

**PENGARUH LAYANAN *FOOD DELIVERY* (GRABFOOD),
PROMOSI DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP OMZET
BISNIS KULINER DI KECAMATAN KEDUNGWUNI
KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)



Oleh:

DALILAH ILMIAH

NIM: 4119122

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH LAYANAN *FOOD DELIVERY* (GRABFOOD),
PROMOSI DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP OMZET
BISNIS KULINER DI KECAMATAN KEDUNGWUNI
KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)



Oleh:

DALILAH ILMIAH

NIM: 4119122

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dalilah Ilmiah

NIM : 4119122

Judul Skripsi : **Pengaruh Layanan *Food Delivery* (Grabfood), Promosi dan Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan**

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar benarnya.

Pekalongan, 15 November 2023

Yang menyatakan



Dalilah Ilmiah
NIM. 4119122

NOTA PEMBIMBING

Agus Arwani, M.Ag.

Prawasan Barat RT 02/RW 07, Kec. Kedungwuni, Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dalilah Ilmiah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan sepenuhnya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Dalilah Ilmiah

NIM : 4119122

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Layanan *Food Delivery* (GrabFood), Promosi dan Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

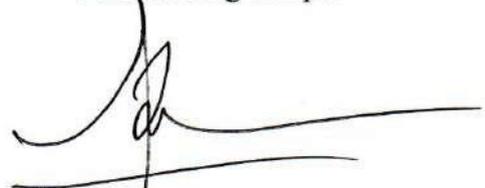
Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 17 November 2023

Pembimbing Skripsi



Agus Arwani, M.Ag.

NIP. 19760807 201412 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Dalilah Ilmiah**
NIM : **4119122**
Judul Skripsi : **Pengaruh Layanan *Food Delivery* (GrabFood), Promosi dan Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan**
Dosen Pembimbing : **Agus Arwani, M.Ag.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 29 November 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

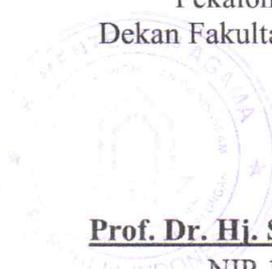
Penguji I

Farida Rohmah, S.Pd., M.Sc.
NIP. 198801062019082002

Penguji II

Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si.
NIP. 199101092020122016

Pekalongan, 4 Desember 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.
NIP.197502201999032001

MOTTO

“Sungguh, Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan bukti-bukti yang nyata dan Kami turunkan bersama mereka Kitab dan neraca (keadilan) agar manusia dapat berlaku adil.”

(QS. Al-Hadid : 25)

“Seorang pedagang Muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang syahid pada hari kiamat (di Surga).”

(HR. Ibnu Majah)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Eri Alinurdin dan Ibu Wawat Nurmawati (Almh.) yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberi kasih sayang yang tulus serta senantiasa mendukung penulis dalam menyelesaikan pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Kakak dan adik saya tercinta Fathiyah Adilah dan Ghina Assa Pertiwi yang telah memberi semangat dan dukungan.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN. K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing, Bapak Agus Arwani, M.Ag. yang selalu membantu serta mengarahkan penelitian hingga penulisan skripsi ini terselesaikan.
5. Dosen Wali, Bapak Aenurofiq, M.A. yang selalu mengarahkan dalam masa perkuliahan.
6. Sahabat-sahabat saya Nurul Kamalia, Lisa Nurani, Sinta Putri Janah yang selalu memberi semangat, doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman saya Ayu Dwi Annisa Fitriyati, Izza Faiza, Nadia Salsabila dan yang lainnya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Para responden yang telah berkenan membantu saya dalam memperoleh data yang dibutuhkan.

ABSTRAK

DALILAH ILMIAH. Pengaruh Layanan *Food Delivery* (Grabfood), Promosi dan Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

Hadirnya teknologi canggih telah menciptakan sebuah fenomena baru dimana semua pekerjaan khususnya dalam pemenuhan kebutuhan pangan dapat dilakukan dalam satu genggamannya yaitu melalui *smartphone*. Salah satu perusahaan teknologi yang telah berhasil dan optimal dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yaitu PT Grab Indonesia dengan menyediakan layanan *food delivery* yang dikenal dengan GrabFood. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh dari layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi 140 pelaku bisnis kuliner mitra GrabFood Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dan sampel sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael*. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial nilai signifikansi layanan *food delivery* (GrabFood) sebesar 0,000, promosi sebesar 0,000 dan etika bisnis Islam sebesar 0,047. Selanjutnya secara simultan menunjukkan bahwa layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap omzet bisnis kuliner. Untuk hasil regresi didapatkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,571 yang bermakna bahwa 57,1% omzet bisnis kuliner dipengaruhi oleh Layanan *Food Delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam sedangkan sisanya 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: Layanan *Food Delivery*, Promosi, Etika Bisnis Islam, Omzet Bisnis Kuliner

ABSTRACT

DALILAH ILMIAH. The Influence of Food Delivery Services (Grabfood), Promotion and Islamic Business Ethics on Culinary Business Turnover in Kedungwuni District, Pekalongan Regency.

The presence of advanced technology creates a new phenomenon where all work, especially in fulfilling food needs, can be done in one hand, namely through a smartphone. One of the technology companies that has been successful and optimal in utilizing advances in information technology is PT Grab Indonesia by providing food delivery services known as GrabFood. The purpose of this study was to test and determine the effect of food delivery services (GrabFood), promotion and Islamic business ethics on the turnover of culinary businesses in Kedungwuni District, Pekalongan Regency.

This type of research is quantitative research with a population of 140 GrabFood partner culinary business actors in Kedungwuni District, Pekalongan Regency and a sample of 100 respondents calculated using the Isaac and Michael formula. The data collection method used a questionnaire method. The sampling technique in this study used simple random sampling. This study uses multiple linear regression analysis methods with the help of SPSS 22.

The results showed that partially the significance value of food delivery services (GrabFood) was 0.000, promotion was 0.000 and Islamic business ethics was 0.047. Furthermore, simultaneously shows that food delivery services (GrabFood), promotion and Islamic business ethics have a positive and significant influence on culinary business turnover. For the regression results, the coefficient of determination (R Square) value is 0.571, which means that 57.1% of the culinary business turnover is influenced by Food Delivery Services (GrabFood), promotion and Islamic business ethics while the remaining 42.9% is influenced by other variables outside this research model.

Keywords: Food Delivery Services, Promotion, Islamic Business Ethics, Culinary Business Turnover

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Ibu Happy Sista Devi, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Agus Arwani, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Aenurofik M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

Akhir kata, saya berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 15 November 2023


Dalilah Ilmiah
4119122

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
TRANSLITERASI	xii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Landasan Teori	13
B. Telaah Pustaka.....	29
C. Kerangka Berpikir	36
D. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Pendekatan Penelitian	43
C. <i>Setting</i> Penelitian.....	44
D. Populasi dan Sampel Penelitian	44
E. Variabel Penelitian	46

F. Sumber Data	49
G. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian	49
H. Metode Analisis Data	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Grab	58
B. Deskripsi Responden	61
C. Deskripsi Jawaban Kuesioner	64
D. Analisis Data	69
E. Pembahasan dan Hasil Uji Hipotesis	81
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Keterbatasan Penelitian	90
C. Implikasi Teoritis dan Praktis	91
D. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	I
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Daftar Nama Bisnis Kuliner Mitra GrabFood	VII
Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner	IX
Lampiran 4 Hasil Analisis Karakteristik Responden	XX
Lampiran 5 Deskripsi Data Variabel.....	XXI
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	XXVIII
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	XXXII
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXXIII
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	XXXVII
Lampiran 10 Hasil Uji T dan F	XXXVIII
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	XXXIX
Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian	XL
Lampiran 13 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XLI
Lampiran 14 Dokumentasi	XLII
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	XLIV

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

Transliterasi digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te

ش	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ث	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka

ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...َ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ...َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

...آ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-attfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

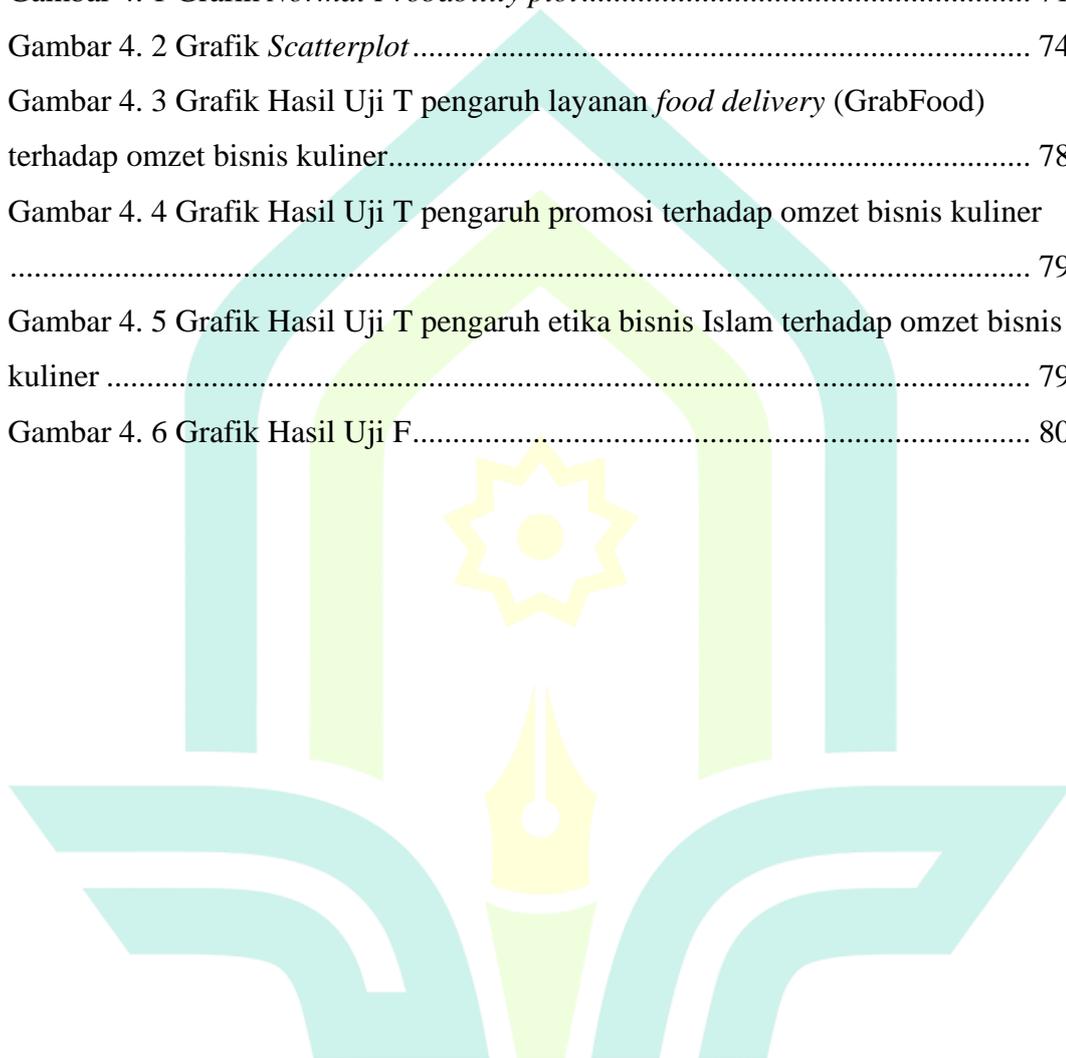
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total Bisnis Kuliner Mitra GrabFood Per Kecamatan Kabupaten Pekalongan Tahun 2023	6
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	29
Tabel 3. 1 Penetapan Besaran Sampel “ <i>Isaac dan Michael</i> ”	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	47
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	63
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Layanan <i>Food Delivery</i> (GrabFood).....	65
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	66
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Etika Bisnis Islam .	67
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Omzet	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Glejser.....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas Layanan <i>Food Delivery</i> (GrabFood).....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linieritas Promosi	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas Etika Bisnis Islam	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (Uji T)	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 3. 1 Grafik Uji T.....	55
Gambar 3. 2 Grafik Uji F.....	56
Gambar 4. 1 Grafik <i>Normal Probability plot</i>	71
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i>	74
Gambar 4. 3 Grafik Hasil Uji T pengaruh layanan <i>food delivery</i> (GrabFood) terhadap omzet bisnis kuliner.....	78
Gambar 4. 4 Grafik Hasil Uji T pengaruh promosi terhadap omzet bisnis kuliner.....	79
Gambar 4. 5 Grafik Hasil Uji T pengaruh etika bisnis Islam terhadap omzet bisnis kuliner.....	79
Gambar 4. 6 Grafik Hasil Uji F.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Daftar Nama Bisnis Kuliner Mitra GrabFood	VII
Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner	IX
Lampiran 4 Hasil Analisis Karakteristik Responden	XX
Lampiran 5 Deskripsi Data Variabel.....	XXI
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	XXVIII
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	XXXII
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXXIII
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	XXXVII
Lampiran 10 Hasil Uji T dan F	XXXVIII
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	XXXIX
Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian	XL
Lampiran 13 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XLI
Lampiran 14 Dokumentasi.....	XLII
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	XLIV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu wujud pembangunan perekonomian di Indonesia yang berbasis ekonomi kerakyatan (Diansari & Rahmantio, 2020). Sektor perdagangan menjadi sektor dalam UMKM yang sedang berkembang dan marak di kalangan masyarakat. Mudahnya pengelolaan dan biaya modal yang tidak terlalu besar menjadi alasan para pelaku usaha untuk memilih sektor perdagangan khususnya bisnis kuliner dibandingkan bisnis lainnya. Kemudahan dalam merealisasikan dan pengelolaannya menghasilkan adanya peningkatan jumlah pelaku bisnis kuliner.

Pelaku bisnis kuliner yang meningkat jumlahnya tentunya tak lepas dari perkembangan zaman yang mana hadirnya teknologi canggih telah menciptakan sebuah fenomena baru dimana semua pekerjaan dapat dilakukan dalam satu gengaman yaitu melalui *smartphone*. Dengan *smartphone* seluruh aspek kehidupan tak terkecuali di bidang ekonomi khususnya dalam kebutuhan pokok atau makanan dapat terpenuhi dengan mudah. Selain itu, kondisi mobilitas kesibukan masyarakat yang kian meningkat setiap tahunnya menyebabkan sebuah tuntutan yang serba cepat dan praktis (Almariah, 2019).

Kondisi kesibukan masyarakat yang menyebabkan munculnya tuntutan serba cepat dan praktis tersebut mendorong para pelaku bisnis untuk memanfaatkan peluang bisnis kuliner seoptimal mungkin. Keadaan tersebut memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya di Kabupaten Pekalongan yang mana pada tahun 2022 menurut Badan Pusat Statistik kenaikan tersebut dipengaruhi oleh peningkatan produksi baik barang maupun jasa pasca pandemi Covid-19. Nilai PDRB Kabupaten Pekalongan atas dasar harga konstan 2010, mencapai 17,46 triliun rupiah. Angka tersebut naik dari 16,62 triliun rupiah pada tahun 2021. Hal tersebut menunjukkan bahwa selama tahun 2022 terjadi pertumbuhan ekonomi sebesar 5,11 persen, dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi tahun sebelumnya yang tumbuh sebesar 3,54 persen (BPS, 2023).

Selanjutnya, penyebab terjadinya peningkatan produksi dalam industri makanan dan minuman di Kabupaten Pekalongan juga disebabkan oleh adanya perubahan ekonomi global yang mana perkembangan teknologi dan komunikasi telah menciptakan inovasi baru didalamnya. Bisnis *e-commerce* merupakan salah satu hasil inovasi dari perekonomian global dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang kini perkembangannya telah merambah pada layanan transportasi. Tentunya dengan kondisi tersebut para pelaku bisnis khususnya bisnis kuliner berlomba-lomba dalam memanfaatkannya guna memajukan bisnis mereka yang mana jangkauan pasarnya diperluas dengan menghubungkan bisnisnya melalui platform digital khusus dan dapat diakses oleh konsumen dengan cara mengunduhnya

(Almariah, 2019). Salah satu perusahaan teknologi yang telah berhasil dan optimal dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yaitu PT Grab Indonesia.

PT Grab Indonesia merupakan perusahaan jasa fasilitator layanan transportasi berbasis *online* yang dibentuk pada tahun 2012 di Malaysia oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling (Rahmawati, 2021). Dimulakan dengan GrabTaxi, kini Grab telah menjangkau Asia Tenggara sebagai wilayah operasinya yang mana salah satunya Indonesia. Banyaknya respon positif dari masyarakat Indonesia membuat Grab terus menciptakan inovasi-inovasi baru yang mana tidak hanya menyediakan fitur layanan transportasi saja namun Grab telah menciptakan berbagai fitur layanan baru seperti GrabFood, GrabExpress dan masih banyak fitur layanan Grab lainnya. Dengan banyaknya fitur layanan baru menjadikan Grab semakin diminati masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan capaian jumlah penggunanya yang lebih dari 100 juta pengguna.

Berdasarkan pencapaian tersebut Grab resmi meluncurkan fitur layanan baru yakni GrabFood pada tahun 2016. Fitur layanan baru tersebut berupa layanan *food delivery* yang memberikan respon positif bagi pelaku bisnis kuliner dalam memperluas jangkauan pelanggan. Hal ini dikarenakan dalam penyediaan layanan pesan antar makanan membutuhkan tambahan biaya dalam merealisasikannya. Sehingga hadirnya GrabFood menjadi sebuah solusi dan kesempatan emas bagi pengusaha bisnis kuliner untuk meningkatkan omzet bisnis mereka. Menurut hasil riset online yang dilakukan oleh perusahaan riset

digital Snapcart Indonesia, GrabFood memimpin pasar industri pesan-antar makanan (*e-delivery*) pada konsumen dan merchant di Indonesia. GrabFood menghasilkan pendapatan harian rata-rata tertinggi yang mana hasil riset menunjukkan 82% restoran dan toko makanan-minuman menggunakan aplikasi GrabFood untuk layanan pesan antar mereka (Rahman, 2021). Pada fitur ini terdapat banyak data bisnis kuliner atau restoran yang dapat diakses oleh pengguna. Hanya restoran yang telah menjadi *merchant* saja yang makanannya dapat dipesan melalui fitur tersebut (Rahmawati, 2021).

Para pelaku bisnis kuliner yang ingin bermitra dengan GrabFood hanya perlu datang ke kantor Grab dan mendaftarkan bisnis kulinernya atau mendaftar secara *online* melalui *website* Grab. Menjadi mitra GrabFood berarti restoran tersebut diakui telah menyewa jasa ruang serta fasilitas pemasaran dengan besaran imbalan yang telah ditentukan pihak Grab. Restoran sudah dapat menerima pesanan pada fitur ini apabila telah disetujui Grab. Saat konsumen melakukan *order* melalui fitur GrabFood maka secara otomatis pesanan tersebut terhubung dengan akun *driver* terdekat. Selanjutnya *driver* yang mendapat *orderan* melakukan pembelian pada restoran yang dituju konsumen lalu mengantarkannya sesuai alamat yang tertera. Setelah *orderan* sampai, konsumen membayar tagihan pesannya berikut biaya pengantarannya (Rahmawati, 2021).

Fitur GrabFood yang berkembang telah memberikan keuntungan banyak pihak. dimana bagi pihak Grab banyaknya pesanan melalui layanan ini berpengaruh terhadap pendapatannya. Kemudian bagi konsumen mendapat

kemudahan dalam pemesanan makanan. Sedangkan bagi pelaku bisnis kuliner tentunya terdapat potensi kenaikan omzet penjualan (Iriani & Rostiana, 2018). Selain itu adanya perubahan pola konsumen juga menyebabkan pelaku bisnis kuliner perlu menyesuaikan strategi bisnisnya, sehingga digitalisasi harus terus dilakukan dengan cara menyediakan layanan *food delivery*. Jumlah penjualan mitra umumnya meningkat 15% jika dipadankan dengan mitra yang tidak menyediakan layanan tersebut (Nabila, 2022).

Omzet *merchant* GrabFood yang mengalami peningkatan setelah menjadi mitra Grab membuat perusahaan Grab memperluas kembali jangkauannya hingga 164 kota maupun kabupaten di Indonesia dengan jumlah mitra lebih dari 6.000 mitra. Seiring dengan pasca terjadinya covid-19 dan munculnya berbagai varian makanan baru dan unik menyebabkan bisnis kuliner di setiap tahunnya terus mengalami peningkatan dan menjadikan tren layanan pesan antar makanan semakin diminati. Dalam hal ini masyarakat khususnya generasi Z di Indonesia berperan besar akan ketertarikan mereka untuk terjun di dunia bisnis kuliner. Seperti halnya di Kabupaten Pekalongan, pasca terjadinya covid-19, jumlah restoran atau rumah makan di Kabupaten Pekalongan mengalami peningkatan sebesar 11% di tahun 2021 (BPS, 2021). Hal tersebut membuktikan bahwa antusias masyarakat Kabupaten Pekalongan untuk terjun di dunia bisnis kuliner sangat besar. Total bisnis kuliner *merchant* Grab yang menggunakan layanan GrabFood menurut kecamatan di Kabupaten Pekalongan tahun 2023 dapat diamati pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1 Total Bisnis Kuliner Mitra GrabFood Per Kecamatan Kabupaten Pekalongan Tahun 2023

No	Nama Kecamatan	Total
1	Kedungwuni	140
2	Wiradesa	95
3	Buaran	87
4	Tirto	70
5	Wonokerto	70
6	Kajen	63
7	Sragi	53
8	Karanganyar	49
9	Bojong	46
10	Wonopringgo	45
11	Kesesi	17
12	Siwalan	11
13	Karangdadap	9
14	Doro	1
15	Kandangserang	0
16	Lebakbarang	0
17	Paninggaran	0
18	Petungkriyono	0
19	Talun	0
Total Keseluruhan		756

Sumber: Aplikasi Android Grab, 2023

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah bisnis kuliner mitra GrabFood Kecamatan Kedungwuni tahun 2023 menunjukkan jumlah terbanyak yakni sebesar 140 unit dibandingkan kecamatan lainnya di Kabupaten Pekalongan. Menjadi kecamatan dengan kondisi padat penduduk di Kabupaten Pekalongan serta banyaknya lembaga pendidikan seperti pondok pesantren yang mana para santri dan santriwatinya berdatangan dari berbagai daerah menciptakan potensi besar bagi masyarakat lokalnya untuk memanfaatkan situasi tersebut dengan terjun di bidang bisnis kuliner. Selain itu teknologi yang memudahkan

konsumen dalam memenuhi kebutuhannya juga menjadi faktor pendukung yang kuat karena mereka dapat menjangkau luas pasaran pelanggan dengan bergabung menjadi mitra layanan GrabFood. Sehingga layanan GrabFood di Kecamatan Kedungwuni pun ikut berkembang pesat (BPS, 2020). Hal ini terbukti dengan hasil observasi peneliti pada beberapa pelaku bisnis kuliner mitra GrabFood di Kecamatan Kedungwuni dimana mereka mengungkapkan bahwa setelah bergabung dengan GrabFood omzet bisnis mereka mengalami peningkatan.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan omzet penjualan diantaranya promosi dan etika bisnis Islam. Pelaku bisnis kuliner tentunya harus memiliki pemahaman terkait promosi, bagaimana penerapan strategi promosi pada produknya agar mencapai hasil yang tepat sasaran sehingga produknya banyak dikenal luas di pasaran dan tujuan bisnis untuk meningkatkan omzet penjualan pun dapat tercapai (Tambunan & Sinaga, 2021). Selain itu, etika bisnis Islam juga perlu diterapkan pada bisnis kuliner agar laba yang didapatkan mendapatkan berkah dari Allah karena setiap prosesnya dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits. Dengan menerapkan etika bisnis Islam maka sebuah bisnis akan mendapat kemajuan dan prospek yang baik.

Nilai etika mulanya tidak memiliki keterkaitan dengan bisnis. Hal ini dikarenakan keduanya memiliki konteks yang berbeda yang mana ketika suatu bisnis telah mendapatkan laba sesuai target maka perusahaan dianggap telah bertanggung jawab secara sosial dalam memberikan barang/jasa kepada

konsumen. Namun pernyataan tersebut kini mulai mengalami perubahan dimana suatu perusahaan perlu menerapkan etika bisnis khususnya etika bisnis Islam sebagai acuan dalam menjalankan bisnisnya. Semakin baik etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pengusaha maka semakin baik pula omzet penjualan yang dihasilkan (Sandy, 2022). Banyaknya pelaku bisnis kuliner yang menjadi mitra GrabFood tanpa adanya perencanaan yang matang menyebabkan mereka tidak bertahan lama dalam bermitra dengan GrabFood serta mahalnya harga makanan dan tidak adanya promo yang ditawarkan dari pihak GrabFood menjadikan para *merchant* seringkali memberikan promo pada pelanggan agar penjualan meningkat.

Merujuk pada riset terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Irham Hafiyyan, dkk. (2023) dimana disebutkan bahwa layanan *food delivery* mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan kuliner. Selanjutnya dalam riset milik Wulan Purbaningrum (2022) juga mendapatkan hasil bahwasanya layanan aplikasi *food delivery* mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap meningkatnya penjualan kuliner. Selain itu dalam penelitian Ria dan Roslin (2023) memperoleh hasil bahwa promosi memberikan pengaruh signifikan dan positif atas volume penjualan. Selanjutnya dalam penelitian milik Evi Indah Lestari, dkk. (2023) juga memperoleh hasil bahwasanya promosi memberikan pengaruhnya secara signifikan dan positif terhadap omzet penjualan.

Tidak hanya itu penelitian ini juga mengacu pada penelitian milik Wella Novita Sandy (2022) dimana dinyatakan bahwa etika bisnis Islam memiliki

pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keuntungan UMKM. Kemudian pada penelitian Ayu Linjanari (2023) etika bisnis Islam juga memberikan pengaruhnya secara positif dan signifikan terhadap peningkatan omzet. Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yang digunakan diantaranya layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam. Sedangkan pada penelitian terdahulu hanya menggunakan salah satu variabel independen yang sama dengan penelitian ini. Dengan demikian penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan analisis dan penelitian dengan judul **“Pengaruh Layanan *Food Delivery* (GrabFood), Promosi dan Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini rumusan masalah diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah layanan *food delivery* (GrabFood) berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah etika bisnis Islam berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?

4. Apakah layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam berpengaruh secara simultan terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk menganalisis pengaruh layanan *food delivery* (GrabFood) terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.
- b. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.
- d. Untuk menganalisis pengaruh layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam secara simultan terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

2. Manfaat

- a. Secara teoritis manfaat dalam penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan ilmu pengetahuan dalam hal layanan *food delivery*, promosi dan etika bisnis Islam terhadap omzet bisnis kuliner serta dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.
- b. Secara praktis manfaat dalam penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan data informasi dan pertimbangan dalam pemahaman terkait layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam

terhadap omzet bisnis kuliner bagi semua pihak khususnya pelaku bisnis kuliner.

D. Sistematika Pembahasan

Hasil pembahasan dalam penelitian ini akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini yang akan dibahas pada bab I yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan serta sistematika pembahasan penelitian.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini yang akan dibahas pada bab II yaitu mengenai landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir serta hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

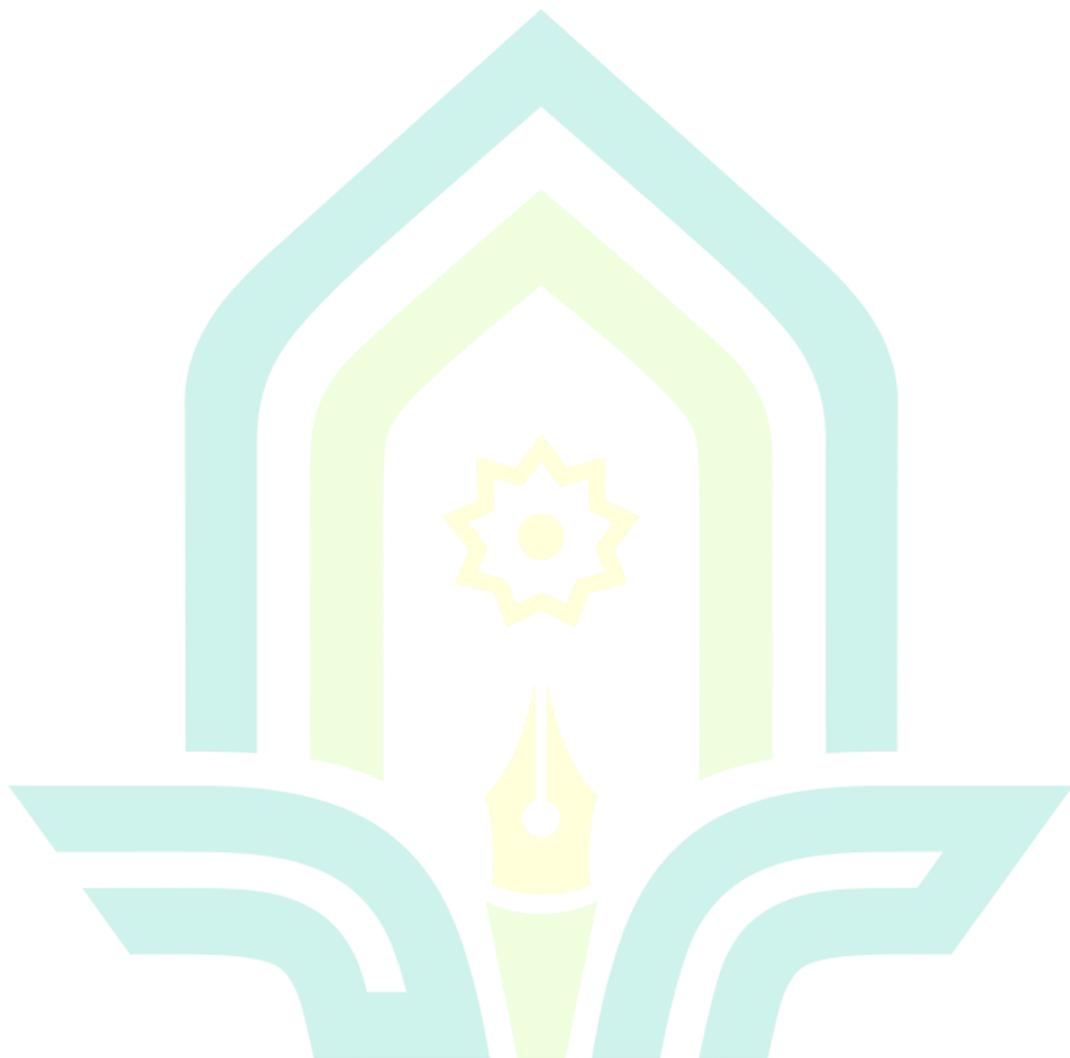
Dalam penelitian ini yang akan dibahas pada bab III yaitu gambaran mengenai jenis, pendekatan dan *setting* penelitian kemudian dilanjutkan dengan populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data serta metode analisis data.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini yang akan dibahas pada bab IV yaitu diantaranya gambaran umum objek penelitian, deskripsi data responden, deskripsi jawaban kuesioner, analisis data dan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Dalam penelitian ini yang akan dibahas pada bab V yakni kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, implikasi teoritis dan praktis serta saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan meliputi layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Layanan *Food Delivery* (GrabFood) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

Berdasarkan uji t diperoleh tingkat signifikan variabel layanan *food delivery* (GrabFood) lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 dan nilai t_{hitung} 4,840 > t_{tabel} 1,988 maka H_{a1} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel layanan *food delivery* (GrabFood) berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

Berdasarkan uji t diperoleh tingkat signifikan variabel promosi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 dan nilai t_{hitung} 6,840 > t_{tabel} 1,988 maka H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

3. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

Berdasarkan uji t diperoleh tingkat signifikan variabel etika bisnis Islam lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,047 dan nilai $t_{hitung} 2,012 > t_{tabel} 1,988$ maka H_{a3} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

4. Pengaruh Layanan *Food Delivery* (GrabFood), Promosi dan Etika Bisnis Islam Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

Berdasarkan Uji F diperoleh bahwa nilai signifikansi dibawah 0,005 yaitu sebesar 0,000 dan nilai $F_{hitung} 42,649 > F_{tabel} 2,70$ maka H_{a4} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel layanan *food delivery* (GrabFood), promosi dan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasar pada penelitian di lapangan, ditemukan beberapa keterbatasan yang dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Responden yang digunakan oleh peneliti hanya 100 pelaku bisnis kuliner.
2. Objek penelitian yang penulis ambil hanya satu kecamatan.

3. Saat melakukan pengumpulan data di lapangan, seringkali informasi yang didapatkan berdasarkan kuesioner tidak membuktikan pendapat responden yang sebenarnya karena adanya perbedaan persepsi.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

Berdasarkan hasil penelitian terdapat implikasi teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini secara langsung memberi dedikasi bagi pembaca untuk menambah literatur dan juga menjadi acuan pertimbangan bagi pelaku bisnis kuliner dalam meningkatkan omzet bisnisnya. Selanjutnya dengan hadirnya kemajuan teknologi yang memberikan banyak dampak positif tentunya dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin oleh pelaku bisnis kuliner dalam menjalankan bisnisnya agar omzet bisnis mengalami peningkatan secara pesat.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku bisnis kuliner agar lebih optimal dalam memanfaatkan layanan *food delivery* (GrabFood) yang sudah tersedia, melakukan promosi yang dapat menarik pelanggan serta menerapkan etika bisnis Islam yang baik dan benar agar omzet bisnis dapat meningkat.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang tertera di atas maka selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Bisnis Kuliner Mitra GrabFood di Kecamatan Kedungwuni

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan gambaran mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi omzet bisnis kuliner. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pelaku bisnis kuliner mitra GrabFood di Kecamatan Kedungwuni mengenai strategi-strategi yang akan dilakukan dalam meningkatkan omzet bisnis kuliner.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk dapat mengkaji lebih dalam dan memperluas fokus penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi omzet bisnis kuliner sehingga penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Akbar, M., Iman Satoto, K., & Rizal Isnanto, dan R. (2014). Pembuatan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Pada Sistem Operasi Android. *Transmisi*, 16(4), 170–174.
- Almariah, N. (2019). Pengaruh Layanan Go-Food, Harga dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Jambi. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 1–134.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* <http://www.journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/478>
- Auliani, D. O. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Kartu Kredit Bank Rakyat Indonesia*. 3(1), 10–27. <http://repo.darmajaya.ac.id/200/>
- Azhar, A. M. J. H. (2018). *Jual Beli Jasa Lewat Fitur Grabfood Dengan Cara Pembayaran Sistem Ovo Dalam Aplikasi Grab Perspektif Hukum Islam (Tinjauan Teori Akad Jual Beli Salam)*. 2(1).
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk, Rasio Jenis Kelamin dan LPP per Desa/Kelurahan, 2020 Kecamatan : Kedungwuni*. <https://pekalongankab.bps.go.id/statictable/2021/09/15/197/jumlah-penduduk-per-desa-kelurahan-di-kecamatan-kedungwuni.html>
- BPS. (2021). *Jumlah Restoran Rumah Makan Menurut Kabupaten Kota di Provinsi Jawa Tengah*. jateng.bps.go.id
- BPS. (2023). *PDRB Kabupaten Pekalongan*. <https://www.bps.go.id/indicator/11/65/1/-seri-2010-pdb-seri-2010.html>
- Budiharjo, M. (2021). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Modal Usaha dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Pasca New Normal (Studi Empiris Pedagang Kaki Lima di Purwokerto)*. <https://repository.uinsaizu.ac.id/>
- Diansari, R. E., & Rahmantio, R. (2020). Faktor keberhasilan usaha pada UMKM industri sandang dan kulit di Kecamatan Wirobrajan Kota Yogyakarta. ... *of Business and Information Systems (e* <https://thejbis.org/index.php/jbis/article/view/60>
- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis

- Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma* <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/169>
- Fatimah. (2019). *Praktik Pembatalan Transaksi Ojek Online (Studi Kasus di Kota Banjarmasin)*. 1–101.
- Fauzan, B. I., Karnowahadi, & Rustono. (2020). *The Influence of the Work Environment and Communication on Employee Performance of PT Pifi Indonesia Bandung*. 21. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/admisi>
- Hafiyyan, M. I., Miranti Mauren, G., Kharnolis, M., & Bahar, A. (2023). 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), 253–262.
- Hamdani, M. (2020). Analisis Perkembangan Industri Kecil dan Menengah Sebelum dan Sesudah Memperoleh Pembiayaan Dari Perbankan di Wilayah Kecamatan Ngunut. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://repo.uinsatu.ac.id/14760/>
- Helfa, L. T. (2019). *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningkatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra Go-Food di Banda Aceh*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Hidayatullah, S., Waris, A., Permata, Y., Adrian, T., Sarwinda, N., Lestari, F. W., & Eka, A. A. G. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 1423–1429. <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/162>
- Husna, V. (2022). Pengaruh Layanan Food Delivery (Go-Food) Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Go-Food di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru). *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository*, 1–2. <http://repository.uin-suska.ac.id/62354/>
- Iriani, T. Y., & Rostiana, S. E. E. (2018). *Analisis Dampak Layanan Go-Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan Di Kota Bandung*. repository.unpas.ac.id. <http://repository.unpas.ac.id/33108/>
- Jum'ai, A. M. (2018). *MARKETING ISLAM DI DASARKAN PADA HUKUM ISLAM*.
- KBBI. (2023). *No Title*. <https://kbbi.web.id>
- Khasanah, B. N. (2019). Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hana Fashion dan Collection di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/13262>

- Khikmah, N. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Penjualan Online Melalui Merchant Go-Food Partner Terhadap Peningkatan Omset Para Usaha Kuliner Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Para Usaha Kuliner Go-Food Partner Di Kota Tegal). *Jurnal UIN Walisongo*, 19. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13560/>
- Kurniawati, N., & Yuliati. (2020). Pengaruh Digital Marketing , Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan , dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang Sales Volume in Semarang City. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1105–1114.
- Lestari, E. I., Kusmayati, N. K., & Wulansari, D. (2023). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Omset Penjualan Pada Marketplace Shopee*. 4(1). <https://ojs.unik-kediri.ac.id/>
- Linjanari, A. (2023). *Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Pemasaran Online Melalui Grabfood Terhadap Peningkatan Omzet Usaha Kuliner (Studi Pada Usaha Kuliner Grabfood Partner Kabupaten Magetan)*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/>
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i1.85>
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. <https://bbs.binus.ac.id/>
- Nabila, M. (2022). *Laporan Grab 2022: Layanan Pesan-Antar Makanan Masih Dapati Tren Pertumbuhan*. <https://dailysocial.id/post/tren-pertumbuhan-food-delivery-indonesia-2022>
- Nurliati. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Alfamidi Cabang Masamba*. <http://repository.umpalopo.ac.id/337/>
- Nurmalita, A. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Batik Benang Raja Salatiga)*.
- Oktarina, A. (2015). Pengukuran Etika Bisnis UMKM melalui Indeks Etika Bisnis Islam. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Paputungan, D., Tampi, J. R., & Walangitan, O. (2019). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Columbia Kotamobagu*.
- Pratama, Y. (2018). Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar

- di Go-Food/Go-Jek Jambi). In *Social and Economy*.
<https://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/558>
- Preasetianto, S., F. B., M., Kusuma, D. M., & Cahya, A. D. (2021). Analisis Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kuliner Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(3), 461–471.
<https://doi.org/10.22219/jie.v5i3.16830>
- Pressanggeni, A. (2019). *Analisis bauran pemasaran terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman di kecamatan karanganyar kabupaten karanganyar*. 7101415379_Optimized.pdf
- Purbaningrum, W. (2022). *Pengaruh Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner di Yogyakarta*.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/40179/15312541.pdf?sequence=1>
- Putra, M. G., & Suwitho, S. (2019). Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Djajar Putra. *Jurnal Ilmu Dan Riset* <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2617>
- Putri, G. M. (2018). *Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Tarif Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Transportasi Online di Pekanbaru*. <https://repository.uin-suska.ac.id/>
- Rahman, R. A. (2021). *No Title*. mediaindonesia.com
- Rahmawati, A. Y. (2021). *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Makanan Melalui Jasa GrabFood*. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/597/>
- Riana, I. R., & Nafiati, L. (2021). *Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Kota Yogyakarta*. 08(01), 59–66.
<http://www.journal2.uad.ac.id/>
- Sandy, W. N. (2022). *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar*. <https://repo.iainbatusangkar.ac.id/>
- Saputra, M. A. (2020). *Pengaruh Penjualan Online Melalui Merchant Go Food Patner Terhadap Peningkatan Omzet Pada Usaha Kuliner di Jalan Garuda Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. 21(1), 1–9.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, Y. S., & Sinaga, N. A. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Omzet Penjualan Pada CV. Graha Mineral Arsi Sibolga. *Jurnal Akrab Juara*.
<http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1543>

- Tania, M. (2021). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan Di Pt Madu Nusantara. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 27(4), 467–468.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi Offset.
- Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–9.
- Umam, R. (2021). *Pengaruh Layanan Go-Food, Harga dan Promosi Terhadap Omzet Penjualan Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Umkm di Kelurahan Sunter Agung Tahun 2021)*. digilib.yarsi.ac.id
- Veronica, R., Hal, S., & Simangunsong, R. M. (2023). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan Kue Tart di Clover Bakeshoppe Gatot Subroto Medan*. 9(1). ejournal.ust.ac.id
- Wiguna, R. A. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk. *Universitas Muhammadiyah Mataram*, 40.
- Williem, J., Hendarti, Y., & Nurita Elfani Prasetyaningrum. (2022). Pengaruh Modal Kerja , Omzet Penjualan Dan Jam Kerja Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Rumah Makan Mitra Go food di Kabupaten Sukaharjo). *Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(1), 38–46. <https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/smooting/article/view/856>
- Yunus, F. M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ms Glow Bekasi*. <http://repository.stei.ac.id/>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Dalilah Ilmiah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 10 Februari 2001
3. Alamat Rumah : Perumahan Griya Sastrodirjan Asri Blok A
No. 23 Wonopringgo Kabupaten
Pekalongan
4. Email : dalilahilmiah10@gmail.com
5. No. HP : 085783938286
6. Nama Ayah : Eri Alinurdin
7. Nama Ibu : Wawat Nurmawati

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N TIRTO 03 : Lulus Tahun 2013
2. SMP N 1 Pekalongan : Lulus Tahun 2016
3. SMK N 2 Pekalongan : Lulus Tahun 2019

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. KSEI FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. UKM-F Dycres FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. FoSSEI Komisariat Pekalongan

Pekalongan, 15 November 2023
Penulis,



DALILAH ILMIAH
4119122