

**PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA
SAAT PANDEMI *COVID-19* DI KOTA SLAWI**



TUGAS AKHIR

OLEH :

RITA AGUSTININGRUM

NIM 18031141

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19*
DI KOTA SLAWI

Oleh mahasiswa :

Nama : Rita Agustiningrum

NIM : 18031141

Telah di periksa dan di koreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, Juli 2021

Pembimbing I,



Hesti Widiyanti, SE, M.Si

NIPY. 09.008.043

Pembimbing II,



Arifia Yasmin, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 09.017.335

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19* DI KOTA SLAWI

Oleh :

Nama : Rita Agustiningrum

NIM : 18031141

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, Juli 2021

1. Hesti Widianti, SE, M.Si
Ketua Penguji



2. Hetika, S.Pd, M.Si, Ak, CAAT
Penguji I



3. Nurul Mahmudah, SE, M.Si, Ak, CAAT
Penguji II



Mengetahui,
Ketua Prodi Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 09.011.062

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul "PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19* DI KOTA SLAWI", beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



RITA AGUSTININGRUM
NIM : 18031141

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : RITA AGUSTININGRUM

NIM : 18031141

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Layanan *Go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *covid-19* di Kota Slawi.

Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



RITA AGUSTININGRUM
NIM. 18031141

HALAMAN MOTTO

“Karena sesungguhnya di dalam setiap kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya dalam setiap kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al Insyirah : 5-6)

**“Cukuplah Allah SWT menjadi penolong bagi kami dan Dia sebaik-baik
pelindung.”**

(QS. Ali Imran : 173)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

Orang tuaku yang senantiasa mendoakan dan mendukung

Dosen Pembimbing 1 dan 2 yang senantiasa membantu membimbing sampai
tuntas

Segenap Civitas Akademika Politeknik Tegal

Adikku tersayang atas dukungannya

Teman-teman seprodi Akuntansi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Layanan *Go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *covid-19* di Kota Slawi”

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE,MPP, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ka.Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Hesti Widianti, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Arifia Yasmin, SE, M.Si, AK, CA selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.

5. Seluruh pengusaha kuliner yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
6. Seluruh karyawan/karyawati usaha kuliner di Kota Slawi yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian.
7. Teman-teman baik di kampus maupun di kantor, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahandisana-sini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati masalah akuntansi pada umumnya.

Tegal, Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



RITA AGUSTININGRUM
NIM. 18031141

ABSTRAK

Rita Agustiningrum. 2021. *Pengaruh Layanan Go-Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Slawi*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I : Hesti Widiyanti, SE, M.Si; Pembimbing II : Arifia Yasmin, SE, M.Si, Ak, CA.

Go-food merupakan sebuah fitur layanan *Food Delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan, hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur *Go-Food* dalam aplikasi *Go-Jek*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *covid-19* di kota Slawi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan Uji validitas, Uji reliabilitas, uji normalitas, Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji Hipotesis menggunakan uji t (uji parsial), dan koefisien determinasi. Hasil perhitungan uji t dengan melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. sebesar $0,034 < \alpha 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner di kota Slawi. Kemudian nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan berjumlah 15,1 % sedangkan sisanya 84,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Food Delivery, Go-Food, peningkatan penjualan*

ABSTRACT

Agustiningrum, Rita. 2021. *The Effect of Go-Food Services on Increasing Sales of Culinary Entrepreneurs During the Covid-19 Pandemic in Slawi City.* Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Hesti Widiyanti, SE, M.Si; Co-Advisor: Arifia Yasmin, SE, M.Si, Ak, CA.

Go-food is a food delivery service feature like delivery orders at a restaurant, only by using a smartphone and opening the Go-Food feature in the Go-Jek application. The purpose of this research was to determine the effect of go-food services on increasing sales of culinary entrepreneurs during the covid-19 pandemic in the city of Slawi. Data collection techniques used in this research were observation, interviews, and literature study. The data was analyzed quantitatively with validation test, reliability test, normality test, simple linear regression analysis, hypothesis test using t test (partial test), and coefficient of determination. The results of the calculation by looking at the significant figures showed the sig value. of $0,034 < \alpha 0,05$. So H_a is accepted and H_o is rejected, which means that there is a significant influence between go-food services on increasing sales of culinary entrepreneurs in the city of Slawi. Then the coefficient of determination shows that the effect of go-food services on increasing sales is 15.1% while the remaining 84.9% is influenced by other variables not examined.

Keywords: Food Delivery, Go-Food, increased sales

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TA.....	iv
HALAMAN LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTARLAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Kerangka Berpikir	8

1.7	Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		13
2.1	Pengertian Pengaruh.....	13
2.2	Pengertian Layanan <i>Go-Food</i>	13
2.3	Pengertian Penjualan	14
2.3.1	Pengertian Penjualan	14
2.3.2	Jenis-Jenis Penjualan.....	15
2.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	15
2.3.4	Tingkat Penjualan.....	17
2.3.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan	18
2.4	Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	19
2.4.1	Pengertian UMKM.....	19
2.4.2	Kriteria UMKM.....	19
2.4.3	Peranan UMKM	20
2.5	Pengertian Corona Virus <i>Disease 2019 (Covid-19)</i>	20
2.5.1	Pengertian <i>Covid-19</i>	20
2.5.2	Penyebab <i>Covid-19</i>	21
2.5.3	Pencegahan <i>Covid-19</i>	22
2.6	Hipotesis Penelitian	24
2.6.1	Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Lokasi Penelitian	35
3.2	Waktu Penelitian.....	35

3.3 Jenis Data.....	35
3.4 Sumber data	36
3.5 Populasi dan sampel penelitian.....	37
3.5.1 Populasi.....	37
3.5.2 Sampel	37
3.6 Teknik Pengumpulan data	38
3.7 Definisi Operasional Variable	40
3.8 Metode Analisis Data	40
3.8.1 Uji Coba Instrumen	41
3.8.2 Uji Normalitas	41
3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
3.8.4 Uji Hipotesis	43
3.8.5 Koefisien Determinasi	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran umum PT GO-JEK INDONESIA	45
4.1.1 Sejarah PT GO-JEK INDONESIA	45
4.1.2 Visi dan Misi PT GO-JEK INDONESIA	47
4.1.3 Logo PT GO-JEK INDONESIA	49
4.1.4 Layanan PT GO-JEK INDONESIA	50
4.1.5 Struktur Organisasi PT GO-JEK INDONESIA.....	56
4.1.6 Deskripsi Pekerjaan	57
4.2 Analisis Data Dan Pembahasan.....	61
4.2.1 Mitra GO-FOOD kota slawi	61

4.2.2	Karakteristik Responden.....	63
4.2.3	Uji Instrumen Penelitian	65
4.2.4	Teknik analisis data	70
4.2.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.3	Pembahasan	74
BAB V	Kesimpulan dan Saran	78
A.	Kesimpulan.....	78
B.	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	9
2.1 Logo PT. Go-jek Indonesia Versi Lama	49
2.2 Logo PT. Go-Jek Indonesia Versi Baru	50
2.3 Tampilan Aplikasi Go-Jek	55
2.4 Struktur Organisasi Pusat.....	56
2.5 Struktur Organisasi Regional	56

DAFTAR TABEL

1.1	Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online.....	4
1.2	Penelitian Terdahulu	25
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3	Hasil Uji Validasi Layanan Go-Food.....	65
4.4	Hasil Uji Validasi Peningkatan Penjualan	66
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	67
4.6	Hasil Uji Normalitas	69
4.7	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	70
4.8	Hasil Uji Hipotesis	73
4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	85
Lampiran 2	Surat Kesediaan Membimbing Tugas Akhir Pembimbing 1	90
Lampiran 3	Surat Kesediaan Membimbing Tugas Akhir Pembimbing 2	91
Lampiran 4	Data Uji Validasi Dan Data Uji Reliabilitas	92
Lampiran 5	Data Regresi Linear Sederhana	94
Lampiran 6	Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Usia Dan Jenis Kelamin	95
Lampiran 7	Hasil Uji Validasi Layanan Go-Food	96
Lampiran 8	Hasil Uji Validasi Peningkatan Penjualan	97
Lampiran 9	Hasil Uji Reliabilitas Layanan Go-Food Dan Peningkatan Penjualan	98
Lampiran 10	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	99
Lampiran 11	Buku Bimbingan Tugas Akhir	100
Lampiran 12	Dokumentasi	103

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan bisnis pada era globalisasi saat ini sangat pesat, banyak orang-orang yang mendapatkan peluang usaha, dan tidak sedikit dari mereka yang memutuskan untuk berwirausaha. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap keinginan serta kebutuhan konsumen. Dalam persaingan bisnis, pelaku bisnis juga dituntut untuk berfikir kreatif dalam membangun usaha yang akan dijalani dan berani dalam berinovasi dengan menciptakan produk yang berbeda dan lebih unggul dari pesaing. Salah satu bidang usaha yang mengalami peningkatan adalah Bisnis kuliner, bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berkembang dengan pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang.

Slawi adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Tegal, Jawa Tengah Indonesia, selain itu Slawi juga merupakan Ibu Kota Kabupaten Tegal. Slawi berbatasan dengan Kecamatan Adiwerna di utara, Kecamatan Pangkah di timur, Kecamatan Lebaksiu di selatan dan Kecamatan Dukuh Waru di sebelah barat. Alun - alun Kota Slawi, berupa taman dengan air

mancur yang sangat besar, berlokasi di depan halaman pendopo Kabupaten Tegal. Suasana di alun - alun Slawi sangat ramai, apa lagi pada malam hari terutama pada malam minggu. Banyak sekali pedagang - pedagang yang mangkal / berjualan di sekitar alun - alun, beraneka ragam makanan ada di sini dan yang tidak pernah ketinggalan yaitu minuman khas kota Slawi Teh Poci, kalau orang Slawi bilanginya sih Moci.⁽¹⁾

Di Indonesia Bidang usaha kuliner untuk saat ini memang sedang marak dan sedang menjadi trendcenter di benak pecinta kuliner. Banyak sekali kita jumpai industri kuliner dan *franchise* berkembang cukup pesat. Terutama Di kota Slawi, bisnis *franchise* makanan dan minuman yang ada bermacam-macam. Sehingga orang-orang baik dari yang muda hingga yang sudah tua berlomba dalam berinovasi dalam hal pembuatan makanan atau minuman yang bisa menjadikan khas dari bisnis kuliner yang mereka jalani. Karena jika hanya ikut-ikutan saja, maka bisnis kita akan segera di tinggalkan oleh pesaing kuliner yang lain.

Virus Corona adalah Virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut *Covid-19* (Corona Virus *Disease2019*). Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Infeksi Virus Corona pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia. Hal tersebut membuat beberapa negara menerapkan kebijakan untuk memberlakukan

Lockdown dalam rangka mencegah penyebaran virus Corona. Pandemi Virus Corona ini mengakibatkan terganggunya hampir semua industri bisnis dari berbagai sektor, kecuali bidang kesehatan, dan merubah perilaku masyarakat dunia di semua kalangan. Ini menjadi tantangan yang sangat berat untuk ke depan, dimana selain menghadapi pandemi Virus Corona, bisnis ini dihadapkan pula dengan saatnya masuk puasa dan Lebaran, serta adanya tahun ajaran baru sekolah. Ada sektor-sektor relevan yang justru bisnisnya membaik. Sebut saja sektor medis dan kesehatan, perdagangan online atau *e-commerce*, sampai seperti obat-obatan, barang elektronik, produk makanan dan minuman kemasan.⁽²⁾ Upaya mengatasi penyebaran Corona juga sudah gencar dilakukan oleh pemerintah, mulai dari menerapkan *Physical Distancing*, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berbasis mikro, Pemprov Jateng mengeluarkan surat edaran ke sejumlah bupati dan wali kota terkait kelonggaran usaha kuliner selama pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Awalnya usaha kuliner hanya diperbolehkan beroperasi hingga pukul 19.00 WIB, kini dilonggarkan hingga pukul 21.00 WIB.⁽³⁾

Perkembangan teknologi saat ini sejalan dengan berkembangnya angkutan berbasis aplikasi di Indonesia. Kehadiran ojek online, mobil online, bajaj online saat ini sedang populer. Pemesanan angkutan menggunakan aplikasi yang bisa di *download* gratis lewat *smartphone*, setiap *user* bisa memesan layanan ini dari mana saja, kemudahan

mengakses transportasi berbasis *online* inilah yang dibutuhkan sebagai alternatif pilihan jenis angkutan yang akan digunakan bagi masyarakat Indonesia.

Tabel 1.1

Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online

No	Nama	Jumlah	Keterangan
1.	<i>Go-jek</i>	50juta	Berdasarkan pengguna aplikasi
2.	<i>Go-ride</i>	1juta	Berdasarkan pengguna aplikasi
3.	<i>Grabdriver</i>	10juta	Berdasarkan pengguna aplikasi

Sumber : (Peneliti) *Play Store*

Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek *online* yang tersedia di Indonesia. Penyedia jasa ojek *online* diantaranya yakni *Go-jek*, *Grab*, *Go-ride*, dsb. Selain itu, ojek *online* ini juga tidak hanya melayani jasa angkutan orang, seperti ojek pada umumnya, melainkan juga melayani jasa angkutan barang, dan bahkan juga menyediakan jasa layanan pesan antar makanan dan berbelanja di toko-toko.

Fenomena belanja makanan menggunakan media komunikasi digital belakangan ini tidak dapat dianggap remeh, salah satu aplikasi digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah aplikasi *Go-jek*. *Go-Jek* sendiri pada mulanya merupakan aplikasi digital yang menyediakan pelayanan antar jemput penumpang dengan menggunakan sepeda motor, namun seiring bertambahnya animo

masyarakat pengguna Go-Jek tiap tahunnya pada akhirnya Go-Jek membuat banyak pilihan fitur baru, salah satunya yakni fitur Go-Food yang melayani jasa transaksi pembelian dan minuman.⁽⁴⁾ Go-food Merupakan Sebuah Fitur Layanan *Food Delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan, hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur Go-Food dalam aplikasi Go-Jek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang bekerja sama dengan Go-Food. Makanan akan di pesan dan diantar langsung oleh Go-Jek. Singkatnya layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran.⁽⁵⁾

Pandemi Covid-19 memberi dampak langsung ke berbagai aspek ekonomi masyarakat, terutama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Diantaranya UMKM tersebut jenis usaha yang paling terkena adalah usaha kuliner. Pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk mengurangi kontak fisik dan telah mendorong pergeseran gaya hidup konsumen menjadi serba *Cashless* (melakukan pembayaran secara Non-Tunai). Adapun upaya pemerintah dalam menangani penyebaran covid-19 diantaranya *Physical Distancing*, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Strategi pengusaha bisnis kuliner bertahan dimasa pandemi *covid-19* yaitu melakukan promosi penjualan di media sosial untuk memperluas jangkauan, mendaftar pada layanan *Go-Food Delivery Order*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "**PENGARUH LAYANAN GO-**

FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA SAAT PANDEMI COVID-19 DI KOTA SLAWI

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah "Apakah Layanan *Go-Food* Berpengaruh Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Pada Saat Pandemi *Covid-19* Di Kota Slawi."

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Layanan *Go-Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Pada Saat Pandemi *Covid-19* Di Kota Slawi

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam memperluas wawasan mengenai usaha bisnis kuliner, mempelajari strategi pemasaran melalui media sosial, mempelajari penggunaan layanan *Go-Food* dalam menghadapi sebuah persaingan dimasa Pandemi *Covid-19*.

2. Bagi Pengusaha Kuliner di Kota Slawi

Sebagai bahan informasi terkait dengan manfaat Layanan *Go-food* dan dampaknya bagi pelaku usaha kuliner, sebagai bahan pertimbangan sendiri bagi pelaku usaha kuliner dalam

menggunakan layanan Go-food untuk meningkatkan penjualan dimasa *Pandemi Covid-19*.

3. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi serta referensi bagi peneliti lain yang memiliki kaitannya dalam bidang yang sama sehingga dapat memberikan kontribusi positif bagi pengajuan pengembangan ilmu pengetahuan. Khususnya dilembaga pendidikan, untuk menambah referensi diperpustakaan sehingga dapat dimanfaatkan mahasiswa/i sebagai data dan informasi untuk kajian belajar.

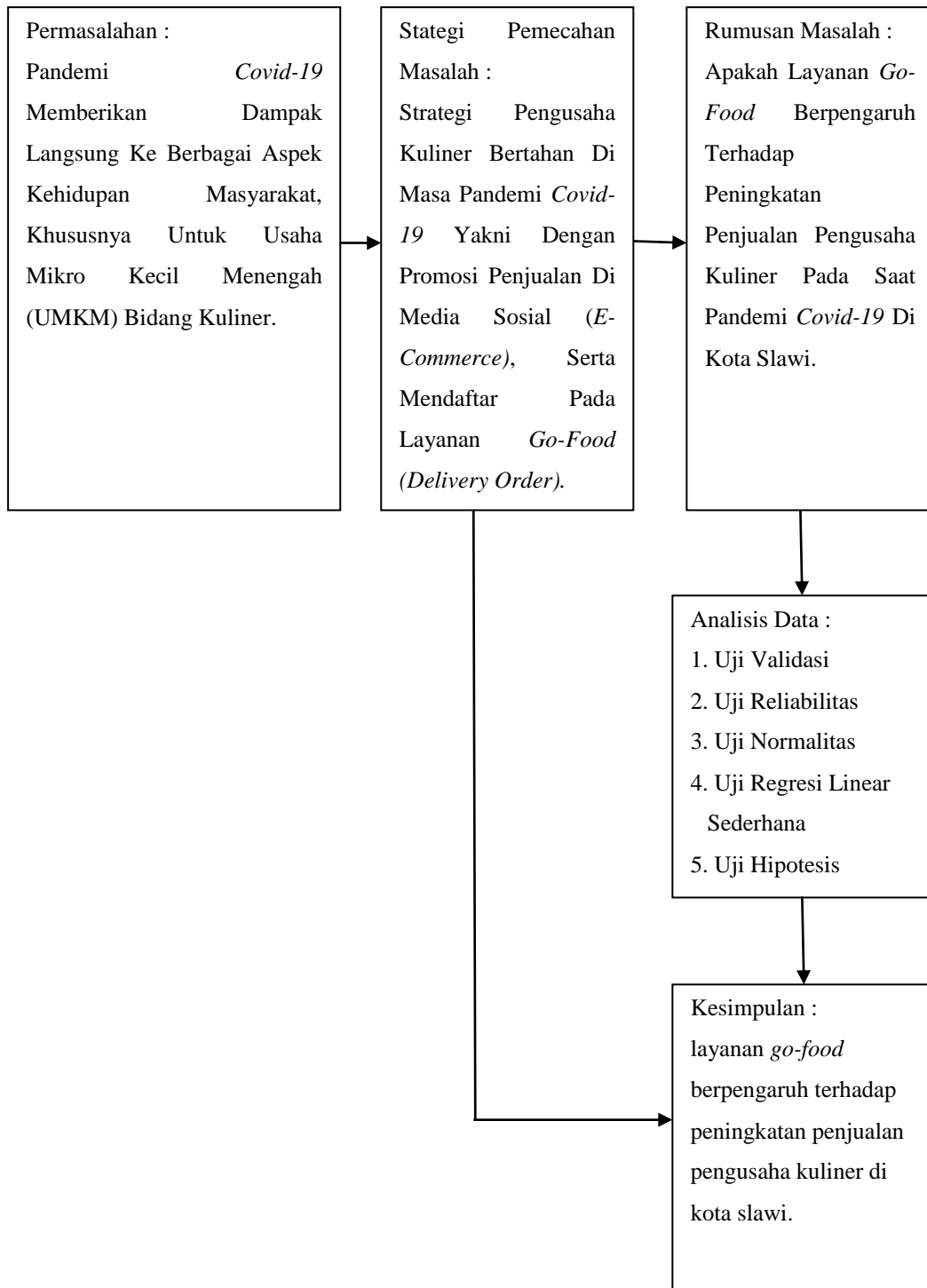
1.5 Batasan Masalah

Pengusaha Kuliner Di Kota Slawi cukup banyak, penulis memberikan batasan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan. Peneliti hanya meneliti pengusaha kuliner yang sudah bermitra dengan layanan *Go-Food Delivery Order* dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui Pengaruh Layanan Go-Food Terhadap Peningkatan penjualan pengusaha Kuliner Pada Saat *Pandemi Covid-19*.

1.6 Kerangka Berpikir

Penelitian ini bermula dari pemikiran peneliti tentang keadaan dunia saat terjadi Pandemi *Covid-19*, pandemi *Covid-19* memberikan dampak terhadap segala aspek kehidupan, khususnya pada bidang usaha kuliner dimana adanya aturan Pemerintah untuk melakukan *Phsyca distancing*, PSBB, PPKM, dan pola baru masyarakat yang melakukan segala kegiatan menggunakan *smartphone*, mulai dari bekerja yang dilakukan di rumah (*WorkFormHome*), melakukan pembayaran secara non-tunai (*OVO, Go-Pay, LinkAja, DANA, PayTren, True Moneydsb*), dengan adanya teknologi yang semakin berkembang dan pola baru masyarakat, sehingga munculnya fenomena Layanan Pesan Antar. PT GO-JEK Indonesia mengembangkan Platform nya dengan menambah sebuah Layanan *Food Delivery* yang dinamakan *Go-Food*. Usaha Kuliner zang bermitra dengan *Go-Food* akan mendapatkan layanan *Food Delivery* tersebut tanpa harus menambah biaya *Overhead* lainnya, sehingga dapat memicu peningkatan penjualan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variable Layanan *Food Delivery* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner. Berikut ini adalah kerangka pemikiran sistematis.



Gambar 1.1 kerangka pemikiran peneliti

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian usaha bisnis kuliner, dampak pandemi *Covid-19* terhadap usaha bisnis kuliner, pengertian Layanan *Deliveryfood* (*Go-Food*).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian yaitu di Kota Slawi Kabupaten Tegal, waktu penelitian pada bulan April-Mei, metode pengumpulan data menggunakan metode Observasi, metode Wawancara, kuisisioner, jenis data kuantitatif dan sumber data primer penelitian, dan metode analisis data menggunakan uji validasi, uji reliabilitas, uji regresi sederhana, uji koefisien determinasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi kan laporan hasil penelitian dan pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Layanan *Go-Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner Pada Saat Pandemi *Covid-19* Di Kota Slawi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005 : 849)⁽⁶⁾, Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

Menurut Hugiono dan Poerwantana⁽⁷⁾ “pengaruh merupakan dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk atau merupakan suatu efek”.

Menurut M. Suyanto(2007)⁽⁸⁾, pengaruh adalah nilai kualitas suatu iklan melalui media tertentu

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, pengaruh adalah daya/dorongan yang timbul dari sesuatu hal dan berdampak pada hal lainnya.

2.2 Pengertian Layanan *Go-Food*

Menurut Cristhoper Lovelock dan Jochen Wittz, layanan *Food Delivery* merupakan penciptaan situs web yang memberikan informasi, menerima pesanan bahkan berfungsi sebagai saluran layanan berbasis informasi.⁽⁹⁾

Go-food Merupakan Sebuah Fitur Layanan *Food Delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan, hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur Go-Food dalam aplikasi Go-

Jek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang bekerja sama dengan *Go-Food*. Makanan akan di pesan dan diantar langsung oleh Go-Jek. Singkatnya layanan ini sangat mirip dengan layanan delivery order dari sebuah restoran.⁽⁵⁾

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, Layanan *Go-Food* merupakan sebuah jasa layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi yang merupakan salah satu fitur dari aplikasi *Go-jek*.

2.3 Pengertian Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Ronny A. Ruslidan Hendra dalam buku "Manajemen Pemasaran" pengertian penjualan adalah "Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain".⁽¹⁰⁾

Menurut Sofjan Assauri (2002)⁽¹¹⁾ "Penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, penjualan adalah suatu usaha seseorang untuk memindahkan produk baik barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pihak satu kepada pihak lainnya guna saling mendapatkan laba.

2.3.2 Jenis-Jenis Penjualan

Menurut Murti Sumarni⁽¹²⁾ dalam bukunya bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan Penjualan dapat di bedakan menjadi :

- a) Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- b) Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur, *e-commerce* dan lain-lain.

2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Basu Swastha(2014)⁽¹³⁾ sebagai berikut :

- a) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- 1) Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.

- 2) Harga produk.
- 3) Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanansesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadisasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatanpenjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Jenis pasarnya
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- 3) Daya belinya
- 4) Frekuensi pembelian
- 5) Keinginan dan kebutuhan.

c) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yangdijual tersebut belum dikenalpenjual harus memperkenalkan dulumembawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksudtersebutdiperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport,tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan,usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukanapabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untukitu.Seperti usaha promosi membutuhkan duta penjualan dimana duta penjualan bertugas untuk menjalin hubungan

dengan pelanggan serta menimbulkan perasaan senang dalam diri pelanggan, karena dengan itu peluang untuk mencapai keberhasilan dalam menjual akan semakin meningkat.

d) **Kondisi Organisasi Perusahaan**

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan iniditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

e) **Faktor lain.**

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

2.3.4 Tingkat Penjualan

Volume penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Penjualan mempunyai pengertian yang bermacam-macam tergantung pada lingkup permasalahan yang sedang dibahas. Menurut Kotler dan Armstrong “penjualan dalam lingkup kegiatan, sering disalah artikan dengan pengertian pemasaran. Penjualan dalam lingkup ini lebih berarti tindakan menjual barang atau jasa. Kegiatan pemasaran adalah

penjualan dalam lingkup hasil atau pendapatan berarti penilaian atas penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode.”⁽¹⁴⁾

2.3.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut chatamarrasjid⁽¹⁵⁾ antarlain:

a) Kualitas barang.

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

b) Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

c) Servis terhadap pelanggan

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam. Dengan adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

d) Persaingan menurunkan harga jual (*discount*)

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualandan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari

sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengansyarat-syarat tertentu pula.

2.4 Pengertian UMKM

2.4.1 Pengertian UMKM

Menurut UU No. 20 Tahun 2008⁽¹⁶⁾ ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yan merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria berikut ini. Sebab hal ini akan berpengaruh pada proses pengurusan surat ijin usaha serta menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM.

2.4.2 Kriteria UMKM

MenurutUndang-Undang No. 20 tahun 2008⁽¹⁶⁾ UMKM Memiliki kriteria sebagai berikut :

1) Usaha Mikro

Usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- serta tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak adalah Rp 300.000.000,-

2) Usaha Kecil

Usaha ekonomi yang berdiri sendiri baik dimiliki perorangan atau kelompok, serta bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan

utama. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-

3) Usaha Menengah

Usaha yang bukan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5.000.000,- milyar sampai Rp 50.000.000.000,-.

2.4.3 Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.⁽¹⁷⁾

2.5 Pengertian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

2.5.1 Pengertian Virus coronadisease(COVID-19)

Virus Corona atau *severeacuterespiratorysyndromecoronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona

bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.⁽¹⁸⁾

2.5.2 Penyebab Virus Corona disease(COVID-19)

Infeksi virus Corona atau COVID-19 disebabkan oleh coronavirus, yaitu kelompok virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Pada sebagian besar kasus, coronavirus hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan sampai sedang, seperti flu. Akan tetapi, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti pneumonia, *Middle-East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome*(SARS).⁽¹⁸⁾

Ada dugaan bahwa virus Corona awalnya ditularkan dari hewan ke manusia. Namun, kemudian diketahui bahwa virus Corona juga menular dari manusia ke manusia.

Seseorang dapat tertular COVID-19 melalui berbagai cara, yaitu:

- a) Tidak sengaja menghirup percikan ludah (droplet) yang keluar saat penderita COVID-19 batuk atau bersin
- b) Memegang mulut atau hidung tanpa mencuci tangan terlebih dulu setelah menyentuh benda yang terkena cipratan ludah penderita COVID-19
- c) Kontak jarak dekat dengan penderita COVID-19

Virus Corona dapat menginfeksi siapa saja, tetapi efeknya akan lebih berbahaya atau bahkan fatal bila terjadi pada orang lanjut

usia, ibu hamil, orang yang memiliki penyakit tertentu, perokok, atau orang yang daya tahan tubuhnya lemah, misalnya pada penderita kanker. Karena mudah menular, virus Corona juga berisiko tinggi menginfeksi para tenaga medis yang merawat pasien COVID-19. Oleh karena itu, para tenaga medis dan orang-orang yang memiliki kontak dengan pasien COVID-19 perlu menggunakan alat pelindung diri (APD).

2.5.3 Pencegahan Virus Corona *disease* (COVID-19)

Saat ini, Indonesia sedang melakukan vaksinasi COVID-19 secara berkala ke masyarakat Indonesia. Meskipun vaksinasi sudah mulai di jalankan, cara pencegahan yang terbaik adalah dengan menghindari faktor-faktor yang bisa menyebabkan Anda terinfeksi virus ini⁽¹⁸⁾, yaitu:

- a) Terapkan *physical distancing*, yaitu menjaga jarak minimal 1 meter dari orang lain, dan jangan dulu ke luar rumah kecuali ada keperluan mendesak.
- b) Gunakan masker saat beraktivitas di tempat umum atau keramaian, termasuk saat pergi berbelanja bahan makanan dan mengikuti ibadah di hari raya, misalnya Idul Adha.
- c) Rutin mencuci tangan dengan air dan sabun atau *handsanitizer* yang mengandung alkohol minimal 60%, terutama setelah beraktivitas di luar rumah atau di tempat umum.

- d) Jangan menyentuh mata, mulut, dan hidung sebelum mencuci tangan.
- e) Meningkatkan daya tahan tubuh dengan pola hidup sehat, seperti mengonsumsi makanan bergizi, berolahraga secara rutin, beristirahat yang cukup, dan mencegah stres.
- f) Hindari kontak dengan penderita *COVID-19*, orang yang dicurigai positif terinfeksi virus Corona, atau orang yang sedang sakit demam, batuk, atau pilek.
- g) Tutup mulut dan hidung dengan tisu saat batuk atau bersin, kemudian buang tisu ke tempat sampah.
- h) Jaga kebersihan benda yang sering disentuh dan kebersihan lingkungan, termasuk kebersihan rumah.

Untuk orang yang diduga terkena *COVID-19* (termasuk kategori suspek dan *probable*) yang sebelumnya disebut sebagai ODP (orang dalam pemantauan) maupun PDP (pasien dalam pengawasan), ada beberapa langkah yang bisa dilakukan agar tidak menularkan virus Corona ke orang lain, yaitu:

- a) Lakukan isolasi mandiri dengan cara tinggal terpisah dari orang lain untuk sementara waktu. Bila tidak memungkinkan, gunakan kamar tidur dan kamar mandi yang berbeda dengan yang digunakan orang lain.
- b) Jangan keluar rumah, kecuali untuk mendapatkan pengobatan.

- c) Bila ingin ke rumah sakit saat gejala bertambah berat, sebaiknya hubungi dulu pihak rumah sakit untuk menjemput.
- d) Larang orang lain untuk mengunjungi atau menjenguk Anda sampai Anda benar-benar sembuh.
- e) Sebisa mungkin jangan melakukan pertemuan dengan orang yang sedang sedang sakit.
- f) Hindari berbagi penggunaan alat makan dan minum, alat mandi, serta perlengkapan tidur dengan orang lain.
- g) Pakai masker dan sarung tangan bila sedang berada di tempat umum atau sedang bersama orang lain.
- h) Gunakan tisu untuk menutup mulut dan hidung bila batuk atau bersin, lalu segera buang tisu ke tempat sampah.

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan peneliti terdahulu menurut M. Yogi Pratama “Terdapat pengaruh yang signifikan layanan *Food Delivery* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner (studi pada pengusaha kuliner yang terdaftar di *go-jek/go-food*)” pada tahun 2018 di kota Jambi, maka penulis merumuskan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris sebagai berikut :

- a. H_0 = Layanan *Go-Food* tidak terdapat pengaruh terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *Covid-19* di Kota Slawi.

- b. H_a = Layanan *Go-Food* terdapat pengaruh terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *Covid-19* di Kota Slawi.

2.6.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang mengkaji tentang *Go-food* telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Diantaranya sebagai berikut :

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Syarif Hidayatullah (2018)	Eksistensi transportasi online (go-food) terhadap omzet bisnis kuliner di kota malang.	Penelitian kuantitatif, Pendekatan melalui survey. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Analisis regresi linear berganda 2. Uji validasi dan uji reliabilitas 3. Pengujian	1. Analisis Regresi Linear Berganda Hasil perhitungan regresi berganda tersebut dapat diketahui hasil sebagai berikut: $Y = 2,586 + 0,618X_1 + 0,241X_2$, Dari hasil analisis regresi linier berganda di atas, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar

			hipotesis	<p>0,760. Angka ini menunjukkan bahwa variabel eksistensi transportasi online (X1) dan Pendapatan (X2) dapat menjelaskan bahwa variasi atau mampu memberikan kontribusi terhadap variabel Omzet bisnis kuliner (Y) sebesar 76 %, sedangkan sisanya sebesar 24 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.</p> <p>2.Uji validasi dan reliabilitas</p> <p>- Validitas diukur</p>
--	--	--	-----------	--

				<p>dengan cara membandingkan nilai korelasi masing-masing indikator dengan nilai korelasi tabel (r_{tabel}). Nilai r_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dan $n = 30$ sebesar 0,361. Dari 18 indikator yang diuji, semua indikator memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari r_{tabel}, serta probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, artinya ada hubungan yang signifikan antara skor masing-masing</p>
--	--	--	--	--

				<p>indicator dengan skor total korelasi yang signifikan.</p> <p>- Hasil uji reliabilitas yang dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6 sehingga instrument yang digunakan dinyatakan reliabel.</p> <p>3. Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Diduga faktor eksistensi transportasi online dan pendapatan berpengaruh positif terhadap omzet</p>
--	--	--	--	---

				<p>bisnis kuliner di Kota Malang, dengan menggunakan uji t. Hasil uji t eksistensi transportasi online diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,608$ sedangkan nilai $t_{tabel} = 1,980$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga terbukti variabel eksistensi transportasi online berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner. Hasil uji t</p>
--	--	--	--	--

				<p>pendapatan diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,356$ sedangkan nilai $t_{tabel} = 1,980$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ jadi H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga terbukti variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner.</p> <p>Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa eksistensi transportasi online dan pendapatan secara parsial</p>
--	--	--	--	---

				<p>berpengaruh terhadap Omzet bisnis kuliner. Dengan demikian hipotesis pertama secara statistik dapat diterima atau teruji.</p>
2.	M. Yogi Pratama (2018)	<p>Pengaruh layanan fooddelivery terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner (studi pada pengusaha kuliner yang terdaftar di go-food/go-jekjambi)</p>	<p>Pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Regresi Sederhana 2. uji validasi dan uji reliabilitas 	<p>1. analisis regresi sederhana</p> <p>Dari hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 1,474. Sedangkan nilai layanan <i>fooddelivery</i>(b/koefisien regresi) sebesar 0,604, sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 1,474 + 0,604X$</p>

				<p> Nilai signifikan t_{hitung} untuk variable layanan <i>food delivery</i> yaitu sebesar 2,931 dan nilai signifikan sebesar 0,006, batas signifikan model regresi menggunakan angka 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t_{tabel} sebesar 2,021. Hal ini menunjukkan 2,931 > 2,021 dan 0,006 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka layanan <i>food</i> <i>delivery</i> berpengaruh terhadap peningkatan penjualan </p>
--	--	--	--	--

				pengusaha kuliner.
3.	M. Amdan Saputra (2020)	Pengaruh penjualan online melalui merchantgo-food partner terhadap peningkatan omzet pada usaha kuliner di jalan garuda sakti simpang baru kecamatan tampan kota pekanbaru.	Metode snowball sampling, analisis data kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Uji Deskriptif 1. Uji normalitask olmogorovs mirnov 2. Uji beda (uji T)	-Hasil uji beda (uji t) analisis comparepaired sampel dilihat bahwa t hitung $9,307 > t$ tabel yaitu > 2.023 berarti h_0 ditolak dan h_a diterima yaitu ada pengaruh sebelum menjadi <i>merchant partner gofood</i> setelah menjadi <i>merchant gofood</i> . Terdapat kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan merchant partner go-food.

			analisis comparepai red sampel	
--	--	--	--------------------------------------	--

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Slawi pada Restoran, Rumah Makan, UMKM yang bermitra dengan *Go-Food*.

3.2 Waktu penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan, terhitung dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2021.

3.3 Jenis Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian Deskriptif Kuantitatif. Menurut Burhan Bungin (2015)⁽¹⁹⁾ “Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.” Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005)⁽²⁰⁾ yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti jawaban kuesioner dari responden yang disebar di

UMKM Kuliner Slawi.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005)⁽²⁰⁾ yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini seperti hasil dari perhitungan kuesioner yang didapat. Datanya berupa nilai atau skor terkait masalah yang dibahas pada Tugas Akhir ini.

3.4 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Data Primer

Data Primer menurut Usman Rianse dan Abdi (2012)⁽²¹⁾ adalah data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini seperti hasil penyebaran kuesioner kepada sampel yang telah di tentukan yaitu Pengusaha Kuliner Yang terdaftar pada Layanan *Go-Food*.

2) Data Sekunder

Data sekunder menurut Suharyadi dan Purwantu (2011)⁽²²⁾ adalah data yang sudah diterbitkan atau digunakan pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti berupa data dari buku referensi, jurnal, ataupun website.

3.5. Populasi dan sampel penelitian

3.5.1 Populasi

Populasi adalah himpunan individu atau objek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Menurut Sugiyono⁽³³⁾ “populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha kuliner yang bermitra dengan *go-food* di kota Slawi. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 266 pengusaha kuliner (BPS Kecamatan Slawi, 2019). Berdasarkan populasi tersebut teknik pengambilan sampel yang peneliti ambil adalah *accidental sampling*.

3.5.2 Sampel

Sugiyono(2018)⁽³⁵⁾ mengemukakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengusaha kuliner yang bermitra dengan *go-food* di kota Slawi.

Ukuran sampel menggunakan Roscoe yang dikutip Sugiyono(2010)⁽³⁶⁾ memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), maka jumlah anggota setiap sampel minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate(korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari 8able8le yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

teknik pengambilan sampel yang peneliti ambil adalah *accidental sampling*. Ukuran sampel yang peneliti ambil adalah 30 pengusaha kuliner yang terdaftar di go-food kota Slawi.

3.6 Teknik pengumpulan data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014)⁽²³⁾yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-

gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

2. Wawancara

Wawancara Menurut Riyanto (2010)⁽²⁴⁾ interview atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

3. Kuisisioner

Teknik angket atau kuesioner Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan dan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016)⁽²⁵⁾. Pada penelitian ini kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tutup, yaitu kuesioner yang jawabannya sudah disediakan oleh peneliti.

4. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012)⁽²⁶⁾ merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal

ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

3.7 Definisi operasional variable

1) Variable Dependen (Variabel Y)

Menurut Suliyanto (2005)⁽²⁶⁾ “Variabel dependen adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel independen”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di *Go-Food*.

2) Variable Independen (Variabel X)

Menurut Suliyanto (2005)⁽²⁶⁾ “Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya variabel lain”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Layanan *Go-Food*.

3.8 Metode analisis data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian Deskriptif Kuantitatif. Menurut Burhan Bungin (2015)⁽¹⁹⁾ “Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.”

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dalam penelitian ini

perhitungan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) atau program statistika untuk ilmu-ilmu sosial versi 22. Adapun langkah – langkah analisis regresi linier berganda yang digunakan yaitu:

3.8.1 Uji Coba Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Perhitungan validitas instrumen didasarkan perbandingan antara r hitungan dan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel pada signifikan 5% maka data bias dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data tidak valid. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan SPSS.⁽²⁸⁾

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu konstruk dikatakan reliable jika memiliki $Cronbach\ Alpha > 0,60$.⁽²⁹⁾

3.8.2 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) "uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil

uji statistik akan mengalami penurunan".⁽³⁰⁾ Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolomogorovsmirnov untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini merupakan jenis data yang berdistribusi normal.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier sederhana, Menurut Sugiyono(2014)⁽²³⁾“Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”, berikut adalah rumus regresi linear sederhana :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Peningkatan Penjualan)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel Independen (Layanan *Go-food*)

3.8.4 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji t.

3.8.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu *go-food* terhadap variabel terikat peningkatan penjualan. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

1. H_0 = Layanan *Go-Food* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *Covid-19* di Kota Slawi.
2. H_a = Layanan *Go-Food* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *Covid-19* di Kota Slawi.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara,

a. Dengan membandingkan thitung dan ttabel

- H_0 diterima jika $-ttabel < thitung < ttabel$ $\alpha = 5\%$

- H_0 ditolak (H_a diterima) jika $thitung > ttabel$ atau $thitung < -ttabel$ pada $\alpha = 5\%$

b. Dengan berdasarkan angka signifikansinya

- H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,05$

- H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $<0,05$

Perhitungan uji t secara manual dapat dilakukan menggunakan

rumus :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = thitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

3.8.5 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016)⁽²⁶⁾ Koefisien Determinasi = R^2 (Koefisien korelasi pangkat dua) ialah besarnya sumbangan/andil (share) dari X terhadap variasi (naik turunnya) Y. Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Detreminasi

r^2 = Nilai koefisien korelasi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum PT. GO-JEK Indonesia

4.1.1 Sejarah PT. GO-JEK Indonesia

PT.Gojek Indonesia merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Kala itu seorang pemuda kreatif Nadiem Makarim mempunyai pemikiran untuk membuat bisnis transportasi ojek yang dikarenakan ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim menemukan ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efektif dan efisien. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang.

Awal peluncurannya, Go-Jek hanya melayani lewat *callcenter* saja dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta saja. Tetapi pada tahun 2015 Go-Jek mulai berkembang dan membuat aplikasi Go-Jek dengan sistem yang tertata rapi. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan ojek secara online, membayar secara kredit dan

mengetahui keberadaan driver yang akan menjemput para pemesan. Go-Jek juga melakukan pelatihan kepada mitra *driver* mereka untuk memberikan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.

Go-Jek telah menuai prestasi sebagai Juara1 dalam kompetisi bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali dalam perkembangannya yang pesat ini. Selain itu, Go-Jek telah memperoleh berbagai penghargaan dari komunitas bisnis maupun sosial. Go-Jek dapat dipesan melalui Go-JekApp yang bisa diunduh melalui Play Store maupun App Store. Pada awal peluncuran aplikasi dalam waktu satu bulan aplikasi ini sudah berhasil mencapai 150.000 download, dengan rating 4,4 dari 5 bintang. Untuk pembayarannya pun memiliki dua cara yaitu secara *cash* atau menggunakan Go-Jek *Credit* atau Go-Pay. Go-Pay adalah metode pembayaran Go-Jek yang dibuat *cashless* dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.⁽³⁶⁾

Pada situs resminya disebutkan beberapa layanan GO-JEK⁽³⁷⁾, sebagai berikut :

1. layanan jasa kurir (*90 minutedeliveryanywhere in thecity*),
2. jasa transportasi (*transparentpricing, free masker andshower cap*),
3. jasa delivery makanan (*deliveringyourfavoritefoodunder 60 minutes in Jabodetabek*), dan

4. jasa belanja dengan nominal dibawah satu juta rupiah (*shopfood, ticket, medicine, anything under Rp. 1.000.000, we'll pay for it first*).

Hingga Juni 2021 Go-Jek telah bermitra dengan lebih dari 1.000.000 driver ojek yang telah tersebar di 50 kota di seluruh Indonesia, di antaranya Bali, Balikpapan, Banda Aceh, Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Banyuwangi, Batam, Belitung, Bukittinggi, Cilacap, Cirebon, Garut, Gresik, Jakarta, Jambi, Jember, Karawang, Kediri, Madiun, Madura, Magelang, Makassar, Malang, Manado, Mataram, Medan, Mojokerto, Padang, Palembang, Pasuruan, Pekalongan, Pekanbaru, Pematang Siantar, Pontianak, Probolinggo, Purwakarta, Purwokerto, Salatiga, Samarinda, Semarang, Serang, Sidoarjo, Solo, Sukabumi, Sumedang, Surabaya, Tasikmalaya, Tegal, dan Yogyakarta. Aplikasi Go-Jek telah diunduh lebih dari 50.000.000 kali di Play Store di sistem Android dan App Store di perangkat iOS.

4.1.2 Visi-Misi PT. GO-JEK Indonesia

1. Visi PT. GO-JEK Indonesia

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia.
Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut

mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia ke depannya.⁽³⁶⁾

2. Misi PT. GO-JEK Indonesia

PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan *startup* asli Indonesia dengan misi sosial. PT. Gojek Indonesia ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Untuk dapat mewujudkannya, PT. Gojek Indonesia memiliki misi⁽³⁶⁾:

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan
3. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online.

4.1.3 Logo PT. GO-JEK Indonesia

Pada awal perjalanan go-jek 2010 Logogram yang digunakan dalam identitas Go-Jek adalah seorang pengendara sepeda motor dengan simbol beberapa garis melengkung di atas kepala berwarna hijau yang melambangkan transportasi ojek yang berbasis online dengan tulisan Go-Jek yang merupakan *branding* perusahaan dicetak secara tebal dengan huruf kapital yang mencolok tujuannya agar mampu dilihat dengan jelas dan mudah diingat masyarakat.⁽³⁷⁾



Gambar 2.1 logo PT GOJEK Indonesia versi lama

Pada tanggal 22 Juli 2019 go-jek meluncurkan logo baru bernama Solv, Solv berangkat dari mimpi Gojek yang ingin membantu memudahkan kehidupan orang banyak melalui teknologi. Solv menjadi simbol yang mengingatkan kita semua kalau Gojek punya berbagai solusi, untuk setiap situasi. Memberikan kamu *power* untuk melewati keribetan sehari-hari. Pengingat bahwa di balik setiap tantangan, pasti ada solusi untuk melewatinya. Karena dengan Gojek, #PastiAdaJalan⁽³⁷⁾



Gambar 2.2 logo PT GOJEK Indonesia versi baru

4.1.4 Layanan GO-JEK

Sampai saat ini aplikasi Go-Jek telah menyediakan 25 macam layanan jasa antara lain, yaitu⁽³⁶⁾:

1. Go-Ride

Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantarkan anda ke berbagai tempat dengan lebih mudah dan lebih cepat.

2. Go-Car

Go-Car adalah layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantarkan Anda kemanapun dengan nyaman.

3. Go-Food

Go-Food adalah layanan pesan-antar makanan dengan lebih dari 30.000 daftar restoran.

4. Go-Mart

Go-Mart adalah layanan yang dapat digunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko di area anda.

5. Go-Send

Go-Send adalah layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengirim surat dan barang dalam waktu 60 menit.

6. Go-Box

Go-Box adalah layanan pindah barang ukuran besar menggunakan truk/mobil bak/ blindvan

7. Go-Tix

Go-Tix adalah layanan informasi acara dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke tangan Anda

8. Go-Med

Go-Med merupakan hasil kolaborasi antara Go-Jek dengan Halodoc. Go-Med tidak menyediakan produk apapun, melainkan menghubungkan pengguna dengan lebih dari 1000 apotek di Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

9. Go-Massage

Go-Massage adalah layanan jasa pijat kesehatan professional langsung ke rumah anda.

10. Go-Clean

Go-Clean adalah layanan jasa kebersihan professional untuk membersihkan kamar kos, rumah, dan kantor Anda

11. Go-Glam

Go-Glam adalah layanan jasa perawatan kecantikan untuk manicure-pedicure, creambath, waxing, dan lainnya langsung

ke rumah Anda.

12. Go-Auto

Go-Auto adalah layanan perawatan cuci, servis, dan layanan darurat untuk kendaraan baik mobil maupun motor kapanpun dan dimana pun.

13. Go-Busway

Go-Busway adalah layanan untuk memonitor jadwal layanan bus Transjakarta dan memesan Go-Ride untuk mengantar Anda kesana.

14. Go-Pulsa

Go-Pulsa merupakan layanan untuk membeli pulsa atau internet dengan sistem pembayaran menggunakan saldo Go-Pay.

15. Go-Bills

Go-Bills merupakan layanan pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, membeli token listrik hingga BPJS dengan sistem pembayaran menggunakan saldo Go-Pay.

16. Go-Points

Go-Points adalah program loyalty dari Go-Jek khusus untuk pengguna Go-Pay. Setiap transaksi menggunakan Go-Pay akan mendapatkan 1 token, mainkan token, kumpulkan poin dan dapatkan reward menarik.

17. Go-Pay

Go-Pay adalah layanan dompet virtual untuk memudahkan transaksi Anda di dalam aplikasi Go-Jek.

18. Go-bluebird

Go-bluebird adalah layanan memesan taksi bluebird tanpa harus memesan secara konvensional, seperti memesan dipinggir jalan.

19. Go-paypaylater

Go-paypaylater adalah metode pembayaran baru dari Gojek, di mana kamu bisa memesan berbagai layanan Gojek kapan aja dan bayarnya cukup sekali di akhir bulan.

20. Go-investasi

Go-investasi adalah salah satu fitur di aplikasi Go-jek yang memiliki fitur investasi serta tabungan emas. Emas yang telah dibeli dapat ditarik secara fisik atau dijual kembali secara daring melalui GoPay.

21. Go-shop

Go-Shop adalah salah satu fitur di aplikasi go-jek yang bisa menyuruh gojek belanja barang yang Anda inginkan dari toko kami. Anda bayar tunai ongkir dan harga barang langsung ke driver gojek ketika barang sudah sampai di rumah anda. Sangat memudahkan karena pembeli tidak perlu transfer uang.

22. Go-play

Goplay adalah layanan streaming dan download untuk film dan serial berbentuk Video-on-Demand, yang merupakan bagian dari perusahaan teknologi Gojek.

23. Go-biz

Go-Biz adalah super app dari Gojek khusus untuk Mitra Usaha dalam memenuhi semua kebutuhan usaha Anda. Mulai dari memudahkan pencatatan pesanan, menyediakan pilihan metode pembayaran, memberikan berbagai macam promo hingga mendatangkan pelanggan.

24. Go-nearby

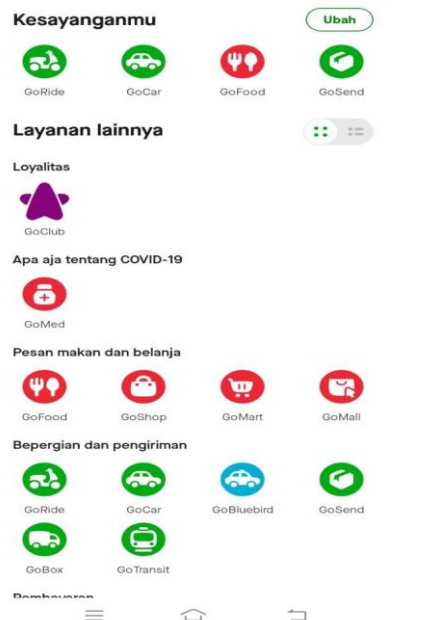
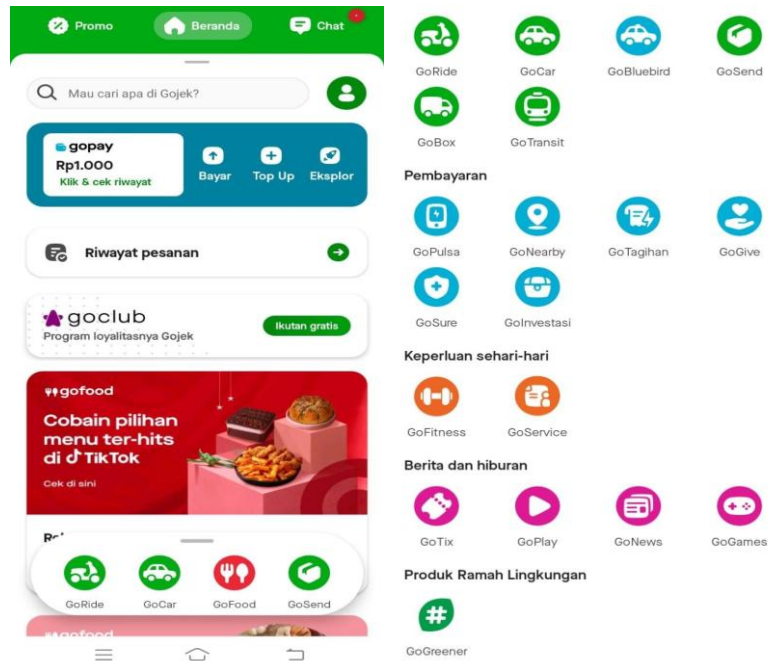
Go-Nearby adalah sebuah layanan direktori yang menghubungkan merchant Go-Food dengan para pengguna Go-Jek. Belum ada informasi resmi yang disampaikan pihak Go-Jek, tetapi fitur ini udah mulai bisa dinikmati sebagian pengguna. Seperti layaknya sebuah direktori, Go-Nearby menghubungkan pengguna dengan merchant Go-Food yang menerima pembayaran via Go-Pay, diurutkan berdasarkan kedekatan lokasi.

25. Go-fitness

GoFitness memberikan layanan untuk mengakses puluhan ribu kelas olahraga di wilayah Jakarta dan sekitarnya, mulai dari yoga, pilates, pound fit, barre, muaythai, zumba, dll.

Gambar 2.3

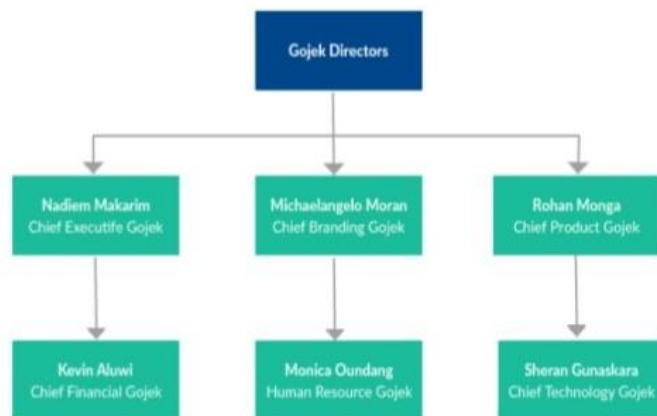
Tampilan aplikasi go-jek



Sumber : aplikasi go-jek

4.1.5 Struktur organisasi PT. GO-JEK Indonesia

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Gojek Indonesia adalah Struktur Organisasi Fungsional, yaitu pembagian tugas yang dibagi kedalam kelompok fungsional yang terpisah. Berikut ini akan digambarkan struktur organisasi PT. Gojek Indonesia.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Pusat

Sumber : <http://go-jek.com>



Gambar 2.5 struktur organisasi regional

Sumber : <http://go-jek.com>

4.1.6 Deskripsi pekerjaan

Berikut ini adalah uraian deskripsi pekerjaan pada PT. GO-JEK Indonesia⁽³⁶⁾ :

a. DirekturUtama

1. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
2. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
3. Bertanggung jawab atas keuntungan dan juga kerugian yang dialami perusahaan
4. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
5. Menentukan strategi untuk mencapai Visi-Misiperusahaan.
6. Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

b. WakilDirektur

1. Membantu semua tugas direktur utama yang merupakan wakil di masing- masing area
2. ManagerIT
 - a. Mengembangkan dan menyusun strategi dan rencana IT Go-Jek dalam hal mempermudah pekerjaan dan

dalam pelayanan kepada pelanggan.

- b. Mengkoordinir dan mengelola pendayagunaan *software, hardware, brainware* dan jaringan dibidang TIK untuk mencapai kinerja optimum Go- Jek Indonesia.
- c. Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.
- d. Menyediakan data-data yang diperlukan oleh bagian lain yang menyangkut IT.

3. Manager Karyawan *Front Office* & Pemasaran

- a. Melatih, menetapkan dan mengevaluasi karyawan front office.
- b. Memastikan bahwasanya karyawan mengetahui sistem komputerisasi, etika menerima keluhan secara langsung atau via telepon dan standard operasional Go-Jek.
- c. Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan bawahannya.
- d. Membuat laporan daftar pelanggan.
- e. Menjaga kedisiplinan petugas kantor dengan memberikan sanksi dan peringatan bagi yang melanggar.
- f. Merencanakan dan menetapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran.

4. Manager Akuntansi

- a. Mengkoordinasi perencanaan anggaran.
- b. Mengembangkan format pengajuan dan pertanggung jawaban keuangan.
- c. Mengkoordinasi pelaksanaan audit.
- d. Melakukan sistem pencatatan keuangan.
- e. Bertanggung jawab terhadap wakil direktur.
- f. Merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan atas semua aktivitas akuntansi.
- g. Menerima laporan arus kas keluar dan masuk perusahaan.

5. Manager Ojek

- a. Membuat kelompok-kelompok tukang ojek.
- b. Mengkoordinir semua karyawan tukang ojek.
- c. Selalu melakukan pengontrolan di setiap lini pangkalan Go-Jek.
- d. Bertanggung jawab kepada wakil direktur atas semua karyawan tukang ojek.

6. Karyawan

1. Bidang Programming :

- a. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan

oleh manajer IT di bidang Programming.

- b. Bertanggung jawab mengenai program kepada manajer IT.
2. Bidang Web:
 - a. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Web.
 - b. Bertanggung jawab mengenai program aplikasi maupun web go-jek.
 3. *Front office*(CS. Administrasi & Pemasaran) :
 1. Melaksanakan semua pekerjaan *front office* yang ditetapkan oleh Manajer Front Office dan Administrasi.
 2. Bertanggung jawab kepada Manajer Front Office dan Administrasi.
 4. Tukang Ojek :
 - a. Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer bagian ojek.
 - b. Mengantarkan penumpang dan pesanan sesuai dengan waktu ditetapkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
 - c. Bertanggung jawab kepada atasannya.

4.2 Analisis Data Dan Pembahasan

4.2.1 Mitra *Go-Food* Kota Slawi

Go-food merupakan sebuah layanan atau fitur yang menyediakan berbagai macam produk kuliner didalamnya. *Go-food* adalah salah satu layanan yang ada didalam aplikasi GO-JEK. Di dalam layanan ini konsumen dapat memilih berbagai macam kuliner yang terdaftar di kota masing-masing. *Go-food* juga membuka peluang bagi siapa saja yang ingin bermitra. Dengan menjadi mitra *go-food*, maka usaha yang didaftarkan akan di promosikan lewat platform GO-JEK di dalam layanan *Go-food*.

PT. GO-JEK Indonesia membuka cabang di Tegal sejak juli 2017⁽³⁸⁾. Hadirnya GO-JEK di Tegal memicu berbagai respon positif di sisi konsumen maupun produsen. *Go-Food* juga merupakan peluang usaha baru bagi siapa saja yang ingin memiliki layanan *delivery* pada usaha kulinernya, dengan begitu produsen usaha kuliner terus meningkat. Hampir semua usaha kuliner menjadi mitra *go-food*, bahkan bukan hanya restoran besar saja tetapi UMKM juga dapat bergabung dengan mitra *go-food* dan memiliki layanan *delivery order*, beberapa usaha kuliner yang dijadikan sampel oleh peneliti yaitu :

1. Warung buevi
2. Seblak pedas alfahri
3. Bakso rawit

4. Nasi goreng “mas erul”
5. Prekju YK
6. Sakira pisang goreng keju crispy
7. Donatolezato
8. Kedai susu segar
9. Racha chathaitea
10. Nasi goreng dan lamongan “chrisjhon”
11. Mie ayam tunggal rasa
12. Nasi bakar amio
13. Sate jamur mas ali
14. Aneka juice kabita
15. Greenteaholic
16. Lok-lok diskiller
17. Martabak bintang rasa “mas agus”
18. Nasi goreng “bang erwin”
19. Milk mix
20. Bubur ayam mbah imah
21. Martabak nusantara
22. King tofu super level hot
23. Geprek raden U.U
24. Kebab zia
25. Kebab pisang pusing
26. Lontong kari tambun

27. Warteg dan bakso
28. Mr. Kopi
29. Nasi goreng gila “bang gondes”
30. Seblak pantura mix maxwithbakuler

4.2.2 Karakteristik data responden

Karakteristik data responden berdasarkan data layanan *fooddelivery* dan peningkatan penjualan. Adapun selengkapnya sebagai berikut :

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	18	60%
Perempuan	12	40%
Jumlah	30	100%

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden berjumlah 30. Dimana 18 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 60% dan 12 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 40% .

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20-29	14	47%
30-39	12	40%
40-49	3	10%
>50	1	3%
Jumlah	30	100%

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini ada 1 responden yang berusia >50 tahun, usia 20-29 tahun sebanyak 14 responden, usia 30-39 tahun sebanyak 12 responden, dan usia 40-49 tahun sebanyak 3 responden. Hal ini berarti bahwa mayoritas responden penelitian berusia 20-29 tahun.

4.2.3 Uji instrumen penelitian

4.2.3.1 Uji validasi

Validasi digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar(konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Suatu pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana tingkat ke validan suatu alat pengukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan.

Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid apabila r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} .

a. Layanan *Food Delivery* (X)

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Layanan *Go-Food*

Item Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	keterangan
P1	0,698	0,3610	Valid
P2	0,688	0,3610	Valid
P3	0,753	0,3610	Valid
P4	0,787	0,3610	Valid
P5	0,607	0,3610	Valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan data di atas maka dapat diambil

kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Layanan *Food Delivery* berstatus valid dengan hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$.

b. Peningkatan penjualan

Hasil uji validasi peningkatan penjualan yang terdiri dari 6 butir Pernyataan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4

Hasil uji validasi peningkatan penjualan

Item pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
P1	0,608	0,3610	Valid
P2	0,715	0,3610	Valid
P3	0,698	0,3610	Valid
P4	0,678	0,3610	Valid
P5	0,870	0,3610	Valid
P6	0,844	0,3610	Valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan data di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel peningkatan penjualan berstatus valid dengan hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$.

4.2.3.2 Uji reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach's Alpha $> 0,60$.⁽²⁹⁾ Hasil uji reliabilitas terhadap kuisisioner pada masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan bantuan IBM SPSS versi 22.0 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5

Hasil uji reliabilitas variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Layanan <i>fooddelivery</i>	0,746	0,6	Reliabel
Peningkatan penjualan	0,830	0,6	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan data di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel layanan *fooddelivery* dan peningkatan penjualan mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian verstatus reliabel sehingga jawaban-jawaban responden tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

4.2.3.3 Uji normalitas

Menurut Ghozali (2016) "uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusinormal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan".⁽³⁰⁾ Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorovsmirnov untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini merupakan jenis data yang berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal adalah data yang memiliki nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05 (sig. > 0,05).

Hasil uji normalitas untuk masing- masing variabel dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini :

Tabel 4.6

Hasil uji normalitas

One-SampleKolmogorov-SmirnovTest

		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98260737
	MostExtremeDifference	
s	Absolute	,104
	Positive	,088
	Negative	-,104
TestStatistic		,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Testdistributionis Normal.

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil *kolmogorovsmirnovtest* pada residual yang telah dihitung menggunakan program pengolah data dan diperoleh nilai *kolmogorovsmirnov* sebesar 0,104 dan nilai signifikansi residual sebesar 0,200.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel penelitian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (sig. > 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

4.2.4 Teknik analisis data

4.2.4.1 Analisis regresi linear sederhana

Persamaan regresi sederhana merupakan model hubungan antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X)⁽²⁹⁾.

Tabel 4.7

Hasil uji regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,786	4,553		2,589	,015
LAYANAN_GO-FOOD	,484	,216	,389	2,235	,034

a. Dependent Variable: PENINGKATAN_PENJUALAN

Sumber : data primer yang diolah 2021

Diketahui nilai constant (a) sebesar 11,786, sedangkan nilai layanan *go-fooddelivery* (b/koeffisien regresi) sebesar 0,484, sehingga persamaan regresi dapat ditulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,786 + 0,484X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- Konstanta sebesar 11,786, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel partisipan adalah sebesar 11,786
- Koeffisien regresi X sebesar 0,484 menyatakan bahwa koeffisien

regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Hal ini berarti bahwa semakin banyak layanan *fooddelivery* atau tingkat *order delivery* yang masuk maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 0,484. Nilai signifikan t_{hitung} untuk variabel layanan *fooddelivery* yaitu sebesar 2,235 dan nilai signifikan sebesar 0,034, batas signifikansi model regresi menggunakan angka 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t_{tabel} sebesar 2,048. Hal ini berarti $2,235 > 2,042$ dan $0,034 < 0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka layanan *fooddelivery* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan kuliner.

4.2.4.2 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji t.

A. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu *go-food* terhadap variabel terikat peningkatan penjualan.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

1. H_0 = Layanan *Go-Food* tidak terdapat kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *Covid-19* di Kota Slawi.

2. H_a = Layanan *Go-Food* terdapat kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner pada saat pandemi *Covid-19* di Kota Slawi.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara,

a. Dengan membandingkan thitung dan ttabel

- H_0 diterima jika $-ttabel < thitung < ttabel$ $\alpha = 5\%$

- H_0 ditolak (H_a diterima) jika $thitung > ttabel$ atau $thitung < -ttabel$ pada $\alpha = 5\%$

b. Dengan berdasarkan angka signifikansinya

- H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,05$

- H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $< 0,05$

Tabel 4.8
Hasil uji hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,786	4,553		2,589	,015
LAYANAN_GO-FOOD	,484	,216	,389	2,235	,034

a. Dependent Variable: PENINGKATAN_PENJUALAN

Sumber : data primer yang diolah 2021

1. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} :

Cara mencari t_{tabel} : $df = n - k = 30 - 2 = 28$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat nilai

t_{hitung} menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,235 > t_{tabel} 2,048$

Maka menunjukkan bahwa layanan *fooddelivery* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

2. Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat angka

signifikansi menunjukkan nilai sig. Sebesar 0,034

$< \alpha 0,05$ maka menunjukkan bahwa layanan

fooddelivery berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.9

Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,389 ^a	,151	,121	2,77831

a. Predictors: (Constant), LAYANAN_GO-FOOD

Sumber : data primer yang diolah 2021

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,389. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,151, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (Layanan *Go-food*) terhadap variabel terikat (peningkatan penjualan) adalah sebesar 15,1%.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan data, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *fooddelivery* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pengusaha kuliner yang terdaftar di *Go-Food*slawi. Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,389. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,151, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (Layanan *Go-food*) terhadap variabel terikat (peningkatan penjualan) adalah sebesar 15,1% dan 84,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain

yang tidak diteliti.

Pada saat sebelum pandemi *covid-19* keadaan masih stabil, keadaan di kota slawi masih ramai lancar, aktivitas pengusaha kuliner UMKM di kota slawi masih ramai oleh pembeli, pembeli berdatangan di *store*, banyak pembeli yang makan di tempat.

Pada saat sesudah adanya pandemi *covid-19* kondisi dimasyarakat sudah berbeda, kebiasaan-kebiasaan baru pada masyarakat yang harus melakukan protokol kesehatan seperti 5M (mencuci tangan, menggunakan masker, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan membatasi mobilisasi dan interaksi), serta kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah seperti *socialdistancing*, himbauan untuk tetap dirumah saja, PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) menyebabkan keadaan kuliner di kota slawi menjadi sepi pembeli dan mengalami penurunan pendapatan. Berkurangnya pembeli mengakibatkan pendapatan para pedagang usaha kuliner menurun hingga 50% pada saat berjualan selama pandemi *covid-19*.

Dampak *covid-19* dirasakan oleh para pedagang usaha kuliner di kota slawi, para pedagang tetap berjualan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yaitu tetap menggunakan masker saat berjualan, menjaga jarak, dan mencuci tangan/menggunakan *handsanitizer*. Menurut mas erwin, beliau mengurangi jumlah karyawan pada saat pandemi *covid-19* agar usahanya nasi gorengnya tetap berjalan, beliau juga mengurangi waktu 1 jam kerja,

dari buka jam 5 sore hingga jam 11 malam saja yang pada kondisi normal bisa beroperasi hingga jam 12 malam.⁽³⁹⁾

Menurut ibu ayu, beliau adalah pemilik usaha kuliner bakso rawit yang mengeluhkan penurunan pendapatan pada saat pandemi *covid-19*, strategi yang diterapkan ibu ayu seperti mengurangi pasokan olahan bakso, jadi yang biasanya pada saat kondisi normal bisa 5kg daging sapi untuk masa pandemi hanya mengelola 2,5kg daging sapi saja.⁽⁴⁰⁾

Hadirnya Go-Food akan lebih memudahkan sebuah restoran yang ingin memiliki layanan pesan antar tanpa harus menggaji karyawan lagi. Bahkan tidak hanya restoran ternama saja, usaha kuliner UMKM juga dapat memiliki layanan delivery order ini dengan cara bermitra dengan GO-JEK/Go-Food. Hal ini tentu saja membantu usaha-usaha kuliner skala besar maupun UMKM untuk memperluas pemasarannya melalui layanan Go-Food ini, sehingga peningkatan penjualan akan dapat dirasakan. Sejalan dengan penelitian ini yang membuktikan bahwa layanan food delivery (*Go-Food*) berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner.

Menurut ibu evi, Go-Food memberikan kemudahan bagi usahanya dalam delivery order disaat pandemi *covid-19*. Walaupun usahanya adalah usaha rumahan, tetapi dapat dikenal luas di masyarakat karena layanan Go-Food mempromosikan produk usahanya. Peningkatan penjualan dan pendapatan pun dirasakannya.⁽⁴¹⁾

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian M. Amdan Saputra

(2020) yang berjudul "Pengaruh Penjualan Online Melalui MerchantGo Food Patner Terhadap Peningkatan OmzetPada Usaha Kuliner Di Jalan Garuda Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampan KotaPekanbaru." Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berdasarkan hasil Uji Beda (Uji T) Analisis ComparePaired Sampel dapat dilihat bahwa t hitung $9,307 > t$ tabel yaitu > 2.023 . Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh sebelum menjadi MerchantParner*Go-Food* setelah menjadi MerchantPatner*Go-Food*. Dilihat dari tingkat signifikansi hitung $0.000 < 0.05$ berarti uji antara variabel telah signifikan. Dari perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa Terdapat kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan sebelum dan sesudah menjadi MerchantPatner*Go-Food*.

Pengaruh positif layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di Go-Food/Go-Jek di kota slawi menunjukkan bahwa bermitra dengan *Go-Food* akan berdampak pada peningkatan penjualan karena promosi produk didalam aplikasi menyebabkan usaha kuliner banyak dikenal luas masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner di kota Slawi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan *go-food* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner di kota slawi.

Pada saat sebelum pandemi *covid-19* keadaan masih stabil, keadaan di kota slawi masih ramai lancar, aktivitas pengusaha kuliner UMKM di kota slawi masih ramai oleh pembeli, pembeli berdatangan di *store*, banyak pembeli yang makan di tempat. Pada saat sesudah adanya pandemi *covid-19* kondisi dimasyarakat sudah berbeda, kebiasaan-kebiasaan baru pada masyarakat yang harus melakukan protokol kesehatan serta himbauan pemerintah untuk tetap dirumah saja, dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) menyebabkan keadaan kuliner di kota slawi menjadi sepi pembeli.

Hadirnya layanan Go-Food akan lebih memudahkan usaha kuliner untuk melakukan pelayanan pesan antar, Hal ini tentu saja membantu usaha-usaha kuliner skala besar maupun UMKM untuk memperluas pemasarannya melalui layanan Go-Food ini, sehingga peningkatan penjualan akan dapat dirasakan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka sara yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT GO-JEK Indonesia

Bagi pihak GO-JEK diharapkan dapat terus mengembangkan layanan-layanan seperti go-biz, go-ride, go-car, go-send, go-med, go-cleandll yang ada di aplikasi terutama layanan Go-Food ini. Karena layanan ini sangat bermanfaat bagi masyarakat atau pengguna untuk pemesanan makanan secara online, dan bermanfaat bagi mitra Go-Food dalam pengembangan usahanya.

2. Bagi Masyarakat

Layanan Go-Food merupakan peluang bisnis baru pada saat ini, diharapkan bagi masyarakat yang belum memiliki usaha atau sudah memiliki usaha tetapi belum bergabung dengan Go-Food agar dapat menjadi mitra Go-Food. Adapun cara untuk bermitra dengan *Go-food* antara lain, pertama membuka situs resmi go-jek, kedua memilih opsi untuk mendaftar akun *go-food* baru, ketiga melengkapi nama usaha yang ingin di daftarkan, keempat memverifikasi data, kelima melengkapi data (foto/scan data KTP, foto/scan NPWP usaha jika ada, foto/scan Buku tabungan yang tertera nomor rekening), selanjutnya jika sudah melengkapi data maka hanya perlu menunggu verifikasi data dan informasi terbaru dari go-food terkait akun *go-food* terkait akun anda, membutuhkan waktu hingga satu minggu untuk menunggu hasil

verifikasi data akungo-*food*. *Go-food* merupakan peluang usaha baru untuk mempromosikan produk makanan kita. Dengan demikian tingkat kesejahteraan akan meningkat dan juga dapat mengurangi tingkat kemiskinan maupun tingkat pengangguran.

3. Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan. Penelitian selanjutnya juga dapat menambah objek penelitian. Peneliti juga dapat memperluas jangkauan penelitian tidak hanya di kota slawi saja.

DAFTAR PUSTAKA

- (1) Slawi Ayu Cybernews. "Sekilas Tentang Slawi Ayu".
<http://slwaiyucybernews.blogspot.com/2011/06/sekilas-tentang-kota-slawi.html> (diakses pada 15 Maret)
- (2) Puspita Indah Sari. "Peluang Dan Tantangan Ekonomi Bisnis Indonesia Di Tengah Wabah Covid-19".
<https://news.unimal.ac.id/index/single/1190/peluang-dan-tantangan-ekonomi-bisnis-indonesia-di-tengah-wabah-covid-19> (diakses pada 16 maret 2021)
- (3) Solopos.Com. "Pemprov Jateng Beri Kelonggaran Jam Operasional Usaha Kuliner Selama Ppkm". <https://www.solopos.com/pemprov-jateng-beri-kelonggaran-jam-operasional-usaha-kuliner-selama-ppkm-1102315> (Diakses pada 17 Maret 2021)
- (4) Nurbayti. "Trend Pengguna Aplikasi Go-Food Di Era Digital"
<http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/komaskam/article/viewFile/447/pdf> (diakses pada 17 Maret 2021)
- (5) M.Yogi Pratama. "Pengaruh Layanan Food Delivery terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Go-Jek Jambi)"
<http://repository.uinjambi.ac.id/558/1/SES141378%20M.%20Yogi%20Pratama%20Ekonomi%20Syariah%20-%20Yogi%20Pratama.pdf> (diakses pada 17 Maret 2021)
- (6) KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). (2005). Jakarta: PT (Persero) penerbitan dan percetakan.
http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/446/5/118520042_file5.pdf
- (7) Hugiono dan Poerwantana. (2000). *Pengantar Ilmu Sejarah*. Jakarta: PT Bina Aksara,
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8249/5/BAB%20%20II.pdf>

- (8) Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- (9) Cristhoper Lovelock dan Jochenwittz. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Erlangga.
- (10) Philip Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- (11) Sofjan Assauri. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
<https://docplayer.info/49191542-Sofjan-assauri-manajemen-pemasaran-dasar-konsep-dan-strategi-raja-grafindo-persada-jakarta-2002-hlm.html> (diakses pada 23 mei 2021)
- (12) Murti Sumarni. (2003). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*.
- (13) Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPF: Yogyakarta.
<http://repository.unigoro.ac.id/423/2/BAB%20II.pdf> (diakses pada 23 Mei 2021)
- (14) Murti Sumarni, Op. Cit, hal. 243.
- (15) Chatamar Rasjid Ais. (2011). *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta : Kencana
- (16) Diadona. “Pengertian UMKM menurut Undang-undang”.
<https://www.diadona.id/career/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-dan-undang-undang-yang-harus-dipahami-sebagai-pebisnis-200710y.html> (diakses pada 17 maret 2021)
- (17) Tulus Tambunan. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia Isu-Isu Penting* Jakarta: LP3ES
- (18) Kementrian kesehatan republik indonesia . (2021). *virus coronadisease 2019 (covid-19)*.
<https://www.alodokter.com/virus-corona> (diakses pada tanggal 23 Mei 2021)
- (19) Bungin, Burhan. (2015). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- (20) Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- (21) Usman Rianse dan Abdi. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (teori dan aplikasi)*, Bandung : Alfabeta.
- (22) Suharyadi dan Purwantu. (2011) *Statistika : untuk Ekonomi Keuangan Modern*, Jakarta : Salemba Empat.
- (23) Sugiyono.(2014).*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- (24) Adi, Rianto. (2010). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta: Granit.
- (25) Sugiono. (2016). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- (26) Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- (27) Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- (28) AkasyahPalahuddin. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Food Di Kota Bogor*. (Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Skripsi)
- (29) Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- (30) Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (31)Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- (33) Tika, pabundu. (2006). *Metodologi riset bisnis*. Jakarta : Sinar Grafika Offset.
- (34) Badan Pusat Statistik, Kecamatan Slawi, 2019
<https://tegalkab.bps.go.id/publication/download.html?nrbfefe=YzU2MGVmOTU2NDU1YTQ0MDVmZGUxNjAx&xzmn=aHR0cHM6Ly90ZWdhdGthYi5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAyMC8wOS8yOC9jNTYwZWY5NTY0NTVhNDQwNWZkZTE2MDEva2VjYW1hdGFuLXNsYXdpLWRhbGFtLWFuZ2thLTlw>

- [MjAuaHRtbA%3D%3D&twoadfnearfeauf=MjAyMS0wNy0xOC
AyMDo0MDo0Mg%3D%3D](#) (diakses pada tanggal 13 Juli 2021)
- (35) Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (MixedMethods)*.Bandung: CV Alfabeta.
- (36) Akasyah, Palahuddin, (2013).*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pengguna Go-Food Di Kota Bogor*. (Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.Skripsi)
<http://docplayer.info/52378994-Pengaruh-bauran-pemasaran-jasa-terhadap-keputusan-penggunaan-go-food-di-kota-bogor-akasyah-palahuddin.html> (diakses pada tanggal 6 Juni 2021)
- (37) PT. Go-jek Indonesia. (2021). *tentang go-jek*. <https://www.gojek.com/about/>
(diakses pada tanggal 8 Juni 2021)
- (38) Info tegal. (2017). *Go-jek resmi beroperasi ditegal*.
<https://infotegal.com/2017/akhirnya-gojek-tegal-resmi-beroperasi/>
- (39) wawancara dengan mas erwin, tanggal 30 Mei 2021 di warung nasi goreng mas erwin.
- (40) wawancara dengan ibu ayu, tanggal 30 Mei 2021 di warung bakso rawit.
- (41) Wawancara dengan ibu evi, tanggal 30 mei 2021 di warung makan buevi.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner penelitian

PENGANTAR

Perihal : Permohonan Pengisian Angket

Lampiran : Satu Berkas

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Layanan *Go-food* terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner pada saat Pandemi *Covid-19* di Kota Slawi, maka saya memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan angket yang telah disediakan.

Jawaban Bapak/Ibu diharapkan objektif, artinya diisi apa adanya sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu terima/rasakan.

Oleh karena itu, data dan identitas Bapak/Ibu akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan mempegaruhi status Bapak/Ibu sebagai karyawan/Pimpinan.

Demikianlah Pengantar ini dibuat. Atas perhatian, bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Tegal, April 2021

Hormat saya,



Rita Agustiningrum

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL
KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19*
DI KOTA SLAWI

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

Tanggal/bulan/tahun :/...../.....

Petunjuk Pengisian : Jawablah pertanyaan/ Pernyataan dibawah ini dengan mengisi titik-titik yang tersedia atau dengan memberikan tanda cek (\surd) pada kotak jawaban yang tersedia. Jawablah pertanyaan/ pernyataan tersebut dengan sejujurnya. Kuisisioner ini hanya digunakan untuk penelitian semata.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Nama Usaha :

4. Jabatan :

B. PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19* DI KOTA SLAWI

Pada bagian ini, saudara/i diminta membubuhkan tanda cek (\surd) pada salah satu alternatif jawaban yang menurut saudara/i paling tepat pada kolom yang tersedia.

Simbol	Kategori	Nilai/Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

NO	VARIABLE PENELITIAN	ALTERNATIF PENILAIAN				
	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
	LAYANAN <i>GO-FOOD</i> (X)					
1.	Produk Usaha Saya Dapat Dikenal Luas Di Masyarakat Pada Aplikasi <i>Go-Food</i> saat pandemi <i>covid-19</i>					
2.	Kemudahan Dalam Mempromosikan Produk Tanpa Mengeluarkan Biaya Overhead Lainnya					

3.	Bermitra Dengan <i>Go-Food</i> Memiliki Keuntungan Dalam Layanan <i>Delivery Order</i>					
4.	Layanan Delivery Sangat Membantu Dalam Distribusi Produk Usaha Saya saat pandemi <i>covid-19</i>					
5.	Layanan <i>Go-Food</i> Dapat Membantu Mengurangi Biaya Penjualan Dan Biaya Distribusi					
	PENINGKATAN PENJUALAN (Y)					
1.	Layanan <i>Go-Food</i> Menghasilkan Pendapatan Lebih pada saat pandemi <i>covid-19</i>					
2.	Omset yang dihasilkan tidak hanya dari penjualan di toko (store), konsumen meningkat dari hasil penjualan di aplikasi <i>Go-Food</i> pada saat pandemi <i>covid-19</i>					
3.	Penghasilan cenderung stabil bahkan meningkat karena jangkauan pemasaran lebih luas pada saat pandemi <i>covid-19</i>					
4.	Penjualan langsung di toko/store cenderung stabil bahkan meningkat pada saat pandemi <i>covid-19</i>					
5.	Jumlah produk yang dijual meningkat pada pemesanan <i>Go-food</i> saat pandemi <i>covid-19</i>					

6.	Modal usaha ditambah karena produksi yang dibutuhkan bertambah saat pandemi <i>covid-19</i>					
----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Surat Kesiediaan Membimbing Tugas Akhir

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HESTI WIDIANTI, SE, M.Si
NIPY : 09.008.043
Jabatan : Pembimbing 1

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : RITA AGUSTINGRUM
NIM : 18031141
Kelas : 6K
Judul TA : PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA
KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19* DI
KOTA SLAWI

Kesiediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesiediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : MENYESUAIKAN
Waktu : MENYESUAIKAN
Tempat : MENYESUAIKAN
2. Hari : MENYESUAIKAN
Waktu : MENYESUAIKAN
Tempat : MENYESUAIKAN

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 28 Maret 2021
Pembimbing 1



(HESTI WIDIANTI, SE, M.Si)
NIPY. 09.008.043

Lampiran 3. Surat Kesiediaan Membimbing Tugas Akhir

**SURAT KESEDIAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ARIFIA YASMIN, SE, M.Si, Ak, CA
NIPY : 09.017.335
Jabatan : Pembimbing 2

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : RITA AGUSTINGRUM
NIM : 18031141
Kelas : 6K
Judul TA : PENGARUH LAYANAN *GO-FOOD* TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PENGUSAHA
KULINER PADA SAAT PANDEMI *COVID-19* DI
KOTA SLAWI

Kesiediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesiediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : MENYESUAIKAN
Waktu : MENYESUAIKAN
Tempat : MENYESUAIKAN
2. Hari : MENYESUAIKAN
Waktu : MENYESUAIKAN
Tempat : MENYESUAIKAN

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 28 Maret 2021

Pembimbing 2



(ARIFIA YASMIN, SE, M.Si, Ak, CA)
NIPY. 09.017.335

Lampiran 4. DATA UJI VALIDASI DAN RELIABILITAS

Responden	LAYANAN <i>GO-FOOD</i>					
	P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL X
1	5	4	4	5	5	23
2	4	5	5	4	5	23
3	3	4	4	4	4	19
4	5	3	5	5	4	22
5	5	4	5	5	5	24
6	5	5	4	4	5	23
7	5	4	5	5	4	23
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	5	4	22
10	3	5	4	5	4	21
11	3	3	3	3	3	15
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	4	5	4	5	4	22
15	4	5	4	5	5	23
16	3	3	3	3	5	17
17	4	4	4	4	4	20
18	3	5	5	4	4	21
19	4	4	5	4	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	5	4	4	4	4	21
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	4	3	22
24	4	5	5	5	5	24
25	3	4	4	4	4	19
26	3	3	3	3	3	15
27	3	4	4	4	4	19
28	5	4	4	4	4	21
29	4	5	5	4	4	22
30	3	4	5	5	3	20

Responden	PENINGKATAN PENJUALAN						TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	4	4	3	3	3	20
2	4	4	4	3	4	4	23
3	3	5	3	4	5	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	3	5	5	26
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	4	4	4	4	3	24
8	4	4	3	4	3	4	22
9	3	3	3	3	2	2	16
10	3	4	3	3	3	2	18
11	3	3	2	2	2	2	14
12	3	4	3	3	3	3	19
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	4	3	4	4	3	23
16	4	4	4	3	3	4	22
17	3	4	3	3	3	3	19
18	4	4	4	3	3	3	21
19	4	4	4	3	4	3	22
20	4	3	4	4	4	3	22
21	4	4	4	3	4	3	22
22	3	4	3	4	3	3	20
23	3	4	4	4	4	3	22
24	5	4	4	3	4	3	23
25	4	4	4	3	3	3	21
26	5	4	4	3	4	3	23
27	4	4	3	3	4	3	21
28	4	4	4	3	3	3	21
29	4	4	4	3	4	4	23
30	3	5	3	4	5	4	24

Lampiran 5. DATA REGRESI LINEAR SEDERHANA

Responden	LAYANAN GO-FOOD	PENINGKATAN PENJUALAN
1	23	20
2	23	23
3	19	24
4	22	24
5	24	26
6	23	30
7	23	24
8	20	22
9	22	16
10	21	18
11	15	14
12	20	19
13	20	24
14	22	24
15	23	23
16	17	22
17	20	19
18	21	21
19	21	22
20	25	22
21	21	22
22	20	20
23	22	22
24	24	23
25	19	21
26	15	23
27	19	21
28	21	21
29	22	23
30	20	24

Lampiran 6. Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Usia

		Usia			CumulativePercent
		Frequency	Percent	Valid Percent	ent
Valid	20-29	14	46,7	46,7	46,7
	30-39	12	40,0	40,0	86,7
	40-49	3	10,0	10,0	96,7
	>50	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Hasil Uji Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

		jenis_kelamin			CumulativePercent
		Frequency	Percent	Valid Percent	ent
Valid	laki-laki	16	53,3	53,3	53,3
	perempuan	14	46,7	46,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Lampiran 7. Hasil Uji Validasi Layanan *Go-Food*

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTALX
P1	Pearson Correlation	1	,198	,403*	,411*	,348	,698**
	Sig. (2-tailed)		,295	,027	,024	,059	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,198	1	,494**	,438*	,347	,688**
	Sig. (2-tailed)	,295		,006	,015	,061	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,403*	,494**	1	,629**	,152	,753**
	Sig. (2-tailed)	,027	,006		,000	,424	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,411*	,438*	,629**	1	,337	,787**
	Sig. (2-tailed)	,024	,015	,000		,068	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,348	,347	,152	,337	1	,607**
	Sig. (2-tailed)	,059	,061	,424	,068		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX	Pearson Correlation	,698**	,688**	,753**	,787**	,607**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8. Hasil Uji Validasi Peningkatan Penjualan

		Correlations						TOTAL
		P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	P_6	Y
P_1	Pearson Correlation	1	,117	,575**	,238	,389*	,304	,608**
	Sig. (2-tailed)		,537	,001	,205	,033	,103	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P_2	Pearson Correlation	,117	1	,271	,408*	,731**	,711**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,537		,148	,025	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P_3	Pearson Correlation	,575**	,271	1	,307	,443*	,493**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,001	,148		,099	,014	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P_4	Pearson Correlation	,238	,408*	,307	1	,553**	,512**	,678**
	Sig. (2-tailed)	,205	,025	,099		,002	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P_5	Pearson Correlation	,389*	,731**	,443*	,553**	1	,699**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,033	,000	,014	,002		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P_6	Pearson Correlation	,304	,711**	,493**	,512**	,699**	1	,844**
	Sig. (2-tailed)	,103	,000	,006	,004	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Y	Pearson Correlation	,608**	,715**	,698**	,678**	,870**	,844**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Layanan *Go-Food***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,746	,750	5

Hasil Uji Reliabilitas Peningkatan Penjualan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,830	,831	6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98260737
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,088
	Negative	-,104
Test Statistic		,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,786	4,553		2,589	,015
	LAYANAN_GO-FOOD	,484	,216	,389	2,235	,034

a. Dependent Variable: PENINGKATAN_PENJUALAN

Hasil Uji Koefisien Determinasi

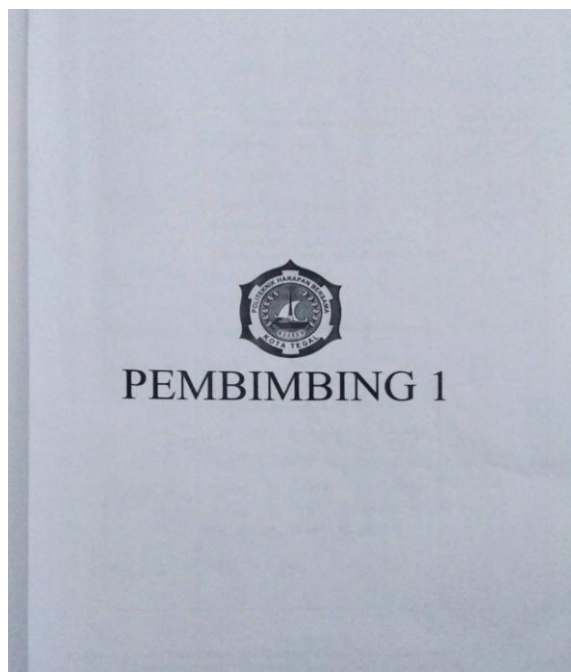
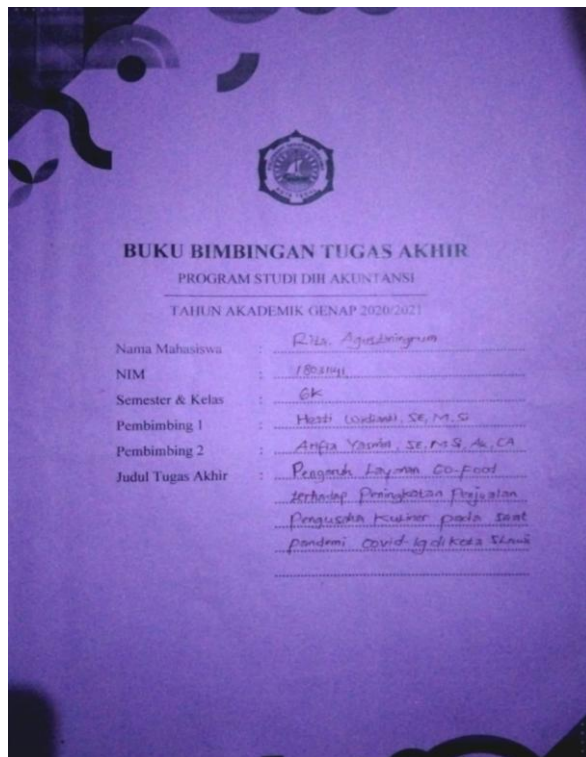
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,389 ^a	,151	,121	2,77831

a. Predictors: (Constant), LAYANAN_GO-FOOD

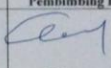
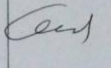
b. Dependent Variable: PENINGKATAN_PENJUALAN

Lampiran 11. Buku Bimbingan Tugas Akhir

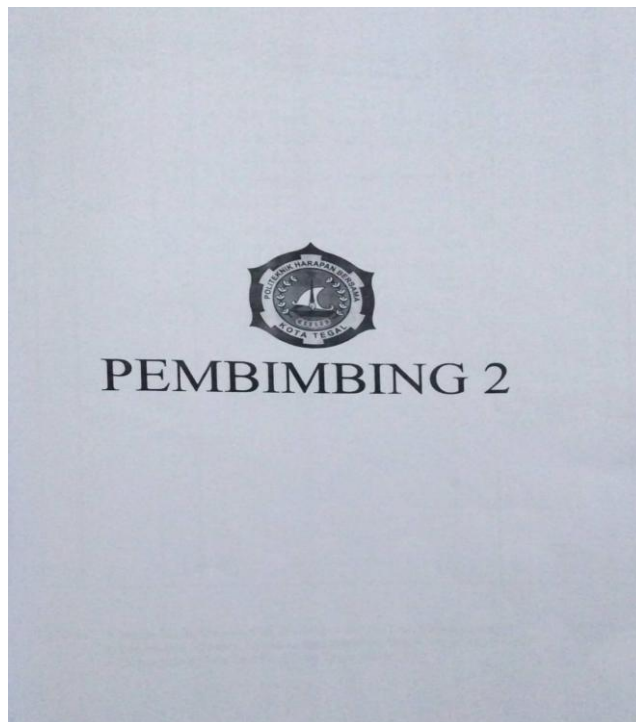





No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
	26/5/2021	Revisi Bab 1-3 - Bahasa Acing cetak miring - Perbaiki Spasi sesuai pedoman - Perhatikan Rata kanan kiri	
	30/6/2021	Revisi Bab 1-5 - BAB dan sub bab di BAB - Tidak menggunakan kata penghubung "sementara" diawal paragraf - Kesimpulan dan saran dibuat perparagraf	
	1/7/2021	BAB 1-5 ACC TA lengkap	

Catatan : 1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
	26/06 - 21	Petiri Hal 57, 58, 59 (lihat catatan) Bab IV, V Acc TA lengkap	 

Catatan : 1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)



No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
	26/5/2021	Revisi Bab 1-3 - Bahasa Asing tidak Mining - Perbaiki Spasi sesuai Pedoman - Perbaiki Rata kanan kiri	
	30/6/2021	Revisi Bab 1-5 - BAB dan sub BAB dibold - Tidak menggunakan kata penghubung "sedangkan" diawal paragraf - Kesimpulan dan saran dibuat perparagraf	
	1/7/2021	BAB 1-5 ACC TA lengkap	

Catatan : 1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

Lampiran 12. Dokumentasi





