

Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang

by 33 Syarif Hidayatullah

Submission date: 21-Apr-2022 03:34PM (UTC+0700)

Submission ID: 1816203509

File name: Online_Go_Food_Terhadap_Omzet_Bisnis_Kuliner_Di_Kota_Malang.pdf (360.71K)

Word count: 3042

Character count: 19460



Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang

Syarif Hidayatullah¹, Abdul Waris¹, Yeremia Permata², Theofilus Adrian², Ninis Sarwinda², Fitriani Wiji Lestari², Anak Agung Cede Eka²

¹Universtas Merdeka Malang, ²Mahasiswa Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
Email : waris_sip@yahoo.com

Abstrak :

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh eksistensi transportasi online dan pendapatan terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang. Penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka yang berasal dari kuesioner, sedangkan pendekatan penelitian termasuk pada survey. Hasil penelitian ini adalah Eksistensi Transportasi Online berpengaruh signifikan baik secara parsial ataupun bersama-sama dengan pendapatan dalam meningkatkan Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. Eksistensi Transportasi Online juga merupakan variabel dominan terhadap peningkatan omzet bisnis kuliner di Kota Malang.

Kata Kunci: Transportasi online, Pendapatan dan Bisnis kuliner.

Abstract

This study discusses how the influence of the existence of online transportation and income on the turnover of culinary business in Malang City. This research can be categorized in quantitative research because the data obtained in the form of numbers derived from the questionnaire, while the research approach is included in the survey. The results of this study are Online Transportation Existence having significant influence either partially or together with income in increasing Culinary Business Turnover in Malang City. The existence of Online Transportation is also the dominant variable in increasing the turnover of culinary business in Malang City.

Keywords: online transportation, income and culinary business.

I. PENDAHULUAN

Ditahun 2016, perkembangan transportasi online melonjak pesat setelah diluncurkannya bisnis ini ditahun 2015. Hal ini membuat ragam respon ribuan masyarakat antara lainnya pebisnis, mahasiswa dan karyawan. Hal tersebut disambut respon positif, karena dengan adanya transportasi online dapat mempermudah masyarakat luas. Terlebih pada pebisnis UMKM kuliner di Kota Malang pun menyambut dengan sangat positif, karena bagi mereka dapat membantu untuk menjangkau para konsumen yang terletak dekat maupun sangat jauh dari lokasi bisnis mereka.

Berawal dari *Go Food* itulah para pebisnis kuliner di Kota Malang sangat tertolong, karena usaha jasa ini respektatif untuk dikembangkan, dan akan membantu banyak sekali mahasiswa dan warga kota malang yang akan terbantu dengan hadirnya *Go Food* ini. Para mahasiswa dan warga kota malang pun juga bisa ikut ambil bagian menjadi salah satu driver *Go Food*.

Adanya fenomena-fenomena tersebut, maka peneliti mencoba memfokuskan kajian pada objek umkm bisnis kuliner, yaitu bagaimana dampak ekonomi dan sosial yang dirasakan para pebisnis kuliner terhadap adanya transportasi



online dan seberapa signifikan perubahan yang dirasakan sejak bekerja sama dengan transportasi online (*Go Food*). Kemudian, peneliti juga ingin mengetahui seberapa relevan alasan-alasan pebisnis kuliner untuk terus bekerja sama dengan transportasi online di beberapa tahun mendatang.

³¹ Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan, seperti, 1) Apakah faktor eksistensi transportasi online dan pendapatan berpengaruh terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang ? 2) Manakah diantara faktor eksistensi transportasi online dan pendapatan berpengaruh dominan terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang ?

II. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian dan Sejarah Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online di Indonesia

Transportasi merupakan salah satu sarana perhubungan yang sangat penting dalam segala hal aktivitas manusia. Semakin berkembang sarana transportasi semakin mudah terjalin hubungan antar manusia. Sejak jaman-jaman purba mobilitas masyarakat manusia telah terjadi. Perpindahan penduduk dari satu tempat ke tempat yang lain telah terjadi. Mobilitas penduduk ini diikuti juga oleh mobilitas barang yang dibawa oleh mereka. Oleh karena itu sarana transportasi sejak masa lampau telah dibutuhkan oleh manusia. Pada masa sekarang dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya di dalam satu wilayah tetapi juga antar pulau dan bahkan antar Negara, maka sarana transportasi sangat memegang peranan yang penting.

Jasa transportasi berbasis online ini disebut juga dengan aplikasi *ridesharing* yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2014.

Pada awal kemunculannya dimulai oleh aplikasi Uber yang mengusung *UberTaxi* sebagai bisnis layanan transportasi berbasis aplikasi online. Kemudian diikuti dengan kemunculan *Gojek*, *Gocar*, *GrabBike*, *GrabTaxi*, dan aplikasi berbasis online lainnya.

Terkait fenomena aplikasi berbasis online, dapat diketahui sebelum kemunculan dan maraknya aplikasi seperti *Gojek*, *Grab*, maupun aplikasi lainnya, kita telah mengenal terlebih dahulu Uber. Perusahaan aplikasi berbasis online ini dilahirkan oleh *Garret Camp* dan *Travis Kalanick* di Kota San Fransisco, Amerika Serikat sekitar pada tahun 2009. Di San Fransisco pun yang beroperasi tidak hanya Uber tetapi ada pesaing terbesarnya yaitu, *Lyft* dan *Side-Car*. Di lain negara seperti halnya di Adia, aplikasi transportasi berbasis online pun sudah ada seperti *EasyTaxi* serta *Ola* di India.

Fenomena jasa transportasi berbasis aplikasi online sebenarnya merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mudah di dapatkan, nyaman, cepat, dan murah. Banyak faktor yang membuat aplikasi berbasis online ini dibutuhkan oleh banyak masyarakat khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta. Di Jakarta dari sisi kebutuhan masyarakat, transportasi online sudah menjadi sebuah moda alternative yang diinginkan masyarakat setelah sebelumnya masyarakat harus menggunakan moda transportasi konvensional yang menuai beberapa masalah seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan bus umum yang seringkali sudah tidak layak beroperasi maupun faktor-faktor lainnya.

Omzet

²³ Omzet dapat diartikan sebagai jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu² selama masa jual (*Nurfitri* : 2015). Perdagangan atau perniagaan pada umumnya adalah pekerjaan membeli



barang dari suatu tempat dan suatu waktu dan menjual barang tersebut di tempat dan waktu lainnya untuk memperoleh keuntungan. Pendapat lain omzet merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Omzet usaha adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Adapun cara meningkatkan omzet menurut (Assauri:2013) adalah 1) Memiliki Kepribadian Unggul, 2) Berani Berubah, 3) Membangun Jaringan, 4) Mengembangkan Diri, 5) Menghargai Pelanggan, 6) Sedikit Bicara, 7) Jangan Takut Bersaing, 8) Jangan Berhenti Sampai di Sini.

Omzet usaha sangat bergantung pada wilayah penjualan yang akan dikelola. Wilayah penjualan yang potensial atau sering disebut dengan istilah “lahan basah” sering menjadi rebutan para pedagang. Jika pertama kali masuk kedalam wilayah penjualan yang baru, maka yang harus dilakukan adalah menganalisis wilayah tersebut dengan mengetahui potensi pasarnya. Selain itu mengamati pesaing yang ada di wilayah tersebut, mengingat jumlah pesaing berkaitan langsung dengan pencapaian penjualan

Bisnis Kuliner

Bisnis adalah suatu usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia edisi ketiga tahun 2003, kuliner adalah masakan atau makanan.

Kiat-kiat membangun usaha kuliner, besarnya keuntungan yang diperoleh dari

berbisnis makanan menjadikannya banyak persaingan. Oleh karena itu, berikut adalah strategi khusus dalam membangun usaha dibidang kuliner, adalah:

- Untuk memulai bisnis makanan, pilihlah makanan yang biasa anda buat. Sehingga anda telah menguasai resep khusus atau cara pembuatannya.
- Selalu menjaga kualitas produk. Pelajari lebih dalam tentang hal-hal detail yang berhubungan dengan menu makanan yang kita tawarkan, dari mulai cara pembuatan yang pas hingga memperhatikan takaran komposisi bahan dengan tepat.
- Melakukan riset pasar untuk mengetahui variasi jenis makanan yang ada, sehingga kita dapat menentukan inovasi makanan baru yang belum ada di pasaran. Selain itu riset juga dapat berguna untuk mengetahui harga serta kualitas rasa yang dimiliki para pesaing, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan produk.
- Memberikan citra atau merek khusus untuk usaha bisnis anda. Sehingga produk makanan anda memiliki image khusus dimata para konsumen. Usahakan menggunakan nama atau kata yang mudah diingat.
- Penetapan harga jual. Berikan harga yang sesuai dengan kualitas rasa makanan. Jangan terlalu banyak dalam mengambil keuntungan, lebih baik memperoleh keuntungan sedikit namun banyak pelanggan yang datang.
- Kreatif dan inovatif dalam mengembangkan menu makanan, sehingga para konsumen tidak bosan dengan menu yang disajikan.
- Berikan pelayanan terbaik bagi para konsumen, istilahnya pembeli adalah raja maka berikan pelayanan terbaik bagi para konsumen. Usahakan untuk selalu ramah dengan pembeli,



memperhatikan permintaan konsumen, jaga kebersihan tempat usaha maupun produk makanan anda, dan yang paling penting adalah jangan membuat para konsumen terlalu lama menunggu pesanan mereka.

Keuntungan berbisnis kuliner:

- Terdapat banyak ragam kuliner yang dapat dipilih
- Modal tidak perlu besar
- Inovasi produk dapat dilakukan dengan mudah
- Makanan menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia

Kelemahan berbisnis kuliner :

- Masa kadaluarsa yang singkat
- Harga bahan baku yang berubah-ubah
- Makanan yang sudah dingin, mengeras, atau bahkan bentuk rusak tidak disukai oleh konsumen

III. HIPOTESIS

1. Diduga faktor eksistensi transportasi online dan pendapatan berpengaruh positif terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang
2. Diduga faktor eksistensi transportasi online berpengaruh dominan terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang

IV. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka yang berasal dari kuesioner, sedangkan pendekatan penelitian termasuk pada survey. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel (Sugiyono, 2010:7) Variabel

yang digunakan pada penelitian ini, yaitu : 1) Variabel Bebas, terdiri dari faktor Sosial (X_1) dan eksistensi transportasi online (X_2) dan 2) Variabel terikat berupa Omzet bisnis kuliner (Y).

Batasan yang dipakai peneliti yakni, pebisnis kuliner, dengan bekerjasama dengan transportasi online (Gojek) di Kota Malang. Batasan topic yang dirumuskan adalah faktor ekonomi (pendapatan) dan sosial para pebisnis kuliner di Kota Malang. Tempat pengambilan data penelitian dilakukan di 4 lokasi di Kota Malang, dengan jumlah sasaran yang sudah ditentukan di setiap titik lokasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 berupa pelaku usaha dan karyawan usaha kuliner, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner .

V. HASIL PENELITIAN

Validitas dan Reliabilitas

Validitas diukur dengan cara membandingkan nilai korelasi masing-masing indikator dengan nilai korelasi tabel (r tabel). Nilai r tabel pada $\alpha = 0,05$ dan $n = 30$ sebesar 0,361. Dari 18 indikator yang diuji, semua indikator memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari r tabel, serta probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, artinya ada hubungan yang signifikan antara skor masing-masing indikator dengan skor total korelasi yang signifikan. Sedangkan Instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai reliabilitas yang diperoleh tidak mencapai 0,6 (Nurgiyanto, 2000:312). Hasil uji reliabilitas yang dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan regresi berganda tersebut dapat diketahui hasil sebagai berikut: $Y = 2,586 + 0,618X_1 + 0,241X_2$. Dari hasil analisis regresi linier berganda



19

di atas, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,760. Angka ini menunjukkan bahwa variabel eksistensi transportasi online (X_1) dan Pendapatan (X_2) dapat menjelaskan bahwa variasi atau mampu memberikan

kontribusi terhadap variabel Omzet bisnis kuliner (Y) sebesar 76 %, sedangkan sisanya sebesar 24 % disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Variabel	Keterangan	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
X_1	Eksistensi Transportasi online	0,618	5,608	0,000
X_2	Pendapatan	0,241	2,356	0,008
Konstanta	2,586			
R	0,615			
R^2	0,760			
F_{hitung}	5,069			
Sig. F	0,008			
N	95			

Variabel terikat = Omzet bisnis kuliner (Y)

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdapat dalam eksistensi transportasi online dan pendapatan baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap omzet. Kedua variabel tersebut sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan menggunakan jasa ojek online dan memberikan fasilitas yang baik untuk dimasa yang akan datang.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis I

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Diduga faktor eksistensi transportasi online dan pendapatan berpengaruh positif terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang, dengan menggunakan uji t. Hasil uji t eksistensi transportasi online diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,608$ sedangkan nilai $t_{tabel} = 1,980$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga terbukti variabel eksistensi transportasi online berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner.

Hasil uji t pendapatan diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,356$ sedangkan nilai $t_{tabel} = 1,980$ sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai

signifikansi $0,010 < 0,05$ jadi H_0 ditolak atau H_a diterima, sehingga terbukti variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa eksistensi transportasi online dan pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap Omzet bisnis kuliner. Dengan demikian hipotesis pertama secara statistik dapat diterima atau teruji.

Untuk menguji variabel eksistensi transportasi online dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap Omzet bisnis kuliner, dengan menggunakan uji F. Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas eksistensi transportasi online dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner. Apabila besarnya $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dari hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5,069, sedangkan F_{tabel} pada $\alpha = 5\%$, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 95$ sebesar 3,09; hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,069 > 3,09$) sedangkan nilai probabilitasnya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel



bebas : eksistensi transportasi online dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner. Dengan demikian hipotesis kedua secara statistik dapat diterima atau teruji.

Hasil Pengujian Hipotesis II

Untuk menguji hipotesis kedua yang menyatakan eksistensi transportasi online berpengaruh dominan terhadap Omzet bisnis kuliner, dengan melihat besarnya koefisien regresi yang berpengaruh signifikan terhadap Omzet bisnis kuliner. Variabel bebas yang memiliki koefisien paling besar dan signifikan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Omzet bisnis kuliner. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa nilai koefisien terbesar yaitu eksistensi transportasi online sebesar 0,618, hal ini berarti eksistensi transportasi online merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Omzet bisnis kuliner. Dengan demikian hipotesis ketiga secara statistik dapat diterima atau teruji.

VI. PEMBAHASAN

Menjalankan sebuah bisnis semakin menarik perhatian berbagai kalangan beberapa tahun belakangan. Bisnis kuliner akan menjadi usaha menjanjikan jika dikemas dengan konsep dan ide menarik. Fenomena munculnya usaha usaha baru patut diperhitungkan karena tak sedikit yang sukses meraup omset yang besar dalam waktu singkat. Semangat memulai usaha/bisnis kuliner ini menularkan dan memotivasi banyak orang untuk turut serta menjadi seorang pebisnis. Hadirnya *Go Food* dinilai mempermudah usaha membuka bisnis kuliner. Cukup dari dapur rumahan pun bisnis kuliner bisa dilakukan bersama *Go Food*. *Go Food* merupakan layanan Gojek yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai sesuatu kegiatan promosi

yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *Go Food* adalah memberikan informasi serta pengenalan terhadap produk kuliner. Hal tersebut merupakan pencapaian sasaran dalam penggunaan public relations. (Fahry : 2017)

Wujud kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh *Go Food* dalam kegiatan strategi *marketing public relations*-nya adalah dalam bentuk endorsement. Hal yang dimaksud di sini adalah pemberian royalti yang biasanya berupa voucher ataupun fresh money terhadap *public figure* yang dapat memunculkan para *opinion leader*. Royalti tersebut diberikan sebagai bentuk *reward* atas promosi yang nantinya dilakukan oleh para *public figure* tersebut baik melalui media konvensional maupun akun sosial mediana. Bentuk kegiatan tersebut di atas memberikan dampak munculnya *style* perilaku baru pada konsumen, yakni selain berperan sebagai pengguna produk konsumen juga mempromosikan produk yang digunakannya. Kelebihan dari kegiatan promosi ini yaitu adanya hal yang disebut sebagai *word of mouth*. Kotler & Keller (2007:204) mengemukakan bahwa *word of mouth Communication* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.

Sesuai hasil penelitian ini, dimana eksistensi atau keberadaan transportasi online berpengaruh dan memiliki nilai terbesar terhadap bisnis kuliner yang ada di Kota Malang. Hal ini dapat terjadi karena keberadaan transportasi online membuat dan membantu bisnis kuliner



yang ada dengan mempermudah kebutuhan konsumen, mempromosikan dan memasarkan produk yang dihasilkan dengan mudah, dan cepat. Hal yang terpenting dalam bisnis menggunakan jasa transportasi online adalah harga yang pasti sesuai dengan yang ditawarkan atau yang dipromosikan pada media atau aplikasi online.

¹¹ Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (LD FEB) Universitas Indonesia (UI) yang meneliti dampak Go-Jek pada sektor ekonomi di 9 kota besar, salah satunya Surabaya. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Go-Jek berkontribusi lebih dari Rp 200 miliar per tahun dalam perekonomian Surabaya. (Detik Finance:2018). Fakta ini dikuatkan dengan temuan data penelitian LD FEB UI yang menunjukkan bahwa sebesar 44,7 % mitra UMKM tidak pernah melayani pengiriman sebelum bergabung menjadi mitra Go-Jek. Sedangkan sebesar 70% mitra UMKM mulai memberlakukan pemesanan online karena Go-Jek. Hal ini sekaligus menguatkan fakta bahwa kehadiran *Go Food* mempengaruhi gaya penjualan UMKM di Surabaya. (Detik Finance : 2018)

VII. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang⁴ telah dilakukan mengenai Eksistensi Transportasi Online (*Go Food*) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang dapat ditarik kesimpulan, yaitu Eksistensi Transportasi Online berpengaruh signifikan baik secara parsial ataupun bersama-sama dengan pendapatan dalam meningkatkan Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. Eksistensi Transportasi Online juga merupakan variabel dominan

terhadap peningkatan omzet bisnis kuliner di Kota Malang.

VIII. LITERATUR

- Assauri Sofjan, Manajemen Pemasaran. 2013, Edisi 1, (Rajawali Pers: Jakarta, 2013)⁴ 18
- Detik Finance . 2018, *Ojek Online Dongkrak Pertumbuhan UMKM Kuliner di Surabaya*, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4003396/ojek-online-dongkrak-pertumbuhan-umkm-kuliner-di-surabaya>. Diambil tanggal 6 Agustus 2018.
- Fahri Muhammad Lulu, 2017, *Strategi Marketing Public Relations Go Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya*, <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-comm8eddea96e5full.pdf>. Diambil tanggal 1 Agustus 2018
- ¹³ Kotler, Philip & Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks ²⁷
- Marcia dan Messner. 2010. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Nurfitri Nissa, Retno Hidayat. 2015, *Jurnal Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu* , Vol. x, No. 6 (Maret-April 2015) , 4. ²⁴
- Irwan Trias Saputra dkk. 2016, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 38 No. (1 September 2016) ³⁹
- Shimp, Terence, A. 2004, *Periklanan, Promo, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Kelima, Diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah, Jakarta. Airlangga
- ¹⁸ Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** anggiangrainindi.wordpress.com Internet Source 1%
- 2** online-journal.unja.ac.id Internet Source 1%
- 3** pinopinntc.wordpress.com Internet Source 1%
- 4** ebgc.upnjatim.ac.id Internet Source 1%
- 5** Cindy Marisa, Evi Fitriyanti, Sri Utami. "Hubungan Pola Asuh Orangtua dengan Motivasi Belajar Remaja", Jurnal Konseling dan Pendidikan, 2018 Publication 1%
- 6** Adelia Athaya Dzakiyyah, Nor Norisanti, Acep Syamsudin. "Kekuatan Social Media dan Word Of Mouth dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Restorant Mie Seuhah PISAN (MIE SP) Sukabumi", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020 Publication 1%

7	Tri Handayani, Febrian Sidiq, Shidiq Nur. "Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pengelolaan Manajemen pada UMKM Konveksi Mutiara", JAMU : Jurnal Abdi Masyarakat UMUS, 2021 Publication	1 %
8	akur-stbajia.blogspot.com Internet Source	1 %
9	ALMUNFARIJAH ALMUNFARIJAH. "Analisis Portofolio Optimal Saham Indeks Lq-45 Dengan Model Indeks Tunggal Di Bursa Efek Indonesia", Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2017 Publication	1 %
10	Pandaya Pandaya, Suyatmi Suyatmi, Imam Suprpta. "PENINGKATAN PENDAPATAN DENGAN METODE PENJUALAN E-COMMERCE DAN TRADIOSIONAL PADA PT BATIK SIDA MUKTI", JURNAL AKUNTANSI, 2021 Publication	1 %
11	ejournal.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
12	pta.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1 %
13	etd.repository.ugm.ac.id Internet Source	<1 %

14	Submitted to Universitas Samudra Student Paper	<1 %
15	digilib.unmer.ac.id Internet Source	<1 %
16	dyahningsih.wordpress.com Internet Source	<1 %
17	jurnal.pnk.ac.id Internet Source	<1 %
18	jurnal.ulb.ac.id Internet Source	<1 %
19	Apsari Wahyu Kurnianti, Ascharisa Mettasatya Afrilia. "Hubungan Intercultural Sensitivity Dengan Efektivitas Komunikasi Dalam Mencegah Bullying di SMA Taruna Nusantara Magelang", Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2020 Publication	<1 %
20	Djunaidi Djunaidi, Heri Subagyo. "Pengaruh Service Scape dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen di SK Coffee Lab Kota Kediri", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2020 Publication	<1 %
21	jurnal.uts.ac.id Internet Source	<1 %

22 Rossy Armyn Machfudiyanto, Danang Priyo Utomo. "IMPLEMENTASI KEBIJAKAN SMK 3 DI PERUSAHAAN KONTRAKTOR DI YOGYAKARTA", CivETech, 2019
Publication <1 %

23 ecampus-fip.umj.ac.id
Internet Source <1 %

24 jurnal.polbangtanyoma.ac.id
Internet Source <1 %

25 jurnal.saburai.id
Internet Source <1 %

26 edoc.uii.ac.id
Internet Source <1 %

27 jurnal.dim-unpas.web.id
Internet Source <1 %

28 www.jisikworld.com
Internet Source <1 %

29 www.jurnal.unsyiah.ac.id
Internet Source <1 %

30 Salsabila Firdausia, Ria Novianti, Rita Kurnia. "Hubungan Self Esteem dengan Penyesuaian Diri pada Anak Usia 4-5 Tahun", Aulad : Journal on Early Childhood, 2020
Publication <1 %

31 blog.ub.ac.id
Internet Source

<1 %

32

e-journals.unmul.ac.id

Internet Source

<1 %

33

elibrary.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

34

proceedings.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

35

radenexry487.tumblr.com

Internet Source

<1 %

36

repository.unmas.ac.id

Internet Source

<1 %

37

repository.upstegal.ac.id

Internet Source

<1 %

38

Winda Syafitri, Dahmiri Dahmiri. "PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2019

Publication

<1 %

39

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

40

prosiding.unimus.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On