeli. Apabila kualitas yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya.

Tempat kuliner “sumber rejeki” di desa wunut merupakan sebuah restoran yang memiliki konsep urban foodcourt sehingga memberikan suasana berbeda dari foodcourt pada umumnya. Bumdes “Sumber Rejeki” di Desa Wunut menyediakan beberapa stan makanan dan minuman sehingga lebih memudahkan konsumen dalam mendapatkan makanan yang diinginkannya seperti makanan dan minuman seperti jus buah, snack kekinian, olahan cumi-cumi, nasi babat, angkringan, sate hingga nasi goreng. Ruang terbuka dan beberapa jenis stan yang ada membuat perancangan mengenai tata letak fasilitas kurang baik dan tidak efisien, sehingga menimbulkan terjadinya sedikit ketidaknyamanan bagi konsumen yang baru sekali datang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Tata Letak, Harga Dan Layanan Food Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bumdes Kuliner Di Desas Wunut, dan kaitan ketiga variabel tersebut apakah berpengaruh secara spesifik pada tingkat kepekaan calon pelanggan potensial bumdes kuliner di desa wunut.

KAJIAN PUSTAKA

Tata Letak

Tata letak merupakan keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi secara jangka panjang. (indah nur fitriyani) Lebih lanjut, tata letak merupakan penyusunan perabotan dan alat perlengkapan pada luas lantai yang tersedia. Dimensi tata letak meliputi, (1) peralatan penanganan bahan, (2) kapasitas dan persyaratan luas ruang, (3) lingkungan hidup dan estetika, (4) Aliran informasi. Tata letak merupakan sebuah elemen yang penting bagi kelangsungan suatu proses. Tata letak yang baik adalah tata letak yang dapat menangani sistem material handling secara menyeluruh. Tujuan tata letak adalah untuk mengembangkan tata letak dengan biaya yang efektif dan memenuhi kebutuhan bersaing. Tata letak pada umumnya dirancang dengan baik pada umumnya akan memberikan kontribusi yang positif dalam optimalisasi proses perusahaan dan pada akhirnya akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta keberhasilan perusahaan. Keputusan penataan tata letak penting dikarenakan tiga hal, yaitu kepuasan tata letak memerlukan investasi dalam uang dan upaya yang besar, keputusan tata letak melibatkan komitmen jangka panjang sehingga membuat kesalahan sulit diatasi dan keputusan tata letak memiliki dampak penting terhadap biaya dan efisiensi operasi. Penataan tata letak yang baik memiliti tujuan utama mempermudah kelancaran aliran kerja, bahan baku informasi. Tata letak juga penting diperhatikan karena memiliki tujuan pendukung seperti mempermudah pencapaian mutu produk atau jasa, menggunakan tenaga kerja dan ruang secara efisien, menghindari kemacetan, memperkecil biaya penanganan bahan baku, menghapuskan pergerakan tenaga kerja atau bahan baku yang tidak diperlukan, memperkecil waktu produksi atau waktu pelayanan pelanggan dan mendesain untuk keselamatan.

Layanan Food Delivery (Go-Food)

Go-Food, merupakan sebuah fitur layanan food delivery layaknya delivery order di sebuah tempat makan. Melalui ponsel pintar dan membuka fitur Go-Food di dalam aplikasi GO-JEK, konsumen kini bisa memesan makanan dari restoran yang bekerja sama dengan Go-Biz. Makanan akan di pesan dan diantar langsung oleh Rider GO-JEK. (majalahfranchise.com, 2022) Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan delivery order dari sebuah tempat makan. Layanan Food Delivery ini banyak digunakan oleh masyarakat karena sifatnya yang mudah dan efisien, terlebih GO-JEK banyak memberikan promosi dan penawaran yang persuasif sehingga menarik banyak minat pengguna untuk membeli. Dalam Go-Food, banyak mitra yang dapat mendaftar, fitur tersebut dapat diakses melalui Go-Biz yang terkoneksi langsung dengan aplikasi GO-JEK. Pedagang, UMKM dapat menjangkau banyak pelanggan dengan mendaftar menjadi mitra Go-Food.

Harga

Harga merupakan nilai yang diturunkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk. Dalam penetapan harga, ada beberapa strategi yang dapat diambil. Oleh karena itu, harga selalu menjadi bagian penting dalam keputusan pemasaran. (Hariman, 2017) Lebih lanjut, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Indikator-indikator harga diantaranya adalah : (1) kesesuaian harga produk dengan kualitas produk, (2) daftar harga (price list), potongan harga khusus (allowance), harga yang dipersepsikan.

Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan pembelian mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan di mana konsumen secara actual melakukan pembelian produk atau jasa. Tahap pengambilan keputusan pembelian diantaranya, pengenalan kebutuhan, pencarian, evaluasi berbagai alternatif hingga akhirnya mencapai keputusan pembelian. (F.C.Polla.,L.Mananeke.,R.N.Taroreh)

Pemasar perlu mengetahui siapa yang terlibat dalam keputusan membeli dan peran yang dimainkan oleh setiap orang. Setiap keputusan yang diambil oleh konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk merupakan kumpulan dari beberapa Keputusan-keputusan tersebut harus dikaji oleh seorang pemasar melalui penyusunan keputusan membeli secara keseluruhan yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan tinjauan literature (library reseach) yang melibatkan pengumpulan informasi melalui berbagai sumber yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka atau penelitian yang digali melalui beragam informasi kepustakaan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi melalui angket (kuesioner) yang dibagikan secara online dan diisi melalui google form oleh subjek penelitian yaitu pembeli potensial secara random dari berbagai kalangan, baik dari masyarakat desa wunut maupun diluar desa wunut. Sampel yang digunakan bersifat *infinite* atau tidak terbatas dengan cakupan subjek sebanyak 30 pembeli potensial. Penelitian ini berfokus pada pengaruh tata letak, harga dan digitalisasi penjualan terhadap keputusan pembelian pada tempat kuliner bumdes “sumber rejeki” di desa wunut.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner yang disebarakan secara online menggunakan layanan Google Form yang dapat diakses melalui link berikut (<https://docs.google.com/forms/d/1ANvmhZoa5lvrw4xxRMXPpMZz6uKd8lYBvOsWLMtreA/edit?usp=drivesdk>). Analisis data dari ringkasan responden memakai skala Likert yang meliputi (1) Sangat Tidak Setuju (2) Tidak Setuju (3) Cukup Setuju (4) Setuju (5) Sangat Setuju. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, yaitu penguraian secara teratur data yang telah diperoleh, kemudian memberikan gambaran atas korelasi terhadap teori yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tata letak mempengaruhi keputusan pembelian pada BUMDes Kuliner di Desa Wunut

Keputusan tata letak (layout) merupakan keputusan membuat desain atau tata letak dari fasilitas-fasilitas yang ada dalam satu tempat. Dari hasil penelitian 30 responden yang telah mengisi kuesioner menunjukkan bahwa 64,7% yang pernah berbelanja di tempat kuliner BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Wunut menyukai tata letak yang nyaman dan terbuka, ini menunjukkan bahwa variabel tata letak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan pembuktian prosentase sebanyak 70%. Selanjutnya, calon pembeli potensial cenderung lebih condong pada tata letak yang terbuka dan simple, dan mempunyai alur yang jelas. Banyak ukuran yang dapat di pakai pembeli untuk menentukan tata letak seperti apa yang mereka inginkan. Namun, hal yang paling penting adalah unsur kebersihan dan kerapian masing-masing stan yang ada pada bumdes kuliner di desa wunut. Pelanggan menyukai dan mempercayai apa yang mereka lihat. Aspek-aspek ini yang harus diikuti oleh tata letak yang baik, sehingga pelanggan ataupun calon pelanggan potensial menjatuhkan keputusan pembelian mereka pada stan kuliner ini.

B. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Kuliner di Desa Wunut

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini mencakup bahwa pelanggan maupun calon pelanggan potensial juga mempertimbangkan rentang harga yang ada pada masing-masing stan. Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan kuantitas makanan, yang mana akan mempengaruhi keputusan pembelian pada bumdes kuliner di desa wunut. Adanya harga yang sesuai dengan kualitas, produk, harga yang bersaing akan menarik minat pelanggan dan calon pelanggan potensial untuk membeli makanan di stan kuliner.

C. Layanan Food Delivery berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Kuliner di Desa Wunut

Variabel ini muncul akibat arus digitalisasi yang semakin kuat. Para penjual di stan kuliner wunut sebelumnya tidak ada yang menyediakan layanan food delivery. Data penelitian menunjukkan pelanggan dan calon pelanggan potensial akan menyambut baik jika penjualan menyediakan layanan food delivery, misalnya Go-Food atau Shoopfood. Hal ini terjadi karena dewasa ini, pola kegiatan masyarakat berubah. Masyarakat cenderung menyukai hal yang instan dan simple, seperti memesan makanan dari layanan food delivery ini. Untuk itu, layanan food delivery mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan dan penerapannya akan membawa dampak yang baik dan meningkatkan penjualan seiring lambat laun. Disamping itu, pengaruh promosi penjualan juga memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh promosi penjualan. Promosi penjualan dapat

dilakukan melalui jejaring sosial dengan mendaftarkan stan makanan ke layanan food delivery (Go-Food). Besarnya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen ditunjukkan dengan angka 94.1%. dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel promosi adalah variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada tempat kuliner BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Wunut.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa tata letak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana tata letak yang terbuka membuat calon pelanggan potensial memiliki ketertarikan yang kuat untuk melakukan pembelian. Variabel harga berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian, calon pembeli potensial ikut mempertimbangkan harga dan kualitas makanan yang akan dibeli. Dan variabel Layanan Food Delivery cukup berpengaruh secara signifikan dan jika seluruh pengelola stan menerapkan layanan ini, calon pembeli potensial dirasa akan semakin banyak karena faktor efisiensi dan layanan food delivery dewasa ini menjadi pilihan tepat sebagian masyarakat dalam hal pembelian makanan. Singkatnya, ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan dan akan menjadi angin segar bagi para pedagang di bumdes kuliner wunut jika diterapkan dalam usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Diah, Suryaningsih. (2008). Pengaruh Tata Letak Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Assalaam Hypermarket. *Skripsi Fak. Ekonomi Univ. Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.*
- Fitriyani, Indah N. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Tataletak (Layout), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Corakna Jember. *FE UMJ.*
- Griffin, Ricky W. (2004). *Manajemen. Edisi VII. Jilid I, Edisi IX.* Jakarta: Salemba Empat.
- Ibrahim, M., Mananeke, L., Soepeno, D. (2018). Analisis Tata Letak Ruang Dan Fungsionalitas Restoran Rumah Kopi Billy Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 4.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi II Jilid 2.* Jakarta: Prehallindo.
- Kotlet, P dan Keller K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Sabran B, MM.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- majalahfranchise.com. (n.d.). *Memfaatkan Go-Food sebagai Layanan Food Delivery.* Retrieved 02 24, 2022
- Polla, Febriaano C., Mananeke, Lisbeth., Taroreh, Rita N. (n.d.). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan.
- Sasongko, F & Subagio, Hartono. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2. pp. 1-7.
- Syaleh, Hariman. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv. Tjahaja Baru Bukittinggi. *Jurnal of Economic Bussiness and Accounting (COSTING)*, Vol. 1, No. 1.