

Analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di Yogyakarta

Agus Dwi Cahya¹, Mahdanito F. B², Dimas Martha³, Singgih Prasetyanto^{4*}

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta.

*Email: singgih.prasetyanto@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan kuliner yang bermitra dengan GO-JEK di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah kuliner di Yogyakarta yang bermitra dengan layanan go-food. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan go-food memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta.

Kata Kunci: Go-food; peningkatan penjualan; go-jek

Analysis of go-food services in increasing sales of culinary in Yogyakarta

Abstract

This study aims to identify and analyze natural go-food services to increase culinary sales carried out by GO-JEK in Yogyakarta. This study uses a quantitative approach with a sampling technique using probability sampling. The sample in this study is culinary in Yogyakarta which is done with go-food services. Testing of data instruments in this study uses validity, reliability, and classical assumption tests, while data processing uses simple linear regression. The results showed that the go-food service had a significant and significant effect on increasing culinary sales in Yogyakarta.

Keywords: Go-food; increased sales; go-jek

PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi yang berkembang pesat sekarang, perkembangan teknologi informasi juga berkembang dengan pesat. Seiring berjalannya waktu, peran teknologi menjadi sangat penting karena membantu dan mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas kehidupan. Pada teknologi yang berkembang ada yang namanya internet, dimana melalui internet orang dapat memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan. Internet juga bisa menjadi sarana mencari informasi dan komunikasi. Selain itu, internet juga memberikan peluang untuk menjalankan bisnis.

Menurut Indraswari & Kusuma (2018), 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 di dalamnya. Sejalan dengan itu Rakhmawati (2019) menjelaskan bahwa 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.

Pada tahun 2010, GO-JEK hadir sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. Saat ini GO-JEK tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan didalam aplikasi GO-JEK menyediakan berbagai macam layanan mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan lain-lain. Setelah sukses dengan bisnis ojek *online* di Indonesia, GO-JEK mulai mengembangkan bisnisnya di bidang lain, salah satunya yaitu *Go-food*.

Indonesia adalah negara yang memiliki berbagai produk kuliner. Dengan keanekaragaman kuliner di Indonesia, tidak semua masyarakat Indonesia mengenal berbagai kuliner yang ada di Indonesia. Melihat peluang tersebut GO-JEK berharap *Go-food* bisa mengenalkan tentang keberagaman kuliner di Indonesia. *Go-food* dari GO-JEK membantu promosi dan penjualan makan dari usaha kuliner. Layanan ini tidak hanya jasa antar jual beli makanan, tetapi juga membantu mempromosikan usaha kuliner milik masyarakat.

Go-food adalah sebuah layanan *food delivery* seperti *delivery order* di restoran. Lewat *smartphone* dan membuka fitur *Go-food* didalam aplikasi GO-JEK, masyarakat bisa memesan makanan atau minuman dari usaha kuliner yang bekerja sama dengan GO-JEK. Makanan yang dipesan akan di pesankan dan diantar langsung oleh GO-JEK. Untuk pengusaha kuliner yang memiliki dana terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*, *Go-food* bisa menjadi solusi alternatif yang membantu pengusaha kuliner. Pengusaha kuliner bisa mempunyai layanan *delivery order* tanpa menambah SDM. Keuntungan dari layanan ini bisa dirasakan langsung oleh pengusaha kuliner karena mereka tidak harus menyediakan budget besar untuk mengembangkan layanan *delivery order*, dan layanan *go-food* bisa menjadi alternatif yang sangat membantu, mempermudah, dan menguntungkan (Widyayanti & Insiatiningsih, 2021).

Dengan layanan *go-food* dari aplikasi GO-JEK pengguna aplikasi dapat memesan menu apapun dan kapanpun dari berbagai pilihan restoran. Pelaku usaha kuliner yang tidak punya layanan *delivery order* dapat memperluas pasar dan bersaing dengan restoran waralaba dalam menjual dagangannya. Selain itu, *go-food* mampu memberikan kesempatan untuk para pengusaha kuliner kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan transportasi *online* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner telah dilakukan. Penelitian pertama oleh Iriani & Endang Rostiana (2018) yang berjudul Analisis Dampak Layanan *go-food* Terhadap Omzet Penjualan Kuliner di Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak layanan *go-food* terhadap jumlah pelanggan, nilai omzet, dan biaya operasional kuliner di kota Bandung sebelum dan sesudah bergabung dengan layanan *go-food*. Penelitian ini memakai metode penelitian *kualitatif deskriptif* dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan, serta teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata usaha kuliner mengalami peningkatan yang signifikan dan positif terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional setelah bergabung dengan layanan *go-food*.

Penelitian kedua, Syarif Hidayatullah et al. (2018) yang berjudul Eksistensi Transportasi *online (go-food)* terhadap Omzet Bisnis Kuliner di kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah transportasi *online* dan pendapatan berpengaruh terhadap omzet usaha kuliner di kota Malang, faktor eksistensi transportasi *online* dan pendapatan berpengaruh dominan terhadap omzet usaha kuliner di Kota Malang. Metode penelitian *kuantitatif* digunakan karena data yang diperoleh berupa angka berasal dari kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi transportasi *online* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan omzet bisnis kuliner di kota Malang dan eksistensi transportasi *online* juga merupakan variabel dominan terhadap peningkatan omzet bisnis kuliner di kota Malang.

Penelitian ketiga, Hasan (2019) yang berjudul Analisis Eksistensi Layanan *Go-Food* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kuliner Di Banjarmasin. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis eksistensi layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan pada usaha kuliner di kota Banjarmasin dan dampak ekonomi dan sosial yang dirasakan para pebisnis rumah setelah bekerjasama dengan *go-food*. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian *deskriptif kualitatif* dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini bahwa setelah bekerjasama dengan transportasi *online (Go-food)* para pengusaha kuliner di Banjarmasin memperoleh dampak positif yang berpengaruh pada bidang sosial dan ekonomi seperti adanya penambahan karyawan dan peningkatan pendapatan pertahunnya.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan kuliner yang bermitra dengan GO-JEK di Yogyakarta

Tinjauan pustaka

E-commerce

Menurut Nss & Rahoyo (2019) *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, pemasaran dan pelayanan serta pengiriman dan pembayaran produk, jasa dan informasi di dalam internet dan jaringan lainnya, antara perusahaan berjaring dan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya. Sedangkan menurut Adi (2020), *E-Commerce (electronic Commerce)* dapat diartikan sebagai aktivitas jual beli dengan memanfaatkan perangkat teknologi dan internet. Baik penjual maupun pembeli keduanya harus terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi.

Sistem perdagangan yang digunakan dalam *e-Commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.

Penggunaan internet pada *e-Commerce* ini memberikan banyak dampak positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu.

Layanan *food delivery (go-food)*

Menurut Christopher Lovelock (2012), layanan *food delivery* adalah penciptaan situs web yang memberikan sebuah informasi dan menerima pesanan dan bahkan berfungsi untuk sebagai saluran pengantaran layanan berbasis informasi.

Go-Food merupakan fitur layanan *food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah kuliner. Dengan memakai sebuah *smartphone* dan menjalankan fitur *Go-Food* di dalam aplikasi GO-JEK, pembeli bisa memesan makanan dari restoran yang menjalin kerja sama dengan GO-JEK. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh GO-JEK. Layanan ini mirip dengan layanan *delivery order* dari restoran. Hal ini sangat memudahkan para konsumen untuk memesan makanan dari warung tersebut.

Menurut Nurul Almariah et al. (2019) Dengan bergabungnya di layanan *Go-Food* ada banyak keuntungan yang dapat diambil tidak hanya bagi bisnis kuliner itu sendiri tetapi juga bagi driver *Go-Food* dan konsumen. Keuntungan bagi bisnis kuliner bergabung dengan *layanan Go-Food* adalah dapat menjangkau konsumen lebih banyak, karena dengan layanan *Go-Food* memungkinkan meningkatkan kawasan yang lebih luas wilayahnya.

Gojek

Gojek merupakan perusahaan teknologi yang berjiwa sosial yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan di berbagai sektor informasi di Indonesia, kegiatan gojek berdasar pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi dan dampak sosial. Kecepatan memiliki definisi melayani dengan cepat dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman.

Bermula pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Gojek yang merupakan perusahaan transportasi roda dua lewat panggilan telepon, kini Gojek telah tumbuh menjadi *on demand mobile platform* didukung dengan aplikasi yang menyediakan berbagai macam layanan lengkap mulai dari transportasi logistik, pembayaran, makanan dan layanan lainnya.

Layanan aplikasi ini untuk memudahkan konsumen dalam beberapa kegiatan penunjang aktivitas masyarakat. Fitur aplikasi gojek semakin lengkap sehingga sangat memudahkan bagi masyarakat untuk ber-*action* dengan gojek.

Go Food adalah salah satu fitur yang menawarkan layanan jasa beli dan antar makanan kepada pelanggan. Layanan ini sangat cocok untuk konsumen 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 jenis makanan apapun dan kapanpun sesuai dengan keinginannya tanpa terus khawatir lagi dengan rute dan keadaan lainnya. Setelah konsumen memesan jenis makanannya, maka driver Gojek akan menerima pesanan melalui aplikasi *driver* dan langsung mengantarkan ke lokasi pemesan.

Meningkatkan penjualan

Menurut M. Amdan Saputra (2020), Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Pada umumnya keuntungan yang anda peroleh tergantung secara langsung maupun tidak langsung dari penjualan. Kontribusi peningkatan penjualan terhadap keuntungan sudah jelas. Meningkatkan penjualan juga berguna dalam hal mengurangi biaya *overhead* karena biaya tetap dimanfaatkan untuk mencapai penjualan lebih besar.

Kehadiran layanan pesan dan antar makanan *online* terbukti bisa membantu pengusaha kuliner meningkatkan pendapatannya. Salah satu layanan tersebut yaitu *Go-Food* dari GO-JEK. Melalui layanan ini, kuliner kecil dan menengah mampu meningkatkan penjualannya hingga 3 kali lipat sejak bergabung menjadi mitra *Go-Food*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif*, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian *kuantitatif* dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filasafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat *kuantitatif/statistik*, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah Kuliner yang bermitra dengan layanan *go-food* di Yogyakarta. Di Yogyakarta kuliner yang bermitra *Gojek* kurang lebih 5.000 usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *random sampling*, yaitu pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk setiap elemen populasi, sampel diambil secara acak. Sampel yang digunakan pada penelitian sebanyak 40 responden.

Pengujian hipotesis

Di dalam penelitian data merupakan penggambaran variabel dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Sesuai dengan tujuan pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah:

Regresi linier sederhana

Analisis regresi merupakan teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan. Persamaan umum dari *regresi linier sederhana* adalah:

$$Y = a + b.X + e$$

Keterangan:

Y = nilai Variable dependen (Variabel terikat/variabel yang dipengaruhi)

a = konstanta, nilai Y jika X = 0

b = koefisien regresi

X = nilai variabel independent (variabel bebas/variabel yang mempengaruhi variabel lain)

E = standar error

Uji t

Penelitian ini menggunakan *uji t* untuk menguji hipotesis. *Uji t* adalah suatu pengujian agar mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak. Untuk menguji signifikansi atau tidaknya pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan maka digunakan *uji-t* dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Hipotesis diterima, apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ (terdapat pengaruh signifikan)

Data hasil uji *t* bersumber pada output tabel *one-sampel test*, kemudian pengujian dilakukan dengan membandingkan antara $t\text{-hitung}$ dan $t\text{-tabel}$. $T\text{-tabel}$ dapat dilihat dalam tabel *statistic*, pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrumen penelitian

Uji validitas

Uji *Validitas* digunakan untuk menguji kelayakan pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji yang dimaksud untuk mengukur tingkat kevalidan suatu alat pengukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan.

Setiap indikator dinyatakan valid apabila nilai $r\text{-hitung}$ lebih besar atau sama dengan $r\text{-tabel}$. $R\text{-tabel}$ menggunakan rumus $df = N - 2$ pada signifikansi 0,05, dengan hasil 0.3120

Layanan *go-food* (X)

Hasil uji *validitas* variabel X layanan *go-food* yang terdiri dari 6 pertanyaan dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1. Hasil uji *validitas* variabel layanan *go-food*

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,687	0.3120	Valid
P2	0,506	0.3120	Valid
P3	0,531	0.3120	Valid
P4	0,678	0.3120	Valid
P5	0,711	0.3120	Valid
P6	0,673	0.3120	Valid

Berdasarkan data maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel layanan *go-food* berstatus *valid* dengan hasil $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$

Peningkatan penjualan (Y)

Hasil uji *validitas* variabel Y peningkatan penjualan yang terdiri dari 6 pertanyaan dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel peningkatan penjualan

Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,730	0.3120	Valid
P2	0,643	0.3120	Valid
P3	0,530	0.3120	Valid
P4	0,472	0.3120	Valid
P5	0,512	0.3120	Valid
P6	0,738	0.3120	Valid

Berdasarkan data yang ada maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel peningkatan penjualan berstatus valid dengan hasil $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur bisa dipercaya dan diandalkan. Suatu konstruksi dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach alpha* $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas terhadap kuisioner pada variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas variabel

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Standar reabilitas	Keterangan
Layanan go-food	0,679	0,6	Reliabel
Peningkatan penjualan	0,690	0,6	Reliabel

Berdasarkan data diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel layanan go-food dan peningkatan penjualan mempunyai nilai *Cronbach alpha* $> 0,6$. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan pada penelitian ini berstatus reliabel sehingga jawaban responden dapat digunakan untuk penelitian.

Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai *residual* bisa terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki data yang terdistribusi dengan normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov smirnov* untuk mengetahui apakah data pada penelitian ini berdistribusi normal. Data yang terdistribusi normal yaitu data yang memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig.} > 0,05$)

Hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini ada dibawah ini:

Tabel 4. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28337110
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.102
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil *Kolmogorov smirnov test* pada *residual* yang telah dihitung menggunakan SPSS 25 dan diperoleh nilai signifikansi residual sebesar 0,200. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel penelitian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dari hasil ini bisa disimpulkan bahwa semua variabel penelitian ini berdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari nilai *residual* untuk semua pengamatan pada model regresi. Regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor penyebab model regresi linier tidak efisien dan akurat.

Uji *heteroskedastisitas* dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel *independent* dengan nilai *absolute residualnya*. Jika nilai *signifikasi* (Sig) antara variabel *independent* dengan *absolute residual* lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah *heteroskedastisitas*.

Hasil uji *heteroskedastisitas* untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini ada dibawah ini:

Tabel 5. Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	Signifikasi	Standar Signifikasi	Keterangan
Layanan <i>go-food</i>	0,503	0,05	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas* menggunakan metode *Glejser* diperoleh nilai signifikasi variabel layanan *go-food* sebesar 0,503. Hasil uji *heteroskedastisitas* menunjukkan bahwa variabel penelitian menunjukkan nilai signifikasi lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

Uji autokorelasi

Uji *autokorelasi* digunakan untuk menguji apakah dalam model *regresi linier* terdapat korelasi antara kesalahan pada periode *t* dengan kesalahan pada periode *t-1* (sebelumnya). Pengujian *autokorelasi* pada penelitian ini menggunakan *Durbin-Watson* untuk mengetahui apakah terdapat *autokorelasi* atau tidak pada data yang digunakan. Data tidak terdapat *autokorelasi* apabila $du < d < 4-du$.

Hasil uji *autokorelasi* dalam penelitian ini ada dibawah ini:

Tabel 6. Hasil uji autokorelasi

Model summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.367 ^a	.135	.112	.28708	2.076
a. Predictors: (Constant), layanan <i>go-food</i>					
b. Dependent Variable: peningkatan penjualan					
d	dl	du	4-dl	4-du	
2,076	1,4421	1,5444	2,5579	2,4556	

Berdasarkan hasil uji *autokorelasi* menggunakan *durbin-watson* diperoleh nilai *d* sebesar 2,076. Hasil uji *autokorelasi* menunjukkan bahwa nilai $du < d < 4-du$ atau $1,5444 < 2,076 < 2,4556$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat *autokorelasi*.

Regresi linier sederhana

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

Tabel 7. Hasil uji regresi sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.010	.541		3.716
	Layanan <i>Go-food</i>	.360	.148	.367	2.431

a. Dependent Variable: PENINGKATAN PENJUALAN

Diketahui nilai *constan* (a) sebesar 2,010. Sedangkan nilai layanan *go-food* (b/koeffisien *regresi*) sebesar 0,360. Sehingga persamaan *regresinya* adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.010 + 0,360X$$

Persamaan tersebut memiliki arti:

Konstanta sebesar 2.010, yang berarti bahwa nilai konstanta variabel partisipasi adalah sebesar 2.010; *Koeffisien regresi* X sebesar 0,360 menyatakan bahwa *koeffisien regresi* tersebut adalah *positif*, sehingga pengaruh variabel X terhadap Y adalah *positif*. Hal ini berarti bahwa semakin banyak tingkat order layanan *go-food* yang masuk maka akan meningkatkan tingkat penjualan sebesar 0,360.

Uji t

Nilai signifikansi *t-hitung* untuk variabel layanan *go-food* sebesar 2,431 dan Nilai *t-tabel* sebesar 2,021. Hal ini berarti $2,431 > 2,021$ dan nilai *sig* $0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *go-food* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan kuliner.

Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.367 ^a	.135	.112	.28708
a. Predictors: (Constant), LAYANAN GO-FOOD				

Dari data diatas menunjukkan bahwa nilai *korelasi* (R) sebesar 0,367. Dari *output* tersebut diperoleh *koefisien determinasi* (*R square*) sebesar 0,135, yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (layanan *go-food*) terhadap variabel terikat (peningkatan penjualan) adalah sebesar 13,5%.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *go-food* memiliki hubungan *positif* terhadap peningkatan penjualan kuliner. Dan berdasarkan hasil *uji t* untuk variabel layanan *go-food* dengan diperoleh nilai *t-hitung* $> t\ tabel$ ($2,431 > 2,021$) dan nilai *sig* $0,020 < 0,05$. Sehingga Hipotesis yang menyatakan bahwa layanan *go-food* (X) berpengaruh dalam meningkatkan penjualan pada kuliner (Y) diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Iriani & Endang Rostiana (2018) yang berjudul “Analisis Dampak Layanan *go-food* Terhadap Omzet Penjualan Kuliner di Kota Bandung.”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa rata-rata usaha kuliner mengalami peningkatan yang signifikan *positif* terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional setelah bergabung dengan layanan *go-food*.

Pengaruh *positif* layanan *go-food* yaitu terhadap peningkatan penjualan pengusaha kuliner yang terdaftar di go-jek Yogyakarta menunjukkan bahwa dengan bermitra pada *go-food* akan berdampak pada peningkatan penjualan karena promosi produk didalam aplikasi menyebabkan pasar semakin luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis layanan *go-food* dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan bahwa layanan *go-food* berpengaruh *positif* dan signifikan terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *t-hitung* $> t\ tabel$ ($2,431 > 2,024$) dan nilai *sig* $0,020 < 0,05$.

Hasil penelitian ini sesuai dengan asumsi peneliti yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh layanan *go-food* terhadap peningkatan penjualan kuliner di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. B. (2020). *Eksistensi UMKM makana pada era jasa pengiriman makanan berbasis online (OGO FOOD/GRAB FOOD) di wilayah Tangerang selatan*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54284>
- Christopher Lovelock, J. W. (2012). *Services Marketing: People, Technology, Strategy -7/E*. Pearson.
- Hasan, M. (2019). *ANALISIS EKSISTENSI LAYANAN GO-FOOD DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN DI BANJARMASIN*. 13.
- Indraswari, A., & Kusuma, H. (2018). ANALISA PEMANFAATAN APLIKASI GO-FOOD BAGI PENDAPATAN PEMILIK USAHA RUMAH MAKAN DI KELURAHAN SAWOJAJAR KOTA MALANG. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2(1), 63–73.
- Iriani, T. Y., & Endang Rostiana, S. E. (2018). *Analisis Dampak Layanan Go-Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan Di Kota Bandung* [PhD Thesis]. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.

-
- M. Amdan Saputra, -. (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* [Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU]. <http://repository.uin-suska.ac.id/28256/>
- Nss, R. L. P., & Rahoyo, R. (2019). DAMPAK BISNIS KULINER MELALUI GO FOOD BAGI PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120–133. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v20i2.1243>
- Nurul Almariah, E., Pangiuk, A., & Baining, M. E. (2019). *PENGARUH LAYANAN GO-FOOD, HARGA DAN JUMLAH ORDER TERHADAP OMZET BISNIS KULINER DI KOTA JAMBI* [Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin]. <http://repository.uinjambi.ac.id/1348/>
- Rakhmawati, A. (2019). *ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI GO-FOOD TERHADAP PENDAPATAN RUMAH MAKAN*.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, Yeremia Permata, Theofilus Adrian, Ninis Sarwinda, Fitriani Lestari, & Anak Eka. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 2(1). <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/162>
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2021). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE DENGAN APLIKASI GOJEK FITUR GOFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA KULINER DI YOGYAKARTA. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80–95. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>