

**ANALISIS DAMPAK LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY* YANG  
MENGUNAKAN AKAD SALAM TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN USAHA (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner di  
Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Mu'amalah  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

**NIRAWATI**

**NIM: 105251104320**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
1445 H/ 2024 M**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi Saudara (i), Nirawati, NIM. 105251104320 yang berjudul “Analisis Dampak Adanya Layanan *Online Food Delivery* terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa).” telah diujikan pada hari Jum’at, 16 Dzulqaidah 1445 H/ 24 Mei 2024 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

16 Dzulqaidah 1445 H.  
Makassar, .....  
24 Mei 2024 M.

**Dewan Penguji :**

- |               |  |  |
|---------------|--|--|
| Ketua         | Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D.   |  |
| Sekretaris    | : Dr. Ir. H. Muthlis Mappangaja, M.P.  |  |
| Anggota       | : Mega Mustika, SE.Sy., M.H.           |  |
|               | : Andi Muhammad Aidil, S.H., M.H.      |  |
| Pembimbing I  | : Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si. |  |
| Pembimbing II | : Jasri, SE.Sy., M.E.                  |  |

Disahkan Oleh :

Dean FAI Unismuh Makassar,

**Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.**  
NBM. 774 234



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA MUNAQASYAH**

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Jun'at, 16 Dzulqaidah 1445 H/ 24 Mei 2024 M. Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

**MEMUTUSKAN**

Bahwa Saudara (i)

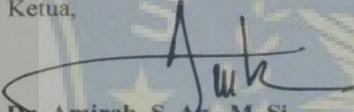
Nama : **Nirawati**

NIM : 105251104320

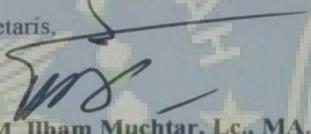
Judul Skripsi : Analisis Dampak Adanya Layanan *Online Food Delivery* terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa).

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

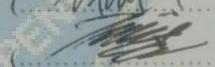
  
**Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.**  
NIDN. 0906077301

Sekretaris,

  
**Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., MA.**  
NIDN. 0909107201

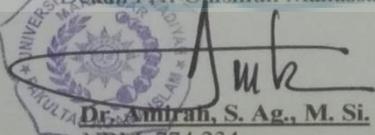
**Dewan Penguji :**

1. Hurriah Ali Hasan, S.T., M.E., Ph.D.
2. Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, M.P.
3. Mega Mustika, SE.Sy., M.H.
4. Andi Muhammad Aidil, S.H., M.H.

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,

  
**Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.**  
NBM. 774 234



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17 Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Dampak Adanya Layanan Online Food Delivery terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)  
Nama : Nirawati  
NIM : 105251104320  
Fakultas/Prodi : Agama Islam / Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan di depan tim penguji ujian skripsi pada Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 17 Rajab 1445 H  
29 Januari 2024 M

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Siti Walida Mustamin, S.Pd., M.Si  
NIDN: 0901109103

Pembimbing II

Jasri, S.E., Sv., M.E  
NIDN: 0906129201

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nirawati  
Nim : 105251104320  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah)  
Fakultas : Agama Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai menyusun proposal sampai selesai penyusunan skripsi, saya menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan siapapun).
2. Saya tidak melakukan penjiplakan atau plagiat dalam menyusun skripsi ini.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada poin 1, 2 dan 3 maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Dengan perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 29 Dzulqaidah 1445 H

06 Juni 2024 M



Nirawati

Nim: 105251104320

## ABSTRAK

**Nirawati. 105251104320. 2024.** Analisis Dampak Layanan *Online Food Delivery* yang Menggunakan Akad Salam Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha (*Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa*). Di Bimbing oleh Siti Walida Mustamin dan Jasri.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan terhadap pelaku usaha kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* yaitu *Grab Food* dan *Go Food* dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *online food delivery* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner beserta dengan bagaimana tingkat penjualan setelah menggunakan layanan *online food delivery* di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

Penelitian ini di laksanakan di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa yang berlangsung mulai 28 November 2023 sampai 28 Januari 2024. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner ke pelaku usaha kuliner yang menggunakan layanan *Grab Food* dan *Go Food*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *online food delivery* memberikan pengaruh sebesar 73,6% terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Secara hasil uji t atau *parsial*, layanan *online food delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Nilai t hitung sebesar 7,660 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,080 dengan nilai sigifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti  $H_1$  diterima bahwa layanan *online food delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Adapun Tingkat penjualan usaha kuliner setelah bergabung dengan layanan *online food delivery* juga mengalami peningkatan jumlah pesanan dan juga peningkatan pendapatan dari hasil penjualan usaha kuliner. Pelaku usaha kuliner setuju jika menggunakan layanan *online food delivery* membantu memperluas jangkauan pasar usaha kuliner mereka sehingga tingkat penjualan meningkat dan juga kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi karena memberi dampak dalam meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci :** *Layanan Online Food Delivery, Peningkatan Penjualan, Usaha Kuliner*

## ABSTRACT

**Nirawati. 105251104320. 2024.** Analysis of the Impact of Online Food Delivery Services that use salam contracts on Increasing Business Sales (Case Study of Culinary Business Actors in Bontoala village, Pallangga sub-District, Gowa district). Supervised by Siti Walida Mustamin and Jasri.

This research is a quantitative research conducted on culinary business actors who use online food delivery services, namely *Grab Food* and *Go Food* and aims to find out how online food delivery services influence the increase in culinary business sales along with what the sales level is after using online food delivery services in Bontoala Village, Pallangga District, Gowa Regency.

This research was carried out in Bontoala Village, Pallangga District, Gowa Regency, which took place from 28 November 2023 to 28 January 2024. Data collection in this research was carried out by distributing questionnaires to culinary entrepreneurs who use *Grab Food* and *Go Food* services.

The results of this research show that online food delivery services have an influence of 73.6% on increasing culinary business sales. Based on test or partial results, online food delivery services have a positive and significant effect on increasing culinary business sales. The calculated t value of 7.660 is greater than the t table value of 2.080 with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , which means H<sub>1</sub>, it is accepted that online food delivery services have a positive and significant effect on increasing culinary business sales. The level of culinary business sales after joining the online food delivery service also experienced an increase in the number of orders and also an increase in income from culinary business sales. Culinary business players agree that using online food delivery services helps expand the market reach of their culinary business so that sales levels increase and also their satisfaction since joining the application because it has an impact on increasing sales.

**Keywords :** *Online Food Delivery Service, Increased Sales, Culinary Business.*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatnya kepada kita semua serta shalawat dan salam juga tak lupa kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, Serta sahabat dan keluarganya, seayun langkah dan seiring bahu dalam menegakkan agama Allah SWT. Dengan kebaikan beliau telah membawa kita dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik yang harus ditempuh dalam rangka menyelesaikan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Adapun judul skripsi ini berjudul “**Analisis Dampak Layanan *Online Food Delivery* yang Menggunakan Akad Salam Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)**”. Semua tidak lepas dari uluran tangan berbagai pihak melalui dukungan, arahan, bimbingan, bantuan *moril* dan *materil*.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta yaitu Ayah Alm Abd Rasyid dan Ibu Makkawaru yang telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan dukungan, serta memberi dorongan moril maupun materil selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas doa, motivasi dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Maka melalui kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si., selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Dr. Hasanuddin, SE.Sy., ME., selaku ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Dr. Muhammad Ridwan, SH.I.,MH.I., selaku sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Siti Walida Mustamin, S.Pd, M.Si. dan Bapak Jasri, S.E.Sy.,M.E., selaku pembimbing 1 dan 2 dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Untuk keluarga terutama Kakak-kakak tercinta, Masrah dan Naharuddin, yang senantiasa mendoakan, mendukung, memberikan semangat dan motivasi baik berupa nasihat dan arahnya dan juga membantu membiayai perkuliahan selama ini. Dan Untuk bapak Amal beserta keluarga yang selama ini sangat membantu.
7. Informan. Yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman, Ratna, Alifa, Aliah, Resa, yang senantiasa memberikan semangat, motivasi

dan juga doa selama menempuh pendidikan perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Segala usaha dan upaya sudah dilakukan oleh penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan, baik dari cara penulisan maupun isinya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran-saran yang dapat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Makassar, 12 Rajab 1445 H

24 Januari 2024 M

Nirawati

Nim. 105251104320

## DAFTAR ISI

<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>BERITA ACARA MUNAQASYAH .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Teori.....	9
1. Layanan <i>Online Food Delivery</i> .....	9
2. Akad Salam .....	13
3. Peningkatan Penjualan .....	18
4. Usaha Kuliner.....	22
5. Penelitian Terdahulu.....	27
B. Kerangka Pikir.....	30
C. Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Desain Penelitian .....	32
B. Lokasi dan Objek Penelitian.....	32
C. Variabel Penelitian .....	33
D. Definisi Operasional Variabel.....	33
E. Populasi dan Sampel .....	34
F. Sumber Data .....	36

G. Prosedur Penelitian.....	37
H. Instrumen Penelitian.....	38
I. Teknik Pengumpulan Data .....	39
J. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Desa Bontoala Kecamatan Pallangga .....	45
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	46
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1	Karakteristik Responden .....	46
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas Variabel X .....	48
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	49
Tabel 4. 4	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 5	Hasil Uji Normalitas dengan Shapiro-Wilk .....	50
Tabel 4. 6	Hasil Uji Linieritas .....	51
Tabel 4. 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4. 8	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....	53
Tabel 4. 9	Hasil Uji-t .....	55
Tabel 4. 10	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	30
Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Peta Desa Bontoala Kecamatan Pallangga .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket.....	70
Lampiran 2 Data.....	72
Lampiran 3 Dokumentasi.....	83
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	86



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peranan wirausaha tidak diragukan lagi dalam menghadapi perkembangan ekonomi saat ini. Karena tumbuh tidaknya perekonomian di suatu negara juga bergantung pada kehadiran dan keaktifan para wirausaha. Karakteristik kewirausahaan dapat dilihat kepercayaan diri dan Optimis para pelaku usaha, selalu berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko dan menyukai tantangan serta berjiwa kepemimpinan, keorisinilan dan berorientasi pada masa depan. Adapun Pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai ilmu, seni maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan *inovatif* ke dalam dunia nyata secara kreatif. Salah satu wujud dari usaha kecil dan menengah dalam usaha adalah Kuliner.<sup>1</sup>

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan prioritas utama bagi banyak pemerintah di seluruh dunia karena kontribusi UMKM dalam menciptakan kesempatan kerja dan mengembangkan inovasi. Di Indonesia UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi.<sup>2</sup> Adapun salah satu UMKM yang sangat dibutuhkan oleh manusia yaitu usaha kuliner, bisnis atau usaha yang dimaksud yaitu membuat bahan-bahan

---

<sup>1</sup> Amrin Mulia Utama Nasution, Isnaniah Lailikhatmisafitri, dan Patar Marbun, "Keberhasilan Usaha Kuliner Dilihat Dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet)," *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3.3 (2021), 1219–29 <<https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>>.

<sup>2</sup> Hesti Nuramdini dan Ce Gunawan, "Gambaran Kemampuan Inovasi (Innovation Capability) Para Pelaku Usaha Kuliner di Sukabumi," *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5.6 (2022), 526–31 <<https://doi.org/10.32493/fb.v4i2.152-158.23597>>.

belum jadi menjadi berbagai macam masakan agar dapat dinikmati sebagai bahan makanan untuk kemajuan tubuh manusia. Meski memulai dengan modal kecil, bisnis kuliner adalah usaha bisnis yang menguntungkan dan *potensial*. Jika memiliki ide dan strategi yang tepat maka bisnis yang dijalankan akan terus maju dan berkembang. Pertumbuhan industri makanan atau kuliner telah melahirkan pelaku usaha baru karena usaha ini dinilai sangat menjanjikan karena menyangkut kebutuhan mendasar makhluk hidup. Dalam bisnis kuliner saat ini sering kita jumpai banyak jenis makanan yang unik, tempat wisata kuliner baru, berbagai tren makanan serta perkembangannya pesat. Kuliner berasal dari istilah bahasa Inggris yakni *culinary*, sesuatu yang berkaitan dengan memasak atau proses memasak. Ungkapan kuliner ini mencakup beberapa jenis aktivitas diantaranya seni persiapan atau biasa disebut seni kuliner, memasak dan menyajikannya dalam bentuk makanan.<sup>3</sup>

Fenomena perkembangan teknologi saat ini yang paling ramai dibicarakan dan menjadi bahan diskusi banyak kalangan adalah mengembangkan teknologi ke arah bisnis transportasi yang modern dengan menggunakan kecanggihan aplikasi di dunia *virtual*. Pelayanan publik berbasis teknologi informasi perlu diterapkan untuk mengurangi resiko terjadinya diskriminasi dalam memberikan pelayanan, ketidakpastian mengenai waktu ataupun biaya pelayanan dan tentunya mengurangi pungutan liar yang sering terjadi. Salah satu bentuk dari perkembangan inovasi teknologi diaplikasikan kedalam bidang kuliner. Industri makanan terus mengalami pertumbuhan, membuat persaingan yang semakin ketat

---

<sup>3</sup> Applied Mathematics, "Pengaruh Kemampuan Wirausaha, Peluang Usaha Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa," 25.1 (2016), 1–23.

diantara para pengusaha. Pelaku bisnis saat ini, harus terus mengembangkan layanannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan terus berupaya menelaraskan perkembangan bisnisnya. Transportasi merupakan bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia akan transportasi sangat tinggi.

Berkembangnya teknologi yang semakin cepat maka bidang *financial* dan teknologi juga semakin berkembang dengan efisien dan modern. Teknologi mempermudah dalam menunjang berbagai kegiatan dan aktifitas dalam kehidupan. Di dalam perekonomian dunia saat ini, penting untuk melakukan inovasi teknologi didalamnya. Kemajuan dunia teknologi yang sangat pesat dalam informasi menuntut para pengusaha untuk dapat memahami serta memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis untuk meningkatkan kekuatan dalam bersaing. Dengan berkembangnya teknologi, saat ini banyak usaha kuliner menggunakan proses penjualan secara *online*. Dengan adanya proses ini, kinerja penjualan usaha kuliner meningkat. Saat ini proses ini terus dikembangkan. Namun tidak semua usaha menggunakan proses ini, ada yang menggunakan metode *drive-thru*. Tetapi *drive-thru* selain meningkatkan penjualan juga memerlukan biaya tambahan dan harus menambah sumber daya manusia dalam prosesnya. Banyak orang yang memilih memesan *online* karena prosesnya mudah dan mereka hanya perlu menggunakan internet dan *smartphone* untuk melakukan pesanan.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini layanan *online food delivery* berfokus ke *Grab*

---

<sup>4</sup> Agus Dwi Cahya et al., "Analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di yogyakarta," *Jurnal Manajemen*, 13.2 (2021), 264–72.

*Food* dan *Go Food* karena di Kecamatan Pallangga saat ini hanya tersedia *Grab Food* dan *Go Food* saja. *Shopeefood* dan *Maximfood* belum tersedia.

Banyaknya pedagang sering kali tidak diimbangi dengan banyaknya pembeli, hal tersebut disebabkan karena kesibukan masyarakat sehingga tidak memiliki waktu cukup untuk keluar berbelanja dan kekurangtauan akan lokasi dan jenis barang yang dijual karena kurangnya promosi. Namun hal tersebut bisa diatasi saat ini dengan keberadaan aplikasi Gojek dan Grab dengan fitur aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* dapat menjadi solusi bagi para pedagang dalam memasarkan dagangannya. Dengan adanya aplikasi ini maka para pengusaha tidak perlu khawatir lagi dalam memasarkan usaha dagangannya. Demikian juga jika lokasi usahanya tidak strategis dan memiliki kesulitan dalam hal promosi, Gojek dan Grab dapat menjadi solusi dalam membantu pemasarannya. Melalui fitur aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* penjual dapat melakukan promosi dagangan mereka secara gratis bahkan mendapatkan beberapa diskon dari masing-masing aplikasi sehingga dapat menambah minat para konsumen untuk berbelanja.<sup>5</sup>

Layanan *online food delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. *Online food delivery service* dapat dikatakan sebagai salah satu strategi pemasaran secara digital yang dilakukan pelaku usaha kuliner. Jumlah pelaku usaha yang melakukan pemasaran dengan cara ini menjadikannya sebuah tren baru. Di Indonesia sendiri, terdapat dua aplikasi yang paling populer untuk

---

<sup>5</sup> Mimi Cahayani, "Analisis Keberadaan *Go Food* Dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram," *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5.1 (2021), 90–103 <<https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3333>>.

layanan *online food delivery* yaitu Gojek dengan *Go Food* dan Grab dengan *Grab Food*. Tren aplikasi layanan *online food delivery* dapat membantu UMKM dalam memasarkan serta mempromosikan produknya. Selain itu, aplikasi *online food delivery* seperti Grab dan Gojek juga berperan dalam mengarahkan produk UMKM langsung pada konsumen. Bahkan dengan adanya aplikasi sejenis ini, UMKM tidak perlu memiliki toko dalam bentuk fisik sebagai tempat bisnis usaha, pelaku bisnis dapat memasarkan menu melalui aplikasi ini dan menghadirkan makanan di tempat konsumen.<sup>6</sup>

Layanan *food delivery* belakangan ini semakin diminati. Perusahaan yang bergerak di bidang model bisnis ini biasanya menjalin kerja sama dengan restoran-restoran diberbagai tempat supaya dapat memesan makanan melalui situs atau aplikasi mereka. Kemudian makanan yang sudah konsumen pesan akan diantarkan dengan jasa pengiriman menggunakan kurir. Layanan seperti ini semakin disukai masyarakat karena masyarakat tidak perlu repot-repot lagi untuk mendatangi lokasi dan mengantri. Sehingga masyarakat hanya tinggal menunggu di rumah dan makanan pun sampai di rumah.<sup>7</sup>

Fitur *Grab Food* dan *Go Food* jelas menguntungkan semua pihak. Bagi Grab dan Gojek, selain mampu memperkecil jumlah pengangguran juga bisa menambah pemasukan dengan banyaknya order yang masuk melalui via *Grab Food* dan *Go Food*. Sedangkan bagi pengusaha kuliner, ada potensi kenaikan penjualan dari layanan *online food delivery*. Layanan *Grab Food* dan *Go Food*

---

<sup>6</sup> Handira Nurul Az-zahra, Vadilla Aries Tantya, dan Nurliana Cipta Apsari, "Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2.2 (2021), 156 <<https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>>.

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 1997).

memang langsung mendapat sambutan positif dari para pelaku usaha kuliner. Bagi konsumen, bisa dimudahkan dalam hal memesan makanan yang diinginkan. Melalui aplikasi ini, konsumen bisa membeli makanan yang diinginkan dengan harga yang relatif murah dari promo yang ditawarkan oleh Grab dan Gojek, konsumen juga bisa menghemat waktu, tenaga dan menghemat biaya transportasi.<sup>8</sup>

Industri layanan *online food delivery* sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak konsumen yang menggunakan layanan ini untuk memesan makanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampaknya terhadap peningkatan penjualan di usaha kuliner. Topik ini sangat relevan dengan kondisi pasar saat ini, di mana layanan *online food delivery* telah menjadi salah satu aspek penting dalam industri kuliner. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana layanan ini mempengaruhi penjualan usaha kuliner.

Keberadaan fitur aplikasi *Grab Food* dan *Go Food* dan merupakan sebuah solusi bagi pelaku usaha kuliner di Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa untuk dapat memasarkan dagangannya. Aplikasi yang disediakan Gojek dan Grab tersebut sangat membantu dalam memasarkan usaha kuliner mereka. Oleh karena itu dilakukan penelitian guna mengetahui bagaimana dampak keberadaan Layanan *online food delivery (Grab Food dan Go Food)* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “**Analisis Dampak Adanya Layanan**

---

<sup>8</sup> Rijal R, “Dampak Ketersediaan Kurir Online Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Masamba (Studi Kasus Pelaku Usaha Makan Dan Minum),” *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2022.

***Online Food Delivery* terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner di Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)”**.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang akan dikaji pada penelitian ini dapat diformulasikan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keberadaan layanan *online food delivery* yang menggunakan akad salam terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga?
2. Bagaimana tingkat penjualan usaha kuliner yang berada di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga setelah bergabung dengan Layanan *online food delivery* (*Grab Food* dan *Go Food*)?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian mengenai kajian yang akan dibahas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh keberadaan layanan *online food delivery* yang menggunakan akad salam terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga.
2. Untuk mengetahui tingkat penjualan usaha kuliner yang berada di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga setelah bergabung dengan layanan *online food delivery* (*Grab Food* dan *Go Food*).

#### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum ekonomi syariah.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Memperdalam pengetahuan tentang penelitian yang berkaitan dengan peningkatan penjualan.

###### b. Bagi Pengusaha Kuliner

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner yang belum menggunakan media *online* untuk memasarkan produk kulinernya melalui media *online*.

###### c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya, terutama pada penelitian yang berkaitan dengan peningkatan penjualan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Layanan *Online Food Delivery*

Menurut Cristopher Lovelock dan Jochen witz, layanan *online food delivery* merupakan penciptaan situs *web* yang memberikan informasi, menerima pesanan dan bahkan berfungsi sebagai saluran penghantaran layanan berbasis informasi.<sup>9</sup> Layanan pesan antar bukan sesuatu yang baru terutama bagi usaha yang bergerak di industri kuliner. Umumnya, layanan yang disediakan berupa memesan lewat telepon. Mahalnya tarif pulsa menjadikan jasa ini kurang diminati. Di era serba digital dan terintegrasi melalui internet, layanan pesan antar makanan juga ikut beradaptasi. Aplikasi *mobile daring* pesan antar makanan marak bermunculan dan menjadi tren baru di tengah kehidupan masyarakat

Layanan *online food delivery* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner secara daring yang menghubungkan restoran dengan konsumen. *Platform* ini menyediakan dan menampilkan restoran di kawasan tertentu sesuai lokasi konsumen. Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital.<sup>10</sup>

*Online food delivery service* dapat dikatakan sebagai salah satu strategi pemasaran secara digital yang dilakukan pelaku usaha kuliner. Jumlah pelaku usaha yang melakukan pemasaran dengan cara ini menjadikannya sebuah tren

---

<sup>9</sup> Cristopher Lovelock dan Jochen witz, *Pemasaran Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 137.

<sup>10</sup> Az-zahra, Tanya, dan Apsari.

baru. Di Indonesia sendiri, terdapat dua aplikasi yang paling populer di tengah masyarakat yaitu Grab dan Gojek. Grab adalah perusahaan *multinasional* yang pertama kali didirikan di Singapura. Salah satu layanan Grab adalah *Grab Food* yang memungkinkan konsumen memesan makanan melalui aplikasi. Saat ini, Grab telah memiliki jaringan di beberapa negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, Vietnam, Kamboja, Filipina dan Myanmar. Grab menjadi salah satu unggulan dalam industri layanan pesan antar makanan.

Lain halnya dengan Grab, Gojek adalah perusahaan yang dibangun anak bangsa Indonesia. Gojek didirikan pada tahun 2015 dan mulai menjadi tren di tahun 2017. Semula aplikasi ini hanya menyediakan layanan antar jemput yang bisa dipesan secara daring. Seiring berjalannya waktu, jumlah layanan terus bertambah salah satunya *Go Food*. Jenis layanan ini memungkinkan konsumen melihat menu dan pilihan restoran, memesan, hingga melakukan pembayaran makanan secara digital. Hingga saat ini, penggunaanya terus bertambah. Layanan pesan makanan pun dilengkapi berbagai jenis promo dan diskon yang mampu menarik konsumen.

**a. *Grab Food***

*Grab Food* adalah salah satu layanan pesan antar makan yang berada di aplikasi Grab. Dengan *Grab Food*, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat *Smartphone*, tidak perlu berjalan ke tempat penjual. *Grab Food* adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia.

### ***b. Go Food***

*Go Food* merupakan salah satu fitur Gojek yang menawarkan layanan jasa beli dan antar makanan kepada pelanggan. Produk ini sangat cocok bagi pelanggan yang ingin menikmati berbagai jenis makanan cepat saji ataupun kuliner namun tidak memiliki kendaraan dan waktu serta tidak mengetahui akses untuk pergi ke tempat tersebut. Dengan fitur *Go Food*, pelanggan dapat memesan berbagai jenis makanan tanpa mendatangi tempat kuliner.

*Go Food* merupakan sebuah fitur layanan yang disediakan oleh Gojek yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki serta menyajikan berbagai produk kuliner baik cita rasa nusantara hingga modern mengikuti tren masa kini. Mitra *Go Food* tidak hanya terdiri dari restoran mewah saja melainkan terdiri dari usaha masyarakat kecil, seperti pedagang kaki lima, hingga makanan hasil karya industri UKM.<sup>11</sup>

*Go Food* adalah layanan pesan antar makanan dengan lebih dari 125.000 restoran yang terdaftar di aplikasi Gojek. Pada layanan *Go Food*, *driver* akan membelikan makanan yang dipesan oleh konsumen dan mengantarkannya ke lokasi konsumen sesuai dengan keterangan di aplikasi. Maksimal jarak pengantaran pada layanan ini adalah 25 km.

---

<sup>11</sup> Evi Lutfiah, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-jek Fitur Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)," 2019, 24.

Selain memberi kemudahan kepada konsumen, *online food delivery service* juga memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis karena dapat membantu untuk memberikan akses yang selebar-lebarnya kepada mereka yang ingin berinovasi kuliner tanpa modal yang besar. Pelaku bisnis khususnya pengusaha kuliner yang mengadopsi *online food delivery service*, tidak harus memiliki karyawan khusus dan kendaraan tersendiri untuk layanan pengantaran kepada konsumen. Sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk gaji karyawan, juga tidak memerlukan *space* atau tempat khusus dalam menggunakan layanan tersebut.<sup>12</sup> Contohnya adalah jika UMKM tersebut menjadi partner dari *Go Food* atau *Grab Food*, akan mendapatkan keuntungan sebagai berikut:

- a. Promo biaya antar menggunakan *Gopay* untuk aplikasi Gojek,
- b. Memaksimalkan potensi bisnis; perluas potensi produk ke jutaan pengguna Gojek dan Grab yang siap dilayani ratusan ribu *driver*,
- c. Posisi strategi pada aplikasi; berbagai fitur dan kategori dalam aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* akan memudahkan restoran diakses oleh jutaan pengguna Gojek dan Grab,
- d. Akses ke pelanggan; melalui *marketing chanel Go Food* dan *Grab Food*, *merchant* dapat menginformasikan berbagai produk unggulan langsung ke jutaan pengguna Gojek dan Grab,
- e. Promosi melalui aplikasi; tampilan menu-menu terbaik pada fitur aplikasi.

Menurut Suwarni dkk, terdapat beberapa kelemahan UMKM dalam mengembangkan usaha di era ekonomi digital. Layanan *online food delivery*

---

<sup>12</sup> Nadiah Arum Mindarti, Made Siti Sundari, dan Sugeng Hariadi, "Bisnis Online: Preferensi Konsumen Terhadap Layanan Online Food Delivery," 24.2 (2020), 34–40.

termasuk salah satu inovasi dalam era ekonomi digital. Lebih lanjut, Suwarni, dkk menyebutkan hambatan-hambatan tersebut sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a. Kurangnya pemahaman dan pengalaman pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital menghambat pembangunan usaha, mulai dari rendahnya penguasaan *hardware* hingga *software*,
- b. *Infrastruktur* informasi dan teknologi belum memadai, khususnya di daerah pedesaan,
- c. Kebanyakan pelaku usaha mikro masih terkendala dalam hal permodalan,
- d. Ketidakstabilan kualitas produk yang dijual,
- e. *Margin* bisnis yang cenderung rendah mengingat persaingan yang tinggi baik di pasar *offline* maupun *online*.

## 2. Akad Salam

Jual beli salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli jual beli salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh. Secara bahasa salam bermakana: “Menyegerakan modal dan mengemudikan barang”. Jadi jual beli salam merupakan “jual beli pesanan” yakni pembeli membeli barang dengan kriteria tertentu dengan cara menyerahkan uang terlebih dahulu, sementara itu barang diserahkan kemudian pada waktu tertentu.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Az-zahra, Tanya, dan Apsari.

<sup>14</sup> Rozalinda. 2016. Fiqih Ekonomi Syariah. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).

a. Rukun dan Syarat Akad Salam

Menurut Sulaiman Rasjid dalam bukunya berjudul Fiqh Islam, rukun jual beli salam adalah sebagai berikut:

- 1) Muslim (pembeli) adalah pihak yang membutuhkan dan memesan barang.
- 2) Muslim ilaih (penjual) adalah pihak yang memasok barang pesanan.
- 3) Modal atau uang. Ada pula yang menyebut harga (tsaman).
- 4) Muslan fiih adalah barang yang dijual belikan.
- 5) Shigat adalah ijab dan qabul.

Syarat jual beli salam yaitu sebagai berikut:

- 1) Uangnya hendaklah dibayar di tempat akad. Berarti pembayaran dilakukan terlebih dahulu.
- 2) Barangnya menjadi hutang bagi si penjual.
- 3) Barangnya dapat diberikan sesuai waktu yang dijanjikan. Berarti pada waktu yang dijanjikan barang itu harus sudah ada. Oleh sebab itu memesan buah-buahan yang waktunya ditentukan bukan pada musimnya tidak sah.
- 4) Barang tersebut hendaklah jelas ukurannya, baik takaran, timbangan, ukuran ataupun bilangannya, menurut kebiasaan cara menjual barang semacam itu.
- 5) Diketahui dan disebutkan sifat-sifat barangnya. Dengan sifat itu berarti harga dan kemauan orang pada barang tersebut dapat

- 6) berbeda. Sifat-sifat ini hendaknya jelas sehingga tidak ada keraguan yang akan mengakibatkan perselisihan antara kedua belah pihak (si penjual dan si pembeli). Begitu juga macamnya, harus juga disebutkan.
- 7) Disebutkan tempat menerimanya, kalau tempat akad tidak layak buat menerima barang tersebut. Akad salam harus terus, berarti tidak ada khiyar syarat.

Dalam penelitian ini yang menjadi rukun jual beli salam yaitu:

- 1) perusahaan grab dan Gojek yang menyediakan aplikasi grab dan Gojek (yang bermitra dengan restoran) sebagai pihak yang menerima pesanan (Muslam Ilaih).
- 2) *Customer* sebagai pihak yang memesan (Muslam),
- 3) Jasa transportasi untuk mengambil makanan dan mengantarkannya sebagai obyek akad salam (Muslam Fih). Dalam hal ini, meskipun obyek akad salam biasanya berupa barang atau benda (harta bersifat matei). Namun penulis mengacu pendapat jumbuh ulama menyatakan sesuatu yang di pandang sebagai harta ketika sesuatu yang bernilai, baik yang bersifat materi (benda) maupun non materi seperti manfaat, hak dan jasa. Alasan Jumbuh Ulama mengatakan bahwa tujuan orang memiliki barang, bukan semata-mata membutuhkan bendanya tetapi untuk mengambil manfaatnya.

- 4) Ketika *customer* mengklik pesanan yang diinginkan dan sudah bayar tunai diawal dengan menggunakan saldo OVO untuk Grab dan Saldo Gopay untuk Gojek (Ijab).
- 5) Perusahaan Grab dan Gojek yang menyediakan aplikasi grab dan Gojek secara otomatis mengirim harga makanan, ongkos kirim pada *customer* yang memesannya dan ketika pihak *driver* sebagai perantara mengantarkan pesanan makanan ke *customer* (Qabul).

Syarat-syarat sah akad salam dalam penelitian ini yaitu:

- 1) harga barang (jasa) dibayar tunai di muka yaitu ketika *customer* mengisi saldo OVO dan Gopay (Tup Up).
- 2) Spesifikas barang yang dipesan jelas, yaitu jasa transportasi pembelian makanan yang dipesan dan mengantarkannya.
- 3) Waktu dan tempat penyerahannya jelas, yaitu ketika *customer* aktifikasi atau mendaftarkan sebagai akun OVO dan Gopay dengan menentukan tempat dan alamat yang jelas.
- 4) Penyerahan barang di kemudian hari. Dalam hal ini penulis mengacu pendapat Imam Syafi'i bahwa penyerahan barang atau sesuatu yang diperjualbelikan dalam akad salam boleh langsung diserahkan pada saat itu atau kemudiah hari yaitu ketika *customer* bayar tunai di awal (saldo OVO dan Gopay) dan memesan makanan , tidak menunggu beberapa hari jasa pengantaran makanan diserahkan, tetapi cukup beberapa menit maksimal

setengah jam disesuaikan jauh dan dekatnya alamat restoran dengan *customer*.

Syarat-syarat sah akad salam dalam fiqh (hukum Islam) diatas. bersuaian dengan persyaratan menggunakan pembayaran saldo OVO dan Gopay untuk memesan makanan atau minuman pada aplikasi Grab sebagai berikut:

- 1) Memberikan pembayaran uang terlebih dahulu, dalam arti ketika pembeli ingin memesan makanan atau minuman yang ada di aplikasi Grab dan Gojek terlebih dahulu harus mengisi saldo OVO DAN Gopay dengan berbagai ketentuan yang ada di aplikasi lewat handphone dan pastikan saldo mencukupi.
- 2) Perjanjian antara kedua belah pihak dimana waktu dan tempat barang tersebut harus sudah ada, artinya pembeli yang pesen makanan.
- 3) Barang diberikan sesuai waktu yang disepakati, artinya pembeli yang sudah memesan makanan atau minuman yang diinginkan yang sudah tercantum pada aplikasi Grab dan Gojek, jasa transportasi atau *driver* sebagai perantara mengantarkan pesanan pembeli, pembeli bisa melacak di aplikasi Grab dan Gojek yang disediakan agar tidak terjadi keraguan.
- 4) Hendaknya barang itu jelas ukuran, bilangan, ataupun takarannya, maksudnya jika pembeli ingin memesan makanan atau minuman sesuai jumlah yang diinginkan sudah tertera di aplikasi Grab dan

Gojek sendiri, misalnya pembeli ingin memesan bakso dua bungkus tinggal tambahkan ke keranjang sesuai nominal yang diinginkan.

- 5) Sifat dan macam pada barang diketahui jelas. Layanan Grab Food dan Go Food memberikan kemudahan untuk masyarakat bagi orang yang ingin serba instan atau ketika hujan malas untuk keluar rumah beli makanan, sangat mudah untuk melakukan transaksi yang ada di aplikasi Grab dan Gojek dengan mencantumkan pilihan restoran dan menu makanan atau minuman yang ingin dipesan serta harga dan ongkos kirim untuk *driver* sudah tertera, supaya tidak terjadi kesalahpahaman antara *driver* dan *customer*.<sup>15</sup>

### 3. Peningkatan Penjualan

Menurut Starmant pengertian penjualan adalah banyaknya jumlah *omzet* yang diterima akibat penawaran dan penjualan secara *continue* dan menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan nilai ekonomis dari suatu kegiatan jasa.<sup>16</sup> Definisi mengenai penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu:

- a. Tingkat penjualan yang ingin dicapai,
- b. Pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi,

---

<sup>15</sup> Harun Harun, 'Jual Beli Jasa Lewat Fitur Grabfood Cara Bayar Sistem Ovo Dalam Aplikasi Grab Perspektif Hukum Islam (Tinjauan Teori Akad Jual Beli Salam)', Suhuf, 2021, hal. 1-10 <<https://journals.ums.ac.id/index.php/suhuf/article/view/15012/6688>>.

<sup>16</sup> Muh. Adzim Masogi, *Analisis Starategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Telkomsel Pada PT. Ardan Masogi di Kabupaten Pinrang* (Makassar, 2014).

c. Keuntungan atas penjualan.

Ketiga *esensi* tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industri yang menawarkan pembelian kepada konsumen.<sup>17</sup>

Penjualan dalam pandangan para ahli, secara *eksplisit* memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasan atas produk yang digunakannya. Selain itu Basu Swastha juga dalam mengartikan penjualan sebagai salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan.<sup>18</sup>

Penjualan didalam suatu perusahaan merupakan kegiatan akhir setelah produk diproduksi. Penjualan akan mempengaruhi kelanjutan hidup perusahaan. Karena dengan penjualan maka perusahaan akan memperoleh keuntungan. Dalam melaksanakan penjualan diperlukan taktik penjualan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Diharapkan dengan kepuasan ini mereka akan menjadi langganan yang bersifat jangka panjang. Para penjual hendaknya mempunyai seni dan keahlian untuk mempengaruhi orang lain

---

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono.

<sup>18</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga* (Yogyakarta: BPFE, 2001).

dalam penjualan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud sesuai yang diharapkan.

Basu Swastha juga menyatakan bahwa Para pengusaha dalam mencapai suatu tujuan harus memperhatikan dan membuat produk, kemampuan menentukan harga yang tepat, dan kemampuan memilih penyalur dan sarana promosi yang tepat.<sup>19</sup> Jadi, dengan demikian tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan, apabila dilaksanakan dengan kemampuan yang memadai dari perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kondisi dan kemampuan penjual. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk itu penjual harus memahami beberapa hal yaitu jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk dan syarat penjualan.
2. Kondisi pasar. Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan.

Dalam Islam, agama justru menjadi pegangan hidup umatnya dalam kegiatan sehari-hari, termasuk saat bermuamalah. Prinsip-prinsip dari ekonomi Islam terdiri dari prinsip tauhid dan persaudaraan, bekerja dan produktif, serta mendistribusikan kekayaan secara adil.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005).

<sup>20</sup> Hajra Hajra dan Siti Walida Mustamin, "Analisis Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah (Studi Pegadaian Syariah Kabupaten Gowa)," *Jurnal Pilar : Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13.1 (2022), 1–16.

Penjualan berkaitan erat dengan perdagangan. Dalam islam perdagangan yang baik ialah seseorang produsen ketika menjalankan produknya sejatinya tetap dalam bingkai keimanan dan ketakwaan kepada Allah Swt. Sebagai pedagang termasuk dari amal saleh jika ia mampu melayani dengan baik, memberikan produk yang terbaik dan menghindarkan dalam mal bisnis, seperti *gharar* dan *batil*. Sebagaimana Allah menyebutkan dalam firmanNya Q.S. An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.<sup>21</sup>

Ayat di atas menerangkan tentang keharaman melakukan pelanggaran terhadap batasan-batasan harta dan jiwa, sehingga tidak halal memakan harta orang lain secara *batil*. Yaitu cara yang tidak disyariatkan atau apa yang diambil dari materi harta atau manfaat barang secara *zalim* tanpa ada imbalan. Cara *batil* ini mencakup harta yang diambil sebagai alat tukar di dalam transaksi rusak atau *batil*. Seperti tindakan seseorang menjual barang yang tidak dimiliki, harga penjualan makanan yang rusak yang tidak bisa dimanfaatkan secara nyata misalnya makanan basi yang tidak bisa dikonsumsi lagi. Kemudian harga penjualan barang yang tidak dimiliki nilai dan manfaat yang dianggap secara *syar'i*. Akan tetapi, boleh mengambil harta orang lain dengan kerelaan hati di

<sup>21</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim, 2014).

dalam akad-akad yang sah secara syariat, misalnya pinjam meminjam, *hibah*, jual beli dan sewa menyewa melainkan harus dengan cara yang diizinkan oleh syariat.

#### 4. Usaha Kuliner

Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris *culinary* yang didefinisikan sebagai sesuatu yang terkait dengan masakan dapur. *Culinary* lebih banyak diasosiasikan dengan tukang masak yang bertanggung jawab menyiapkan masakan agar terlihat menarik dan lezat<sup>22</sup>

Usaha kuliner merupakan usaha sepanjang masa, karena orang butuh makan dan minum dalam hidupnya. Sehingga bisa dipastikan usaha makanan selalu dibutuhkan oleh setiap orang. Usaha kuliner tetap dapat tumbuh dan berkembang meskipun terjadi krisis global.<sup>23</sup>

Manusia sebagai makhluk fitrah yang memiliki kebutuhan *primer* yang harus dipenuhi, seperti makanan, pakaian, dan perumahan. Kebutuhan ini merupakan syarat utama untuk mencari kemakmuran. Usaha kuliner adalah daya upaya manusia yang berhubungan dengan penyediaan kesukaan orang lain dalam bidang makanan. Faktor yang mendorong individu dalam melakukan usaha kuliner adalah karena makanan merupakan kebutuhan pokok, semua orang membutuhkan makan, dan peluang bisnis yang besar.

Dalam Islam, bisnis makanan diharapkan untuk mematuhi prinsip-prinsip etika dan keadilan dalam perdagangan. Penting untuk menyediakan makanan yang halal, baik dari segi sumber maupun proses pembuatannya. Selain itu, kejujuran

---

<sup>22</sup> Yuyun Alamsyah, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisonal* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008).

<sup>23</sup> Wulan Ayodya, *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007).

dalam presentasi produk, harga yang adil, dan pelayanan yang baik kepada pelanggan adalah nilai-nilai yang diterapkan dalam berbisnis makanan. Sebagaimana Allah swt menyebutkan dalam firmanNya Q.S. Al-Baqarah/2: 188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya:

Dan janganlah kamu memakan harta diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.<sup>24</sup>

Prinsip ini menekankan pentingnya integritas dan keadilan dalam setiap aspek bisnis, termasuk bisnis makanan. Dengan demikian, bisnis makanan dalam konteks Islam harus dijalankan dengan itikad baik, menjunjung tinggi nilai-nilai kehalalan, kebersihan, dan keadilan dalam setiap tahapnya.

#### a. Kelebihan dan Kekurangan Usaha Kuliner

Usaha kuliner yang baik tidak selalu berpedoman pada besarnya keuntungan yang ingin diperoleh, tetapi juga harus memperhatikan bahwa setiap pembeli mempunyai selera, daya beli dan menginginkan pelayanan yang memuaskan sehingga pembeli itu mau mengeluarkan uang untuk membayar hidangan yang dimakannya.<sup>25</sup> UMKM dalam sektor usaha kuliner dapat menciptakan peluang kerja sehingga mampu meringankan beban masyarakat, yang pada akhirnya berperan dalam meningkatkan standar hidup.

<sup>24</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim, 2014).

<sup>25</sup> Veni Indrawati, *Manajemen Usaha Boga* (Yogyakarta: UNY Press, 2008).

Faktor ini memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan dasar serta meningkatkan kualitas hidup menjadi lebih baik daripada sebelumnya.<sup>26</sup>

Adapun yang menjadi kelebihan dari usaha kuliner antara lain:

- 1) Apabila usaha rumah makan dijalankan dengan baik dan sangat laris makan akan memberikan keuntungan. Karena *profit* usaha makanan biasanya diatas 30%.
- 2) Dapat memulai usaha dengan modal *relatif* minim dengan memilih jenis usaha rumah makan skala kecil.
- 3) Dapat dijalankan secara sampingan dan rumahan tanpa mengganggu pekerjaan utama.

Adapun yang menjadi kelemahan usaha kuliner antara lain:

- 1) Apabila kuliner yang dikelola kurang laris maka banyak bahan makanan yang tidak terpakai karena akan busuk atau basi, sehingga menyebabkan kerugian.
- 2) Usaha kuliner harus memperhatikan kualitas bahan yang *higienis*, apabila kurang cermat maka dapat mengakibatkan keracunan pada konsumen.
- 3) Apabila menu yang disajikan mempunyai rasa yang tidak disukai, otomatis usaha kuliner tersebut kurang laris.

Dua hal di atas merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan sebelum seseorang membuka usaha kuliner. Sementara itu, faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha kuliner antara lain adalah lokasi,

---

<sup>26</sup> Jasri Jasri, Sitti Walida Mustamin, dan Sri Nurmayanti, "Analisis Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah untuk Mencapai Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Penelitian UPR*, 3.2 (2023), 47–54 <<https://doi.org/10.52850/jptupr.v3i2.10729>>.

rasa makanan, cara penyajian, kekhasan, dan promosi.<sup>27</sup> Jika kelima faktor ini dapat berjalan dengan baik akan dapat mengatasi kelemahan dalam membuka usaha kuliner.

#### **b. Jenis Usaha Kuliner**

Faktor yang mendorong individu dalam melakukan usaha kuliner adalah karena makanan merupakan kebutuhan pokok, semua orang membutuhkan makan, peluang bisnis yang besar, dll. Tempat kuliner yang dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya yaitu:<sup>28</sup>

##### 1) Usaha Tempat Makan

Usaha yang menjual dan menyediakan aneka menu makanan yang bisa dimakan di tempat. Usaha tempat makan ini terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

##### a) Usaha Restoran

Usaha ini menyediakan aneka menu masakan dan minuman sesuai konsep usahanya. Biasanya jenis usaha ini didirikan dengan modal di atas 50 juta rupiah. Untuk jenis makanannya bergantung pada konsep masing-masing pemilik. Perbedaan usaha skala restoran dengan usaha tempat makan dengan skala modal yang lebih kecil biasanya ada pada lokasi usahanya yang lebih luas, peralatan jualnya yang lebih lengkap dan modern, dekorasi menarik, serta dapat menampung jumlah pembeli yang lebih besar.

---

<sup>27</sup> Redaksi Agromedia, *Peluang Bisnis Makanan* (Jakarta: Agromedia Pustaka, 2007).

<sup>28</sup> Wulan Ayodya, *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2016).

b) Usaha Warung Makan

Usaha warung makan adalah usaha yang lebih kecil skalanya daripada usaha restoran, terutama dari sisi penggunaan modal usahanya. Usaha warung makan bisa saja menggunakan modal di bawah 50 juta rupiah bergantung pada konsep usaha dan lokasinya.

c) Usaha Kuliner Gerobakan atau Kaki Lima

Usaha ini adalah usaha yang menyediakan aneka makanan khas jajanan gerobakan. Bentuk usaha ini bisa menempati kios sederhana, teras usaha lain, dan lapak di pinggir jalan (kaki lima). Untuk beberapa jajanan gerobak ada yang dijual secara menetap (mangkal) atau ada pula yang dijual secara berkeliling.

d) Usaha Aneka Kue dan Makanan Ringan

Usaha ini adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan kue, roti, dan berbagai jenis makanan ringan. Bentuk usahanya bisa macam-macam seperti bakery, toko kue di depan minimarket, aneka booth kue-kue, kedai kue & roti, serta penjualan kue roti keliling.

2) Usaha Katering

Usaha ini bergerak di bidang penyediaan berbagai menu makanan dengan kapasitas banyak. Biasanya katering melayani pesanan makanan dengan jumlah yang tidak sedikit. Bisa saja ratusan atau bahkan ribuan porsi dalam sekali pesan. Bentuk usahanya pun ada beberapa pilihan, contohnya seperti katering pesta yang melayani orderan hajatan atau acara pesta, katering perusahaan yang melayani kebutuhan makan ribuan karyawannya, katering

rantangan yang menyediakan paket menu makanan perkantoran, sekolah, dan perumahan. Belakangan ini juga muncul berbagai usaha katering dengan spesialisasi, seperti katering khusus diet, katering menu organik, dan sebagainya.

### 3) Usaha Minuman

Usaha di bidang minuman tidak selalu menjadi pelengkap usaha makanan. Usaha minuman bisa menjadi usaha utama dan makanan sebagai pelengkap. Kalau minuman nggak bisa jadi usaha utama tentu nggak akan ada Starbuck, Coffee Bean, Hop- Hop, dan juga ada usaha minuman khas dalam negeri seperti Kedai Phoenam, Bengawan Solo, Es Teler 77, dan sebagainya.

## 5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji.

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irham Hafiyyan, Mauren Gita Miranti, Mein Kharnolis dan Asrul Bahar, dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan

Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar *Go Food* Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya)”.<sup>29</sup> Hasil dari penelitian ini yaitu dengan adanya aplikasi *Go Food* yang digunakan oleh penjual usaha kuliner memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Sehingga dengan adanya kenaikan *omzet* pendapatan yang diperoleh bukan tidak mungkin mereka akan terus menggunakan *Go Food*.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah objek dalam penelitian sebelumnya adalah Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar *Go Food* Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah Pelaku Usaha Kuliner yang menggunakan aplikasi *Grab Food* dan *Go Food* di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Meliana Sari dkk, dalam penelitiannya yang berjudul “Dampak Layanan *Online Food Delivery* Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Bandar Lampung pada Masa Pandemi Covid-19”.<sup>30</sup> Hasil dari penelitian ini yaitu pendapatan usaha kuliner menggunakan layanan *online food delivery* sebesar Rp 14.600.105,7 lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan usaha kuliner bukan pengguna layanan *online food delivery* sebesar Rp 7.265.263,267.

---

<sup>29</sup> Muhammad Irham Hafiyyan et al., “Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar *Go-Food* Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya),” *Student Research Journal*, 1.4 (2023), 253–62.

<sup>30</sup> Dewi Meliana Sari et al., “Dampak Layanan Online Food Delivery Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner Di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8.3 (2021), 913 <<https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.6149>>.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah Lokasi dalam penelitian sebelumnya di Kota Bandar Lampung, sedangkan dalam penelitian ini berlokasi di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Sry Wahyuni dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Dampak Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan”.<sup>31</sup> Hasil dari penelitian ini yaitu Tingkat penjualan usaha kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Seluruh pelaku usaha mengalami peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dan menjadi mitra dari *Go Food* dan *Grab Food* bahkan salah satu pengusaha yang berada di kelurahan tersebut ada yang mengalami peningkatan secara signifikan hingga melebihi 100%.

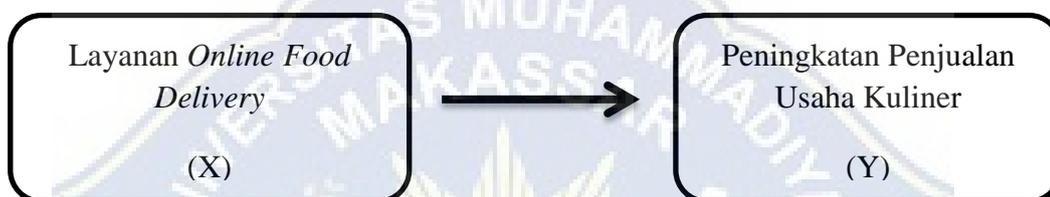
Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada perbedaan pendekatan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif.

---

<sup>31</sup> Wahyuni S, “Analisis dampak keberadaan gofood dan grabfood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner,” *Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner*, 2020, 1–98.

## B. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah alur pikir yang logis dan di buat dalam bentuk diagram bertujuan menjelaskan secara garis besar pola *substansi* penelitian yang akan dilaksanakan. Oleh karena itu sebaiknya kerangka berpikir dibuat dalam bentuk diagram atau skema agar mempermudah mamahami *variabel-variabel* yang akan diteliti dalam tahap selanjutnya. Maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

Variabel Independen (X) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Layanan *Online Food Delivery*.

Variabel Dependen (Y) Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner.

### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian. Pada umumnya hipotesis dirumuskan untuk menggambarkan hubungan pengaruh dan perbandingan antara dua variabel, yakni variabel penyebab dan variabel akibat. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Peneliti harus sanggup mengfokuskan permasalahan sehingga hubungan, pengaruh, perbandingan yang terjadi dapat di terka.

H<sub>1</sub>: Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan layanan *online food delivery* yang menggunakan akad salam terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

H<sub>0</sub>: Diduga tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan layanan *online food delivery* yang menggunakan akad salam terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang akan digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.<sup>32</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan rumus statistik untuk membantu menganalisa data dan fakta yang diperoleh. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika.

#### **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023 sampai selesai. Objek penelitian adalah permasalahan atau tema yang sedang di teliti. Objek penelitian disini adalah dampak layanan *online food delivery*

---

<sup>32</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Research* (Bandung: Tarsoto, 1995).

Yang menggunakan akad salam terhadap peningkatan penjualan usaha (Studi kasus pelaku usaha kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa).

### C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dilihat dari bentuk hubungan *klausa*, yaitu sebab akibat, maka variabel tersebut dibedakan menjadi dua kategori yaitu variabel bebas (X) dan Variabel Terikat (Y). Variabel bebas (X) adalah variabel perlakuan pengaruh terhadap variabel terikat. Variabel (Y) adalah variabel yang timbul akibat variabel bebas atau respon dari variabel bebas. Oleh sebab itu variabel terikat menjadi tolak ukur atau indikator keberhasilan variabel bebas.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yaitu “Layanan *online food delivery*” dan variabel terikat (Y) yaitu ”Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner”.

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.<sup>34</sup> Definisi operasional adalah definisi yang dibuat berdasarkan unsur-unsur sebuah konsep serta memberitahukan bagaimana mengukur variabel sehingga dengan pengukuran tersebut dapat diketahui indikator-

---

<sup>33</sup> Nanasudjana, *Tuntunan penyusunan Karya ilmiah makalah-Skripsi-Tesis-disertasi* (Bandung: Sinar Baru Argasindo, 2001).

<sup>34</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).

indikator apa saja untuk mendukung analisa dari variabel tersebut.<sup>35</sup> Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah layanan *online food delivery*. Layanan *online food delivery* adalah sebuah layanan *online-to-offline* (O2O). *Platforms* layanan *online food delivery* memiliki banyak restoran melayani dan menghubungkan antara restoran dengan konsumen. Layanan *online food delivery* yang dimaksud pada penelitian ini adalah *Grab Food* dan *Go Food*.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner. Variabel terikat ini digunakan untuk mengetahui atau menentukan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Peningkatan penjualan yang dimaksud adalah peningkatan pendapatan dari hasil usaha kuliner.

## E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>36</sup> Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan objek penelitian yang memiliki ciri-ciri tertentu.<sup>37</sup> Populasi

---

<sup>35</sup> Azuar Juliandi, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis* (Medan: M2000, 2013).

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009).

<sup>37</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010).

adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti”.<sup>38</sup> Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dari benda-benda alam yang lain. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 23 pemilik usaha kuliner yang bergabung di aplikasi *Grab Food* dan *Go Food*.

## 2. Sampel

Sampel dalam sebuah penelitian dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Data dapat dilihat akurat atau tidaknya tergantung dari sebuah sampel yang telah diperoleh dalam sebuah penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.”<sup>39</sup>

Teknik pengambilan sampel (teknik sampling) adalah teknik yang digunakan untuk mengambil anggota sampel yang merupakan sebagian dari populasi. Teknik sampling digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representatifnya terhadap populasi. Cara yang digunakan untuk pengambilan sampel ada beberapa macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih mejadi anggota sampel. Sedangkan *Non probability sampling* adalah teknik yang tidak

---

<sup>38</sup> Mathematics.

<sup>39</sup> Sugiyono.

memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota untuk dipilih menjadi sampel.<sup>40</sup>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh yang termasuk dalam *non probability sampling*. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampling jenuh ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil. Istilah lain sampling jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.<sup>41</sup> Populasi dalam penelitian ini berjumlah 23 karyawan, maka sampel yang digunakan adalah berjumlah 23 pelaku usaha karena menggunakan sampel jenuh.

## **F. Sumber Data**

### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari subjeknya.<sup>42</sup> Data diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

---

<sup>40</sup> Sugiyono,

<sup>41</sup> Sugiyono.

<sup>42</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006).

## 2. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dilapangan.<sup>43</sup> Pada penelitian ini data diperoleh secara *manual*, *online* atau kombinasi keduanya. Adapun data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui literature-literatur buku pustaka maupun online yang berkaitan dengan layanan *online food delivery* (*Grab Food* dan *Go Food*).

### G. Prosedur Penelitian

Penulis menempuh tahapan-tahapan penelitian agar dapat memperoleh hasil yang optimal yaitu:

1. Tahap Konseptual (merumuskan dan mengidentifikasi masalah, meninjau kepustakaan yang relevan, mendefinisikan kerangka teoritis, merumuskan hipotesis).
2. Fase Perancangan dan Perencanaan (memilih rancangan penelitian, mengidentifikasi populasi yang diteliti, mengkhususkan metode untuk mengukur variabel penelitian, merancang rencana sampling, mengakhiri dan meninjau rencana penelitian, melaksanakan penelitian dan melakukan revisi).
3. Membuat Instrumen.
4. Fase Empirik (pengumpulan data, persiapan data untuk di analisis) mengumpulkan data penelitian yang telah dilaksanakan di lapangan.

---

<sup>43</sup> Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005).

5. Fase Analitik (menganalisis data dan menghitung hasil data penelitian), mengolah dan menganalisis data hasil penelitian. Data yang telah dikumpulkan dari lapangan diolah dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan-kesimpulan yang diantaranya kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis penelitian.
6. Fase Diseminasi, mendesain hasil penelitian. Pada tahap akhir, agar hasil penelitian dapat dibaca, dimengerti, dan diketahui oleh pembaca maka hasil penelitian tersebut disusun dalam bentuk kesimpulan dari hasil penelitian.

Prosedur dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan alur berikut:



**Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian**

#### **H. Instrumen Penelitian**

Prinsip penelitian adalah melakukan pengukuran, maka dengan itu harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam sebuah penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi, “Instrumen penelitian adalah suatu alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati, agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya

lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga lebih mudah diolah”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen berupa angket tertutup, yaitu kuesioner yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban lengkap sehingga responden hanya memilih salah satu jawaban yang tersedia.

### **I. Teknik Pengumpulan Data**

Cara yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian guna menjawab rumusan masalah penelitian disebut dengan teknik pengumpulan data.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya:

#### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan atau riset terhadap suatu objek secara cermat dan langsung dilakukan dilokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti.

#### **2. Angket (Kuesioner)**

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.<sup>45</sup> Cara mengumpulkan data dengan mengirim kuisisioner. Angket dalam penelitian ini hasilnya berfungsi untuk memberikan informasi kepada pembaca terkait dengan jawaban dari responden, dan penggunaan angket ini untuk mendapatkan data tentang

---

<sup>44</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi Tesis Desertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

<sup>45</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

penggunaan *Grab Food* dan *Go Food*. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah yang berhubungan dengan peningkatan penjualan usaha kuliner.

Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket langsung, yang berbentuk *skala likert* dengan pertanyaan bersifat tertutup yaitu dengan jawaban atas pertanyaan yang diajukan telah tersedia. Dalam hal ini, peneliti memberikan beberapa *alternative* jawaban kepada responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, dan selanjutnya responden memilih *alternative* jawaban yang sesuai dengan pengetahuannya dengan memberi tanda *check list* (√) Pada *alternative* jawaban tersebut. Instrumen tersebut menggunakan *skala likert* dengan *gradasi* jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya *monumental* dari seseorang. Metode ini digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dengan cara tidak langsung atau turun langsung terkait kejadian di lapangan sebagai bahan untuk membuat laporan. Metode dokumentasi yaitu “mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.”<sup>46</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi yang difungsikan kepada peneliti dan pembaca pada umumnya, untuk

---

<sup>46</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010).

mengetahui usaha-usaha yang menggunakan layanan *online food delivery* yaitu *Grab Food* dan *Go Food*.

#### 4. Wawancara

Wawancara yaitu dialog dengan mengadakan pertanyaan yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi. Penulis mendapatkan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha kuliner.

### J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif. Metode analisis data ini berdasarkan data dari kuesioner dan dapat digunakan untuk mengkuantifikasi metode statistik Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.

#### 1. Uji Instrumen

##### a) Uji Validitas

*Validitas* ialah suatu pengukuran dengan menunjukkan tingkatan *validitas* dan kesahihan suatu instrument tersebut. Uji *validitas* item butir pertanyaan yaitu mengkorelasi antara skor *item* dengan total *item*, kemudian melakukan koreksi terhadap nilai *koefisien* korelasi. Tingkat *validitas* instrumen ini dapat dianalisa dengan cara mengkorelasikan *score* item tiap pernyataan dan skor total untuk seluruh pernyataan. Harga *koefisiensi* dalam penelitian ini dikatakan valid apabila harga *koefisien*  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan dalam instrumen dinyatakan tidak valid.

## b) Uji Reliabilitas

Uji *Reliabilitas* ialah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner dalam sebuah penelitian *konstruktif*. Kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika konsisten dari waktu ke waktu diatas ketentuan yang ditetapkan. Uji *reliabilitas* dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran *koefisien* dari *alpha*. Uji reliabilitas yang dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai *alpha* > 0,60 maka *reliabel*, dalam hal ini peneliti menggunakan rumusan *Cronbach Alpha*. Untuk mengetahui hasil uji *reliabilitas*, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara *alpha* ( $\alpha$ ) dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Suatu *konstruktif* atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

## c) Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas Data

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*Independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*), serta apakah data yang didistribusikan normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan Uji Shapiro-Wilk.

### 2) Uji Linieritas

Tujuan dari uji yang dilakukan dalam penelitian ialah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan langsung antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Dalam hal ini biasanya digunakan sebagai persyaratan metode regresi linier.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji *heterokedastisitas* berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Sebaiknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama atau *konstan* maka disebut *homoskedastisitas*.<sup>47</sup> Model regresi yang baik adalah *homoskedastisitas* atau yang tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Data yang terjadi *heteroskedastisitas* kebanyakan terjadi pada data yang menggunakan data miring *crosssection* karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran mulai dari yang kecil, sedang hingga yang besar.<sup>48</sup>

#### d. Analisis Regresi

Dalam penelitian ini, analisis digunakan untuk regresi linier sederhana, termasuk dua variabel, satu variabel yang berupa variabel terikat, dan variabel kedua berupa variabel bebas. Variabel Model regresi linier sederhana yaitu:

$$Y=a+bX$$

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel Y berdasarkan nilai variabel X

a = Titik potong Y adalah jumlah dari Y ketika X=0

<sup>47</sup> Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pengantar Statistika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).

<sup>48</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS I* (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, 2011).

b = Kemiripan atau slope atau perubahan rata-rata dalam y untuk setiap perubahan dari satu unit x, baik berupa peningkatan maupun penurunan

X = Nilai variabel X yang terpilih

e. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan sebagai tingkatan maupun kekuatan pengaruh antar variabel bebas (X) secara *parsial* (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% (0,05).

2. Koefisien Determinasi (Uji- $R^2$ )

Suatu nilai yang menggambarkan berapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen dikatakan *koefisien determinasi*. Dengan mengetahui nilai *koefisien determinasi* bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi untuk memprediksi variabel *dependen*. Nilai *R square* ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar *presentase* perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas secara bersama-sama. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung *koefisien determinasi*:

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

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Desa Bontoala Kecamatan Pallangga

Salah satu kecamatan di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, adalah Pallangga. Wilayah Bontoala memiliki kode 73.06.07.2005. Kelurahan Bontoala memiliki luas sekitar +0,13 km. Desa Bontoala sebagian besar merupakan daratan. Desa Bontoala juga memiliki sungai dengan panjang 1 km dengan luas aliran sungai 0,25 km.

**Gambar 4.1**

**Peta Desa Bontoala Kecamatan Pallangga**



*Sumber: Kantor Desa Bontoala Kecamatan Pallangga*

Namanya berasal dari kata "Bontoala", yang artinya "bonto", yang artinya "bukit atau gunung-gunung kecil", dan "ala", yang artinya "hutan atau pohon kecil yang tumbuh di atas gunung. Jadi, orang-orang di sekitarnya setuju untuk memberinya nama bontoala.

Sedangkan batas-batas wilayah di Desa Bontoala adalah :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Somba Opu
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Pangkabinanga
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Je'netallasa
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Taeng

## **B. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Karakteristik Responden**

Adapun karakteristik responden dari hasil penyebaran angket dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden**

<b>No</b>	<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
1.	Jenis Usaha:		
	1. Aneka kue dan makanan ringan	7	30,4%
	2. Gerobakan atau kaki lima	5	21,7%
	3. Warung makan	6	26,1%
	4. Katering	1	4,3%
	5. Minuman	4	17,4%
	Total	23	100%

2.	Lama Usaha Beroperasi:		
	1. 5 Tahun	2	8,7%
	2. 3 Tahun	9	39,1%
	3. 1 Tahun 8 Bulan	1	4,3%
	4. 1 Tahun	5	21,7%
	5. 4 Bulan	2	8,7%
	6. 3 Bulan	2	8,7%
	7. 2 Bulan	1	4,3%
	8. 1 Bulan	1	4,3%
	Total	23	100%

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Dari data yang terkumpul, jumlah responden berdasarkan jenis usaha aneka kue dan makanan ringan yaitu 7 pelaku usaha dengan *presentase* 30,4%, gerobakan atau kaki lima yaitu 5 pelaku usaha dengan *presentase* 21,7%, warung makan yaitu 6 pelaku usaha dengan *presentase* 26,1%, katering yaitu 1 pelaku usaha dengan *presentase* 4,3%, minuman yaitu 4 pelaku usaha dengan *presentase* 17,4%. Jumlah responden berdasarkan lama usaha beroperasi 5 tahun yaitu 2 pelaku usaha dengan *presentase* 8,7%, 3 tahun yaitu 9 pelaku usaha dengan *presentase* 39,1%, 1 tahun 8 bulan yaitu 1 pelaku usaha dengan *presentase* 4,3%, 1 tahun yaitu 5 pelaku usaha dengan *presentase* 21,7%, 4 bulan yaitu 2 pelaku usaha dengan *presentase* 8,7%, 3 bulan yaitu 2 pelaku usaha dengan *presentase* 8,7%, 2 bulan yaitu 1 pelaku usaha dengan *presentase* 4,3%, dan 1 bulan yaitu 1 pelaku usaha dengan *presentase* 4,3%.

## 2. Uji Validitas

Pengujian validasi digunakan untuk mengukur apakah valid atau sah nya pertanyaan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner. Uji validasi pada penelitian ini diolah menggunakan *SPSS Statistics Version 23*. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner dengan skor total pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel 23 orang. Untuk pengujian validitasnya, maka peneliti membandingkan *person correlation* setiap butir soal dengan table r produk moment. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid dimana  $r_{tabel}$  sebesar 0,413. Hasil uji validitas dapat disajikan pada table dibawah ini:

**Tabel 4. 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	$R_{tabel}$ (Tarf Signifikansi 5 %)	Ket
X	X1	0,663	0,413	Valid
	X2	0,721		Valid
	X3	0,682		Valid
	X4	0,706		Valid
	X5	0,649		Valid

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

**Tabel 4. 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	$R_{\text{tabel}}$ (Taraf Signifikansi 5 %)	Ket
Y	Y1	0,653	0,413	Valid
	Y2	0,671		Valid
	Y3	0,782		Valid
	Y4	0,847		Valid
	Y5	0,621		Valid

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Maka dapat dilihat dari tabel diatas bahwa koefisien validitas  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  dan hasil uji validitas dapat dinyatakan valid dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

### 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau konsisten.

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reabilitas Coeficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
Layanan Online Food Delivery (X)	5 Item Pernyataan	0,704	Reliabel
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)	5 Item Pernyataan	0,762	Reliabel

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Dapat dilihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa *alpha* variabel *Layanan Online Food Delivery* ( $\alpha X$ ) sebesar 0,704 dan *alpha* variabel Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner ( $\alpha Y$ ) sebesar 0,762 lebih besar dari 0,60 maka hasil uji reabilitas dapat dinyatakan reliabel.

#### 4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah *residual* berdistribusi normal atau tidak dalam uji normalitas, yaitu dengan cara analisis grafik dan analisis statistik. Uji normalitas ini akan menggunakan uji *Shapiro-Wilk*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Shapiro-Wilk*, jika nilai *signifikansi*  $> 0,05$  maka nilai *residual* berdistribusi normal dan jika nilai *signifikansi*  $< 0,05$  maka nilai *residual* tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. 5**

**Hasil Uji Normalitas dengan Shapiro-Wilk**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	,148	23	,200*	,924	23	,081
Y	,167	23	,097	,927	23	,095

*Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23*

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas diketahui bahwa variabel *Layanan Online Food Delivery* (X) memiliki nilai *signifikansi* 0,081  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai *residual* berdistribusi normal. Dan variabel Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y) memiliki nilai *signifikansi*

$0,095 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai *residual* berdistribusi normal.

### 5. Uji Linieritas

Pengujian linearitas dilakukan dalam pengujian model persamaan regresi suatu variabel Y atas variabel X. Uji linieritas digunakan guna pemenuhan syarat analisis regresi yang mengharuskan adanya hubungan fungsional antara X dan Y pada populasi yang linear. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikansi mempunyai pengaruh linear atau tidak. Pengambilan keputusan pengujian berdasarkan, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear dan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  tidak terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Linieritas**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	55,885	6	9,314	10,242	,000
Linearity	51,870	1	51,870	57,039	,000
Deviation from Linearity	4,015	5	,803	,883	,515
Within Groups	14,550	16	,909		
Total	70,435	22			

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Dari hasil tabel pengujian diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,515 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan *linear* yang signifikan antara *Layanan Online Food Delivery* dengan Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner.

## 6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari nilai *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari nilai *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika *variance* dari nilai *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan uji *glejser*. Prinsip kerja uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* ini adalah dengan cara meregresikan variabel *independent* terhadap nilai *Absolute residual* atau *Abs\_RES*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4. 7**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,603	1,889		,849	<b>,406</b>
	X	-,044	,083	-,114	-,528	<b>,603</b>

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel layanan *online food delivery* (X) adalah 0,603. Karena nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel layanan *online food delivery* (X) adalah 0,603 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *glejser*,

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 7. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif layanan *online food delivery* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Analisis ini menggunakan data berdasarkan kuesioner yang dibagikan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 8**

### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,992	2,585		1,157	,260
Layanan Online Food Delivery	,865	,113	,858	7,660	,000

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Dari tabel diatas menunjukkan hasil yang diperoleh yaitu:

- a = Angka konstan dari unstandardized coefficients. Nilainya sebesar 2,992. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada layanan online food delivery (X) maka nilai nilai konsisten peningkatan penjualan usaha kuliner (Y) adalah sebesar 2,992.
- b = Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,865. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat layanan online food delivery (X), maka peningkatan penjualan usaha kuliner (Y) akan meningkat

sebesar 0,865.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh layanan online food delivery (X) terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner (Y) adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel layanan *online food delivery* (X) berpengaruh terhadap variabel peningkatan penjualan usaha kuliner (Y). Sehingga persamaan regresinya yaitu:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 2,992 + 0,865 X$$

#### 8. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila nilai signifikan (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka suatu variabel dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang lain. Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Nilai  $t_{tabel}$  dengan *alpha* 5% dan n (jumlah sampel) dikurangi k (jumlah variabel) yang digunakan maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 2,080.

**Tabel 4. 9****Hasil Uji-t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,992	2,585		<b>1,157</b>	,260
Layanan Online Food Delivery	,865	,113	,858	<b>7,660</b>	,000

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Pada Tabel diatas diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,660 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,080 dengan nilai sigifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa layanan *online food delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai Signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa layanan *online food delivery* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Desa Bontoala.

### 9. Koefisien Determinasi (Uji- $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan *online food delivery* (X) terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner (Y), dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan *Koefisien Determinasi* (KD).

**Tabel 4. 10****Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	<b>,736</b>	,724	,94024

Sumber: Analisis data SPSS Statistics 23

Dari hasil Tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0,858. Dari *output* tersebut diperoleh *koefisien determinasi (R Square)* sebesar 0,736 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Layanan *online food delivery*) terhadap variabel terikat (Peningkatan penjualan usaha kuliner) adalah sebesar 73,6%.



## 10. Pembahasan

### a. Pengaruh Layanan *Online Food Delivery* yang Menggunakan Akad Salam Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner

Berdasarkan hasil pengujian olah data, diketahui bahwa layanan *online food delivery* berpengaruh positif terhadap Peningkatan penjualan usaha kuliner sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan, artinya setiap terjadinya penambahan penggunaan pada layanan *online food delivery* maka akan meningkatkan Penjualan usaha kuliner. Jika ada penurunan pada penggunaan layanan *online food delivery* maka akan menurunnya penjualan usaha kuliner. Hal ini yang diperkuat dan didukung oleh nilai sig. lebih kecil dari nilai *alpha* yaitu  $0,000 < 0,05$  artinya layanan *online food delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Selanjutnya dapat dilihat hasil dari  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $7,660 > 2,080$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa layanan *online food delivery* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan penjualan usaha kuliner Di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang diteliti oleh Agus Dwi Cahya bahwa layanan *go-food* memiliki hubungan *positif* terhadap peningkatan penjualan kuliner. hal ini diperkuat dari hasil  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,431 > 2,021$ . Dan nilai sig  $0,020 < 0,05$ . Pengaruh layanan *Go Food* terhadap peningkatan penjualan adalah sebesar 13,5%. Sehingga Hipotesis yang menyatakan bahwa layanan *Go Food*

(X) berpengaruh dalam meningkatkan penjualan pada kuliner (Y) diterima.<sup>49</sup> Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irham Hafiyyan menunjukkan bahwa dengan adanya aplikasi *Go Food* yang digunakan oleh penjual usaha kuliner memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Sehingga dengan adanya kenaikan omzet pendapatan yang diperoleh bukan tidak mungkin mereka akan terus menggunakan *Go Food*. Layanan *Go Food* terhadap peningkatan penjualan adalah sebesar 25,6%. Hasil perhitungan uji t dengan melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. sebesar 0,004 alpha 0,05. Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan *Go Food* terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner di Kelurahan Jagir.<sup>50</sup>

Selain itu dengan hadirnya layanan *online food delivery* dapat dinggap sebagai contoh praktis dari transaksi jual beli yang sah dan tidak curang. Namun perlu diingat bahwa transaksi jual beli yang sah harus dilakukan oleh penjual dan pembeli yang ridho, dan barang atau jasa yang dijual haruslah halal dan tidak dilarang oleh syariat Islam. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Q.S. An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah

<sup>49</sup> Cahya et al.

<sup>50</sup> Hafiyyan et al.

kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.<sup>51</sup>

Ayat di atas menerangkan bahwa Islam membenarkan adanya jual beli. Begitupun dalam prakteknya, jual beli manusia tidak boleh menzhalimi sesama manusia dengan cara memakan harta secara bathil. Kecuali jual beli tersebut dilaksanakan dengan merelakan antara keduanya baik secara lahir maupun bathin. Jadi jual beli hukumnya adalah boleh dengan ketentuan harus suka sama suka dan tidak saling menzhalimi. Berdasarkan hasil penelitian yang ada, layanan *online food delivery* berpengaruh terhadap penjualan usaha kuliner karena dengan penggunaan layanan tersebut lebih menghemat waktu dan tenaga dalam membeli makanan, serta menawarkan metode pembayaran yang lebih bervariasi dan praktis, kerap memberikan promosi dan diskon yang dapat menguntungkan konsumen sehingga makanan yang di *order* lebih murah dari harga biasanya, hal ini menarik banyak konsumen yang mengakibatkan penjualan meningkat. Sehingga terdapat pengaruh antara layanan *online food delivery* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga.

**b. Tingkat penjualan usaha kuliner setelah bergabung dengan *Grab Food* dan *Go Food***

Tingkat penjualan usaha kuliner setelah bergabung dengan layanan *online food delivery* juga mengalami peningkatan jumlah pesanan dan juga peningkatan pendapatan dari hasil penjualan usaha kuliner. Pelaku usaha kuliner merasa jika menggunakan layanan *online food delivery* membantu

---

<sup>51</sup> Kementerian Agama RI, hal. 83.

memperluas jangkauan pasar usaha kuliner mereka sehingga tingkat penjualan meningkat dan juga kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi karena memberi dampak dalam meningkatkan penjualan.

Keterkaitan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada kajian teori yang membahas tentang peningkatan penjualan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain yaitu kondisi dan kemampuan penjual dan kondisi pasar. Dengan menggunakan layanan *online food delivery* peningkatan penjualan dapat tercapai jika kedua faktor tersebut terpenuhi. Keterkaitan dari kedua faktor diatas menunjukkan bahwa tingkat penjualan telah mengalami peningkatan. Melalui penelitian ini para pelaku usaha kuliner telah merealisasikan dan memenuhi kedua faktor tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang diteliti oleh Sry Wahyuni bahwa Tingkat penjualan usaha kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Seluruh pelaku usaha mengalami peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dan menjadi mitra dari *Go Food* dan *Grab Food* bahkan salah satu pengusaha yang berada di kelurahan tersebut ada yang mengalami peningkatan secara signifikan hingga melebihi 100%.<sup>52</sup> Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Mimi Cahayani bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* membawa dampak positif kepada pelaku usaha kuliner yang bergabung ke dalam layanan aplikasi dan menjadi mitra. Pengusaha kuliner mengungkapkan kepuasan mereka semenjak

---

<sup>52</sup> Sry Wahyuni, "Analisis Dampak Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)," *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan*, 2020.

bergabung ke dalam aplikasi karena memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan budget dan mempermudah transaksi.<sup>53</sup>

Dari jawaban responden berdasarkan hasil kuesioner tentang adanya peningkatan jumlah pesanan setelah menggunakan layanan *online food delivery*, dari total 23 responden 17 pelaku usaha kuliner memberikan jawaban sangat setuju dan 6 pelaku usaha kuliner memberikan jawaban setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan usaha kuliner meningkat setelah menggunakan layanan *online food delivery*.



---

<sup>53</sup> Cahayani.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis dampak layanan *online food delivery* yang menggunakan akad salam terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner dan berbagai uraian yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Layanan *online food delivery* memberikan pengaruh sebesar 73,6% terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Secara hasil uji t atau parsial, layanan *online food delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner sehingga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,660 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,080 dengan nilai sigifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti  $H_1$  diterima bahwa layanan *online food delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner karena dengan penggunaan layanan tersebut lebih menghemat waktu dan tenaga dalam membeli makanan, serta menawarkan metode pembayaran yang lebih bervariasi dan praktis, kerap memberikan promosi dan diskon yang dapat menguntungkan konsumen sehingga makanan yang di *order* lebih murah dari harga biasanya. Dengan adanya layanan tersebut dapat menarik banyak konsumen sehingga penjualan meningkat sehingga terdapat pengaruh antara layanan *online food delivery*

terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Desa Bontoala Kecamatan Pallangga.

2. Tingkat penjualan usaha kuliner setelah bergabung dengan layanan *online food delivery* juga mengalami peningkatan jumlah pesanan dan juga peningkatan pendapatan dari hasil penjualan usaha kuliner. Pelaku usaha kuliner setuju jika menggunakan layanan *online food delivery* membantu memperluas jangkauan pasar usaha kuliner mereka sehingga tingkat penjualan meningkat dan juga kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi karena memberi dampak dalam meningkatkan penjualan. Dari jawaban responden berdasarkan hasil kuesioner tentang adanya peningkatan jumlah pesanan setelah menggunakan layanan *online food delivery*, dari total 23 responden 17 pelaku usaha kuliner memberikan jawaban sangat setuju dan 6 pelaku usaha kuliner memberikan jawaban setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan usaha kuliner meningkat setelah menggunakan layanan online food delivery.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha kuliner diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk yang dijual, inovasi tehnik promosi, dan selera konsumen.
2. Bagi Grab dan Gojek diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, dan mempertahankan profesionalitas guna mempertahankan

kepercayaan serta kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *Grab Food* dan *Go Food*.

3. Saran yang diajukan peneliti bagi penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian secara mendalam dengan faktor-faktor yang berbeda mengenai dampak *Grab Food* dan *Go Food* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner karena objek penelitian tersebut menarik dan masih bisa dieksplorasi lebih lanjut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya, Kementrian Agama RI. (Surabaya: Halim, 2014)
- Alamsyah, Yuyun, *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisonal* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008)
- Az-zahra, Handira Nurul, Vadilla Aries Tanya, dan Nurliana Cipta Apsari, "Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2.2 (2021), 156 <<https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>>
- Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)
- Cahayani, Mimi, "Analisis Keberadaan *Go Food* Dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram," *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 5.1 (2021), 90–103 <<https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3333>>
- Cahya, Agus Dwi, Mahdianto F., Dimas Martha, dan Singgih Prasetianto, "Analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di yogyakarta," *Jurnal Manajemen*, 13.2 (2021), 264–72
- Cristopher Lovelock dan Jochen witz, *Pemasaran Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 1997)
- Hafiyyan, Muhammad Irham, Gita Miranti Mauren, Mein Kharnolis, dan Asrul Bahar, "Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar Go-Food Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya)," *Student Research Journal*, 1.4 (2023), 253–62
- Hajra, Hajra, dan Siti Walida Mustamin, "Analisis Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah (Studi Pegadaian Syariah Kabupaten Gowa)," *Jurnal Pilar : Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13.1 (2022), 1–16
- Harun, Harun, 'JUAL BELI JASA LEWAT FITUR GRABFOOD CARA BAYAR SISTEM OVO DALAM APLIKASI GRAB PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Tinjauan Teori Akad Jual Beli Salam)', Suhuf, 2021, pp. 1–10 <<https://journals.ums.ac.id/index.php/suhuf/article/view/15012/6688>>
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS I* (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, 2011)

- Indrawati, Veni, *Manajemen Usaha Boga* (Yogyakarta: UNY Press, 2008)
- Jasri, Jasri, Sitti Walida Mustamin, dan Sri Nurmayanti, “Analisis Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah untuk Mencapai Kesejahteraan Masyarakat,” *Jurnal Penelitian UPR*, 3.2 (2023), 47–54 <<https://doi.org/10.52850/jptupr.v3i2.10729>>
- Juliandi, Azuar, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis* (Medan: M2000, 2013)
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi Tesis Desertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim, 2014)
- Lutfiah, EvI, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-jek Fitur Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta),” 2019, 24
- Mathematics, Applied, “Pengaruh Kemampuan Wirausaha, Peluang Usaha Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Kuliner Di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa,” 25.1 (2016), 1–23
- Mindarti, Nadiah Arum, Made Siti Sundari, dan Sugeng Hariadi, “Bisnis Online: Preferensi Konsumen Terhadap Layanan Online Food Delivery,” 24.2 (2020), 34–40
- Muh. Adzim Masogi, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Telkomsel Pada PT. Ardan Masogi di Kabupaten Pinrang* (Makassar, 2014)
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005)
- Nanasudjana, *Tuntunan penyusunan Karya ilmiah makalah-Skripsi-Tesis-disertasi* (Bandung: Sinar Baru Argasindo, 2001)
- Nasution, Amrin Mulia Utama, Isnaniah Lailikhatmisafitri, dan Patar Marbun, “Keberhasilan Usaha Kuliner Dilihat Dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet),” *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3.3 (2021), 1219–29 <<https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>>
- Nuramdini, Hesti, dan Ce Gunawan, “Gambaran Kemampuan Inovasi (Innovation Capability) Para Pelaku Usaha Kuliner di Sukabumi,” *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5.6 (2022), 526–31 <<https://doi.org/10.32493/fb.v4i2.152>>

158.23597>

- R, Rijal, “Dampak Ketersediaan Kurir Online Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Masamba (Studi Kasus Pelaku Usaha Makan Dan Minum),” *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2022
- Redaksi Agromedia, *Peluang Bisnis Makanan* (Jakarta: Agromedia Pustaka, 2007)
- Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016)
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010)
- Sari, Dewi Meliana, Anisa Pratiwi, Aulia Ismiyani Mubariqoh, Muhammad Gusti Andika, Silvia Ayu Nuraini, dan Annisa Fitri, “Dampak Layanan Online Food Delivery Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner Di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8.3 (2021), 913 <<https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.6149>>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Research* (Bandung: Tarsoto, 1995)
- , *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010)
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006)
- Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005)
- , *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga* (Yogyakarta: BPF, 2001)
- Wahyuni S, “Analisis dampak keberadaan gofood dan grabfood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner,” *Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner*, 2020, 1–98
- Wahyuni, Sry, “Analisis Dampak Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan),” *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan*, 2020
- Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)
- Wulan Ayodya, *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2016)
- , *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis* (Jakarta: Elex Media

Komputindo, 2007)

Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pengantar Statistika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016)



**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**



**Lampiran 1 : Angket****KUESIONER PENELITIAN**

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang “*Analisis Dampak Adanya Layanan Online Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)*”. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan anda, saya mohon dengan hormat kesediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipan anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan terima kasih.

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama Responden :  
 Nama Usaha :  
 Jenis Usaha :  
 Lokasi Usaha :  
 Lama Usaha Beroperasi :

**DAFTAR KUESIONER:**

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 N : Netral  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>X</b>	<b>LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY:</b>					
1	Saya merasa layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) memudahkan pelanggan untuk memesan makanan.					
2	Saya percaya bahwa layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) membantu meningkatkan jangkauan pasar usaha kuliner saya.					
3	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh platform online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) yang saya gunakan.					
4	Saya merasa layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) membantu memperluas pangsa pasar usaha kuliner saya.					
5	Saya merasa layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) membantu meningkatkan kecepatan proses pemesanan makanan.					
<b>Y</b>	<b>PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER:</b>					
1	Saya melihat peningkatan jumlah pesanan setelah menggunakan layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> )					
2	Saya percaya bahwa menggunakan layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) telah meningkatkan pendapatan usaha kuliner saya.					
3	Saya merasa layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) membantu menarik pelanggan baru ke usaha kuliner saya.					
4	Saya melihat peningkatan jumlah pelanggan setia setelah menggunakan layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ).					
5	Saya percaya bahwa layanan online food delivery ( <i>Grab Food</i> dan <i>Go Food</i> ) telah memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan usaha kuliner saya.					

## Lampiran 2 : Data

### a. Tabulasi Angket

Pernyataan						Pernyataan					
X1	X2	X3	X4	X5	X	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	21
4	4	5	5	5	23	5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23
5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23
5	5	5	4	3	22	4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22
5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	5	22
4	4	5	4	5	22	5	4	4	4	5	22
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	5	23
5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	4	21

### b. Karakteristik Responden

		Jenis Usaha			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aneka Kue dan Makanan Ringan	7	30,4	30,4	30,4
	Gerobakan atau Kaki Lima	5	21,7	21,7	52,2
	Katering	1	4,3	4,3	56,5
	Minuman	4	17,4	17,4	73,9
	Warung Makan	6	26,1	26,1	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

### Lama Usaha Beroperasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 Bulan	1	4,3	4,3	4,3
1 Tahun	5	21,7	21,7	26,1
1 Tahun 8 Bulan	1	4,3	4,3	30,4
2 Bulan	1	4,3	4,3	34,8
3 Bulan	2	8,7	8,7	43,5
3 Tahun	9	39,1	39,1	82,6
4 Bulan	2	8,7	8,7	91,3
5 Tahun	2	8,7	8,7	100,0
Total	23	100,0	100,0	

### c. Uji Validitas

#### Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	Layanan Online Food Delivery (X)
X1	Pearson Correlation	1	,833**	,190	,215	,113	,663**
	Sig. (2-tailed)		,000	,386	,326	,608	,001
	N	23	23	23	23	23	23
X2	Pearson Correlation	,833**	1	,478*	,214	,066	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000		,021	,327	,764	,000
	N	23	23	23	23	23	23
X3	Pearson Correlation	,190	,478*	1	,422*	,326	,682**
	Sig. (2-tailed)	,386	,021		,045	,128	,000
	N	23	23	23	23	23	23
X4	Pearson Correlation	,215	,214	,422*	1	,526**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,326	,327	,045		,010	,000
	N	23	23	23	23	23	23
X5	Pearson Correlation	,113	,066	,326	,526**	1	,649**
	Sig. (2-tailed)	,608	,764	,128	,010		,001
	N	23	23	23	23	23	23
Layanan Online Food Delivery (X)	Pearson Correlation	,663**	,721**	,682**	,706**	,649**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,001	
	N	23	23	23	23	23	23

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

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

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	,292	,402	,490*	,292	,653**
	Sig. (2-tailed)		,177	,057	,018	,177	,001
	N	23	23	23	23	23	23
Y2	Pearson Correlation	,292	1	,415*	,388	,292	,671**
	Sig. (2-tailed)	,177		,049	,067	,176	,000
	N	23	23	23	23	23	23
Y3	Pearson Correlation	,402	,415*	1	,708**	,238	,782**
	Sig. (2-tailed)	,057	,049		,000	,273	,000
	N	23	23	23	23	23	23
Y4	Pearson Correlation	,490*	,388	,708**	1	,388	,847**
	Sig. (2-tailed)	,018	,067	,000		,067	,000
	N	23	23	23	23	23	23
Y5	Pearson Correlation	,292	,292	,238	,388	1	,621**
	Sig. (2-tailed)	,177	,176	,273	,067		,002
	N	23	23	23	23	23	23
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)	Pearson Correlation	,653**	,671**	,782**	,847**	,621**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,002	
	N	23	23	23	23	23	23

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

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

#### d. Uji Reliabilitas

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	23	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	23	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	23	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	23	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	18,17	2,241	,461	,656
X2	18,26	2,111	,531	,627
X3	18,09	2,265	,506	,642
X4	18,30	2,130	,509	,636
X5	18,48	2,079	,349	,720

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	17,91	2,447	,499	,735
Y2	18,17	2,241	,464	,743
Y3	18,30	2,040	,625	,685
Y4	18,39	1,794	,703	,649
Y5	18,17	2,332	,396	,766

### e. Uji Normalitas

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Layanan Online Food Delivery (X)	23	100,0%	0	0,0%	23	100,0%
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)	23	100,0%	0	0,0%	23	100,0%

#### Descriptives

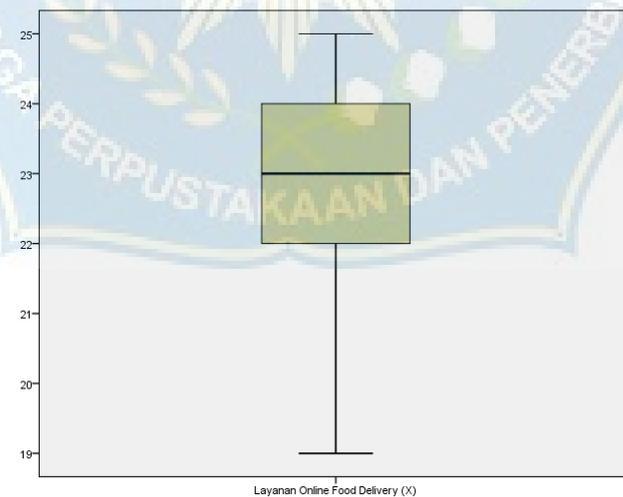
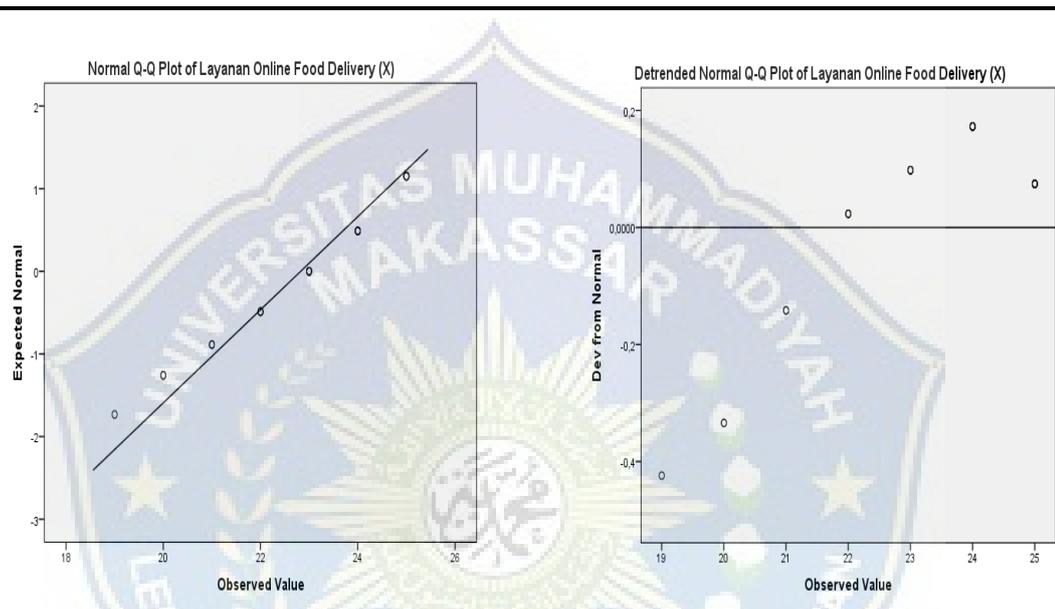
		Statistic	Std. Error	
Layanan Online Food Delivery (X)	Mean	22,83	,370	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	22,06	
		Upper Bound	23,59	
	5% Trimmed Mean	22,91		
	Median	23,00		
	Variance	3,150		
	Std. Deviation	1,775		
	Minimum	19		
	Maximum	25		
	Range	6		
	Interquartile Range	2		
	Skewness	-,514	,481	
	Kurtosis	-,536	,935	
	Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)	Mean	22,74	,373
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	21,97	
		Upper Bound	23,51	
5% Trimmed Mean		22,81		
Median		23,00		
Variance		3,202		
Std. Deviation		1,789		
Minimum		19		
Maximum		25		
Range		6		
Interquartile Range		3		
Skewness		-,404	,481	
Kurtosis		-,691	,935	

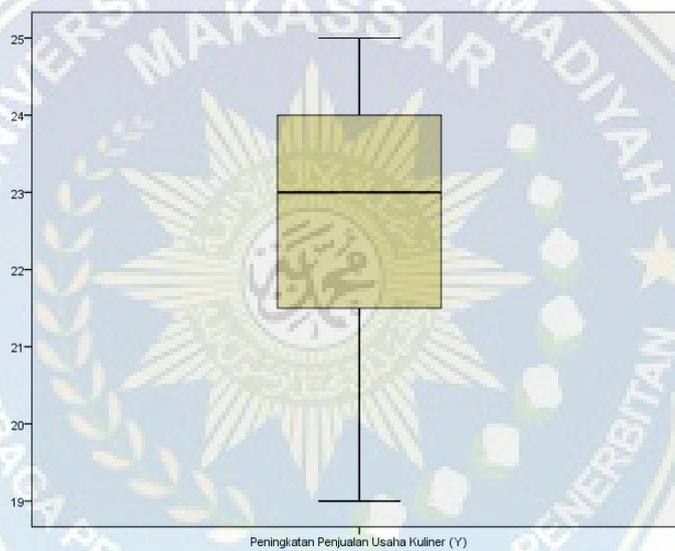
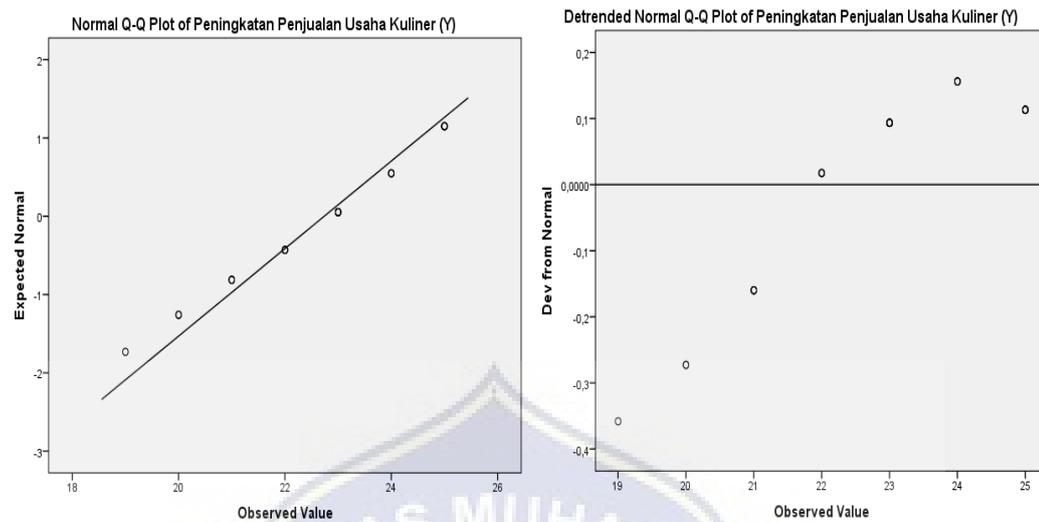
### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Layanan Online Food Delivery (X)	,148	23	,200 <sup>*</sup>	,924	23	,081
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)	,167	23	,097	,927	23	,095

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction





#### f. Hasil Uji Linieritas

##### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y) * Layanan Online Food Delivery (X)	23	100,0%	0	0,0%	23	100,0%

### Report

Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)

Layanan Online Food Delivery (X)	Mean	N	Std. Deviation
19	21,00	1	.
20	20,00	2	,000
21	21,00	2	,000
22	21,50	4	1,732
23	23,00	5	,707
24	23,75	4	,957
25	24,80	5	,447
Total	22,74	23	1,789

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y) * Layanan Online Food Delivery (X)	Between Groups	(Combined)	55,885	6	9,314	10,242	,000
		Linearity	51,870	1	51,870	57,039	,000
		Deviation from Linearity	4,015	5	,803	,883	,515
	Within Groups		14,550	16	,909		
Total			70,435	22			

### Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y) * Layanan Online Food Delivery (X)	,858	,736	,891	,793

### g. Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Layanan Online Food Delivery (X) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Abs\_RES

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,114 <sup>a</sup>	,013	-,034	,68707

a. Predictors: (Constant), Layanan Online Food Delivery (X)

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,132	1	,132	,279	,603 <sup>b</sup>
	Residual	9,913	21	,472		
	Total	10,045	22			

a. Dependent Variable: Abs\_RES

b. Predictors: (Constant), Layanan Online Food Delivery (X)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,603	1,889		,849	,406
	Layanan Online Food Delivery (X)	-,044	,083	-,114	-,528	,603

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### h. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Layanan Online Food Delivery (X) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,724	,940

a. Predictors: (Constant), Layanan Online Food Delivery (X)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51,870	1	51,870	58,672	,000 <sup>b</sup>
	Residual	18,565	21	,884		
	Total	70,435	22			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)

b. Predictors: (Constant), Layanan Online Food Delivery (X)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,992	2,585		1,157	,260
	Layanan Online Food Delivery (X)	,865	,113	,858	7,660	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)

**i. Hasil Uji Parsial (Uji-t)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,992	2,585		1,157	,260
	Layanan Online Food Delivery (X)	,865	,113	,858	7,660	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Y)

j. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $Uji=R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 <sup>a</sup>	,736	,724	,940

a. Predictors: (Constant), Layanan Online Food Delivery (X)

k. Tabel Distribusi Nilai r tabel

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263

I. Distribusi Nilai t tabel

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797

### Lampiran 3 : Dokumentasi



**Dokumentasi Pelaku Usaha Minuman**



**Dokumentasi Pelaku Usaha Warung Makan**



**Dokumentasi Pelaku Usaha Aneka Kue dan Makanan Ringan**



**Dokementasi Pelaku Usaha Warung Makan**



**Dokumentasi Pelaku Usaha Aneka Kue dan Makanan Ringan**



**Dokumentasi Pelaku Usaha Aneka Kue dan Makanan Ringan**

## Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

---

Nomor : 2822/05/C.4-VIII/XI/1445/2023 30 Rabiul Akhir 1445  
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 14 Nopember 2023 M  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
 di -  
 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1633/FAI/05/A.2-II/XI/1445/2023 tanggal 22 Nopember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **NIRAWATI**  
 No. Stambuk : **10525 1104320**  
 Fakultas : **Fakultas Agama Islam**  
 Jurusan : **Hukum Ekonomi Syariah**  
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"ANALISIS DAMPAK ADANYA LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER (STUDI KASUS PELAKU USAHA KULINER KECAMATAN PALLANGGA KABUPATEN GOWA)"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 28 Nopember 2023 s/d 28 Januari 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.  
 Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,  
  
**Muh. Arief Muhsin, M.Pd**  
**NBM 1127761**

11-23



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor : 29946/R.01/PTSP/2023 Kepada Yth.  
Lampiran : - Bupati Gowa  
Perihal : Izin penelitian

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 2822/05/C.4-VIII/XI/1445/2023 tanggal 14 November 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneiti dibawah ini:

Nama : NIRAWATI  
Nomor Pokok : 105251104320  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)  
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" ANALISIS DAMPAK ADANYA LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan  
Pallangga Kabupaten Gowa) "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 28 November 2023 s/d 28 Januari 2024

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 22 November 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.  
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,  
2. Peringgal.



**PEMERINTAH KABUPATEN GOWA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Website: dpmpstsp.gowakab.go.id || Jl. Masjid Raya No. 38 || Tlp. 0411-887188 || Sungguminasa 92111

Nomor : 503/1362/DPM-PTSP/PENELITIAN/XI/2023  
 Lampiran :  
 Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth.  
 Kepala Kecamatan Pallangga Kab. Gowa  
 di-  
Tempat

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sul-Sel Nomor : 29946/R.01/PTSP/2023 tanggal 22 November 2023 tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : **NIRAWATI**  
 Tempat/Tanggal Lahir : Tolitoli / 23 Juni 2001  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Nomor Pokok : 105251104320  
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
 Alamat : Perum Salsabila Blok A No. 14

Bermaksud akan mengadakan Penelitian/Pengumpulan Data dalam rangka penyelesaian Skripsi/Tesis/Disertasi/Lembaga di wilayah/tempat Bapak/Ibu yang berjudul :  
**"ANALISIS DAMPAK ADANYA LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER (Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)"**

Selama : 28 November 2023 s/d 28 Januari 2024  
 Pengikut :

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan:

1. Sebelum melaksanakan kegiatan kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab.Gowa;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Kepada yang bersangkutan wajib memakai masker;
5. Kepada yang bersangkutan wajib mematuhi protokol kesehatan pencegahan COVID-19

Demikian disampaikan dan untuk lancarnya pelaksanaan dimaksud diharapkan bantuan seperlunya.

Ditetapkan di : Sungguminasa  
 Pada Tanggal : 30 November 2023



Ditandatangani secara elektronik Oleh:  
  
**a.n. BUPATI GOWA**  
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN GOWA**  
**H.INDRA SETIAWAN ABBAS,S.Sos,M.Si**  
 Pangkat : Pembina Utama Muda  
 Nip : 19721026 199303 1 003

Tembusan Yth:

1. Bupati Gowa (sebagai laporan)
2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar
3. Yang bersangkutan;
4. Peringgal

REGISTRASI/1946/DPM-PTSP/PENELITIAN/XI/2023

1. Dokumen ini diterbitkan sistem Sicanik Cloud berdasarkan data dari Pemohon, tersimpan dalam sistem Sicanik Cloud, yang menjadi tanggung jawab Pemohon
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.





**PEMERINTAH KABUPATEN GOWA  
KECAMATAN PALLANGGA**

Jl. Stadion Kalegowa No. 16 Cambaya

Cambaya, 01 Desember 2023

Nomor : **503 / 42 / KPLG**  
Lampiran : -  
Perihal : Rekomendasi

Kepada  
Yth. Lurah/Kepala Desa Se-Kec Pallangga  
Di-

Tempat

Menunjuk surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Gowa Nomor : 503/1362/DPM-PTSP/PENELITIAN/XI/2023 tanggal 30 November 2023 dan sebagai realisasi surat Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sul-Sel Nomor : 29946/R.01/PTSP/2023 Tanggal 22 November 2023 tentang Izin Penelitian :

Nama : **NIRAWATI**  
Tempat/Tanggal Lahir : Tolitoli / 23 Juni 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nomor Pokok : 105251104320  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa ( S1 )  
Alamat : Perum Salsabila Blok A No.14

Bermaksud akan mengadakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penyusunan Karya Tulis Ilmiah di wilayah/tempat Bapak/Ibu/ yang berjudul “ **ANALISIS DAMPAK ADANYA LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER ( Studi Kasus Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa) ”**

Selama : 28 November 2023 s/d 28 Januari 2023  
Pengikut/peserta : Tidak ada

Pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Senantiasa melaksanakan kegiatan dengan Protokol Kesehatan
2. Mengikuti aturan ketentuan /tata tertib yang berlaku dalam wilayah tersebut.
3. Senantiasa menjaga ketertiban, keamanan dan kebersihan.

Demikian Rekomendasi ini dikelurakan untuk di pergunakan sebagaimana mestinya

Demikian Surat Rekomendasi ini di buat untuk dapat gunakan sebagaimana mestinya dan untuk melaksanakan kegiatan setelah mendapat izin dari Pemerintah Kab. Gowa

CAMAT, PALLANGGA

  
**SACHRIAL, AP**  
NIP. 19740618 199311 1 002

Tembusan Yth:  
1. Bupati Gowa ( Sebagai laporan )  
2. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN GOWA  
KECAMATAN PALLANGGA  
DESA BONTOALA

Jl. Bontomajannang Desa Bontoala Kec. Pallangga Kode Pos 92161

**SURAT IZIN PENELITIAN**

**No : 1103/DB/X11/2023**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HARNIAH  
Jabatan : SEKERTARIS DESA BONTOALA

Dengan ini Memberikan Izin:

Nama Peserta : NIRAWATI  
Tempat /Tgl Lahir : TOLITOLI/23 JUNI 2001  
Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
Program Studi : HUKUM EKONOMI SYARIAH  
Status : BELUM KAWIN  
Nomor Pokok : 105251104320  
Alamat : PERUM SALSABILA BLOK A NO.14

Benar yang tersebut Namanya diatas diberikan IZIN Penelitian untuk untuk pengumpulan data dengan judul "ANALISIS DAMPAK ADANYA LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER" terhitung dari Tanggal 28 November 2023 s/d 28 Januari 2024

Demikian surat Izin Penelitian ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bontomajannang, 15-12-2023  
An. Kepala Desa Bontoala

Sekdes





PEMERINTAH KABUPATEN GOWA  
KECAMATAN PALLANGGA  
DESA BONTOALA

Jl. Bontomajannang Desa Bontoala Kec. Pallangga Kode Pos 92161

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

**NO : 102/DB/II/2024**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H A R N I A H  
Jabatan : SEKERTARIS DESA BONTOALA

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NIRAWATI  
Tempat/Tanggal Lahir : TOLI-TOLI, 23 JUNI 2001  
Jenis Kelamin : PEREMPUAN  
Program Studi : HUKUM EKONOMI SYARIAH  
Status : BELUM KAWIN  
Nomor Pokok : 105251104320  
Alamat : PERUM SALSABILA BLOK A NO.14

Benar yang tersebut Namanya diatas telah melaksanakan penelitian pengumpulan data yang berjudul "ANALISIS DAMPAK ADANYA LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER" terhitung dari tanggal 28 November 2023 s/d 28 Januari 2024 di Desa Bontoala.

Demikian surat keterangan Penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bontomajannang, 12-02-2024  
An, Kepala Desa Bontoala





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No 259 Makassar 90221 Tlp. (0411) 866972, 881 593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nirawati

Nim : 105251104320

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	5 %	10 %
2	Bab 2	9 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 18 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Nirawati. Lahir di Tolitoli, 23 Juni 2001. Anak ketiga dari pasangan suami istri ayahanda Alm Abd Rasyid dan ibu Makkawaru.

Penulis memasuki jenjang pendidikan formal di SDN Salusu Pande pada tahun 2007 dan tamat pada tahun 2013, Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yakni MTS Al-Hikmah Salusu Pande. Pada tahun 2016 penulis tamat dan melanjutkan pendidikan ke SMK Negeri 4 Gowa dan tamat pada tahun 2019. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di salah satu kampus swasta di Makassar dan terdaftar sebagai mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.