

**PENGARUH FOOD DELIVERY DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN DI PREKBRO
TULUNGAGUNG**

Yuni Pupah Mudrikah

E-mail: y_pupah@yahoo.com

[Manajemen, Ekonomi, Tulungagung]

ABSTRACT

To stay competitive in today's era of globalization, businesses must consider the quality of food service and delivery. To achieve their goal, which is to increase sales, businesses must be able to create the right competitive strategy. The purpose of this study is to determine how much influence service quality has on increasing sales, food delivery has on increasing sales, and food delivery and service quality have on increasing sales respectively. In this study, quantitative methods were used. Using the coefficient of determination (R^2) and multiple linear regression analysis. SPSS version 29 was used to carry out the analysis and statistics. For this study, forty respondents (Prekbro consumers) were given a questionnaire or survey. The research variables consisted of one dependent variable (Y) and two independent variables (X_1 and X_2). This study tests data or hypotheses with the t test and F test.

Keywords: Food delivery, service quality, sales increase

ABSTRAK

Untuk tetap bersaing di era globalisasi saat ini, bisnis harus mempertimbangkan kualitas layanan dan pengiriman makanan. Untuk mencapai tujuan mereka, yaitu meningkatkan penjualan, bisnis harus dapat membuat strategi bersaing yang tepat. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan, pengiriman makanan terhadap peningkatan penjualan, dan pengiriman makanan dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan masing-masing. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan. Menggunakan koefisien determinasi (R^2) dan analisis regresi linear berganda. SPSS versi 29 digunakan untuk melaksanakan analisis dan statistik. Untuk penelitian ini, empat puluh responden (konsumen Prekbro) diberikan kuesioner atau survei. Variabel penelitian terdiri dari satu variabel dependen (Y) dan dua variabel independen (X_1 dan X_2). Studi ini menguji data atau hipotesis dengan uji t dan uji F .

Kata kunci : Food delivery, kualitas pelayanan, peningkatan penjualan

PENDAHULUAN

Teknologi berkembang dengan cepat di era globalisasi saat ini. Dengan berjalannya waktu, inovasi merupakan hal penting dari kehidupan sehari-hari. Tidak diragukan lagi, teknologi selalu terkait dengan aktivitas setiap hari, dan dengan kemajuan teknologi, aktivitas setiap hari menjadi lebih ringan. Untuk kebutuhan sehari-hari dan aktivitas mereka, hampir semua orang di seluruh dunia bergantung pada internet. Contohnya adalah mendapatkan dan berkomunikasi dengan data kapan saja dan di mana saja. Media internet memiliki banyak manfaat jika digunakan dengan benar. Beberapa orang bahkan dapat menggunakannya untuk keperluan bisnis. Karena kemajuan teknologi saat ini, banyak bisnis menggunakan media internet untuk mencari peluang baru.

Dengan perkembangan ini, sangat mudah untuk memiliki bisnis yang berbasis *internet* atau toko *online*. Sekarang kita hanya perlu membuka ponsel atau laptop kita untuk melihat produk dan jasa yang ingin kita beli tanpa harus mengunjungi toko secara langsung. Terdapat sektor yang mendapatkan pengaruh dari berkembangnya teknologi informasi adalah ekonomi. Karena belanja *online* jauh lebih populer daripada belanja konvensional saat ini. Bukan hanya belanja barang saja, tetapi sekarang kita juga bisa menggunakan jasa *online*. Kita bisa memesan makanan atau jasa titip makanan dan barang lain, melakukan pembayaran *online*, dan bahkan memesan layanan transportasi.

Seiring perkembangan zaman, banyak pengusaha yang memanfaatkan kemajuan tersebut, yaitu dengan menawarkan layanan belanja *online*, dengan menggunakan media internet dengan memanfaatkan media sosial. Pesan dapat dikirim ke pembeli dengan melihat gambar. Hal ini sangat memudahkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sektor bisnis kuliner mendapat keuntungan, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (*UMKM*) menurut UU No. 20 tahun 2008 (Mailizar, 2022). *UMKM* adalah usaha produktif baik badan usaha maupun pemilik seorangan yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro. *UMKM* dapat mengurangi biaya promosi dengan menggunakan sistem penjualan *online*. Pelaku usaha dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan menyebarkan informasi produk yang mereka jual kepada khalayak luas. Setelah belanja *online* menjadi populer, konsumen dapat menemukan barang yang dijual di media sosial dan membeli barang tersebut secara *online*. Kita sekarang dapat membeli makanan secara *online* daripada harus datang ke toko langsung. Selain itu, kita sekarang dapat menggunakan layanan pesan antar makanan, juga disebut *Food delivery*. Layanan pengiriman makanan adalah situs web yang dapat menerima pesanan, berbagi informasi, atau bahkan berfungsi sebagai jalur pengiriman layanan berbasis informasi, menurut Christopher Lovelock (Purbaningrum, 2022). Karena kompetisi yang bertambah kkeras di jaman globalisasi, banyak bisnis bersaing untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti menyediakan layanan pengiriman makanan. Dengan menggunakan ponsel kita, layanan ini memungkinkan kita membeli makanan dengan mudah. Kita hanya perlu memilih makanan yang ingin kita

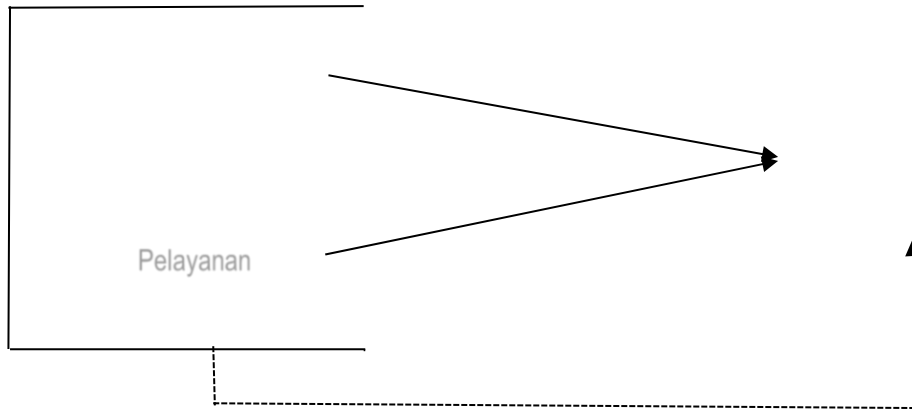
beli, lalu pesannya, dan makanan akan dikirim ke lokasi pembeli setelah proses selesai oleh pengusaha. Adanya layanan pengiriman makanan sangat memudahkan orang yang tidak bisa keluar untuk membeli makanan. Dengan demikian, masyarakat merasa puas karena kebutuhannya telah terpenuhi, dan pelaku usaha juga merasa puas karena penjualan telah meningkat, yang berarti lebih banyak uang untuk bisnis mereka.

Ayam geprek Prekbro Tulungagung adalah salah satu bisnis yang melayani pengiriman makanan. Prekbro berusaha memberikan layanan pengiriman makanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Food delivery* adalah solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan karena banyak pelanggan yang ingin memenuhi kebutuhannya dengan cepat tanpa keluar rumah. Salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan adalah melalui pengiriman makanan, dimana pelayanan yang maksimal memuaskan keinginan pelanggan dengan memenuhi keinginan mereka akan membuat pelanggan tetap menjadi pelanggan karena mereka merasa dilayani dengan baik dan dipenuhi keinginan dan kemauannya (Nurani, et al., 2019).

Sebagian dari faktor yang memengaruhi peningkatan penjualan adalah pelayanan yang baik. Jika pelayanannya baik, pelanggan akan tetap berbelanja di tempat itu dan akan menjadi dorongan untuk orang lain agar melakukannya juga. Memenuhi kebutuhan pelanggan yang ideal serta cara menyampaikannya kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa senang dengan layanan mereka dan terpengaruh untuk mendapatkannya dikenal sebagai kualitas pelayanan. Menurut Lupiyoadi (Wijaya, 2018), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan suatu perusahaan, pelaku usaha, atau organisasi dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya dan mencapai pangsa pasar yang tinggi, yang menghasilkan peningkatan keuntungan yang langsung terkait dengan kualitas pelayanan. Kualitas layanan yang lebih benar akan menyebabkan rasa puas pelanggan menjadi meningkat, membuat banyak orang untuk membeli, yang pada gilirannya menghasilkan peningkatan penjualan.

Studi ini didukung oleh penelitian sebelumnya sebagai perbandingan, referensi, dan acuan. Studi sebelumnya oleh M. Yogi Pratama (2018), Viki Husna (2022), dan Wulan Purbaningrum menemukan bahwa pengiriman makanan memengaruhi penjualan dan loyalitas pelanggan. Saryadi (2020) dan Rizky Wijaya (2018) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi penjualan dan loyalitas pelanggan.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Hipotesis :

- H1 : *Food Delivery* (X1) berdampak relevan terhadap peningkatan penjualan diPrekbro (Y)
- H2 : Kualitas pelayanan (X2) berdampak relevan terhadap penjualan di Prekbro (Y)
- H3 : *Food Delivery* (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) berdampak relevan terhadap penjualan di Prekbro (Y)

METODE

Studi ini memanfaatkan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membantu konsumen Prekbro Tulungagung meningkatkan penjualan dan kualitas pelayanan pengantaran makanan. Teori Roscoe (Pratama, 2018) digunakan untuk mengumpulkan sampel penelitian; setiap variabel harus dikalikan minimal 10 kali, yaitu $10 \times 3 = 30$, dan para peneliti menentukan sampel berjumlah 40 untuk mengurangi kesalahan. Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dimana ketiga cara tersebut mendukung penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	5,287	5,432		0,973	0,337
Food Delivery	0,318	0,184	0,251	1,728	0,092
Kualitas Pelayanan	0,299	0,102	0,424	2,926	0,006

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 29, 2023

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

$$Y = 5,287 + 0,318 + 0,299$$

Persamaan regresi diatas pada tabel 1 bisa diinterpretasikan sebagai berikut :

Saat variabel peningkatan penjualan (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel independen, variabel pengiriman makanan (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2), nilai a sebesar 5,287 adalah nilai konstanta atau keadaan. Dalam kasus ini, variabel dependen, peningkatan penjualan (Y), tidak berubah.

Ditunjukkan oleh nilai b1 sebesar 0,318, menyatakan variabel pengantaran makanan (X1) mempunyai dampak yang baik terhadap variabel kenaikan penjualan (Y). Dengan anggapan, bahwa tidak ada variabel lain yang diamati dalam penelitian ini, variabel pengantaran makanan (X1) akan mempengaruhi variabel peningkatan penjualan (Y) bernilai 0,318.

terdapat anggapan dimana variabel lain tidak diamati dalam penelitian ini, dapat diperhatikan sebenarnya variabel kualitas pelayanan mempunyai dampak yang positif terhadap variabel kenaikan penjualan (Y), dengan nilai b2 sebesar 0,299.

Uji t (Uji Signifikansi Parsial)

$$\begin{aligned} \text{Rumus t tabel} &= (a/2 : n-k-1) \\ &= (0,05/2 : 40-2-1) \\ &= (0,025 : 37) \\ &= 2,02619 \end{aligned}$$

Dari tabel 1. diatas jadi bisa diketahui antara lain :

H1 (Pengujian Hipotesis Pertama)

Ditunjukkan bahwa nilai signifikansi dampak parsial variabel pengantaran makanan (X1) terhadap variabel peningkatan penjualan (Y) adalah 0,92 dan nilai t hitung 1,728 kurang dari 2,02619. Oleh karena itu, hasil dari kesimpulannya bahwa H1 ditolak, yang berarti bahwa variabel pengantaran makanan (X1) tidak mempunyai dampak relevan terhadap variabel kenaikan penjualan (Y).

H2 (Pengujian Hipotesis Kedua)

Ada bukti sebenarnya nilai signifikansi pengaruh parsial variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel peningkatan penjualan (Y) adalah sebesar 0,006 dan nilai t hitung 2,926 lebih besar dari 2,02619. Dari nilai-nilai ini, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai dampak yang relevan positif terhadap variabel kenaikan penjualan (Y).

Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Tabel 2. Hasil Uji relevan Simulatan (Uji F)ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	8,595	0,001 ^b
ResidualTotal			

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 29, 2023

$$\begin{aligned} \text{Rumus F tabel} &= K : n-k \\ &= 2 : 40-2 \\ &= \text{df-2 ke } 38 = 3,24 \end{aligned}$$

Dalam tabel 2, hasil uji relevan simultan (uji F) menunjukkan H3. Nilai relevan untuk dampak simultan variabel pengiriman makanan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel peningkatan penjualan (Y) adalah 0,001 kurang dari 0,05, dan nilai F hitung 8,595 lebih besar dari 3,24.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	0,563 ^a	0,317	0,280	2.65636

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 29, 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) dan pengiriman makanan (X1) memiliki pengaruh bersama sebesar 31,7% terhadap variabel peningkatan penjualan (Y). Variabel lain, yang tidak diuji dalam penelitian ini, mempengaruhi sisanya, yaitu 68,3%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Di Prekbro Tulungagung, kualitas pelayanan dan pengiriman makanan independen berdampak pada variabel dependen peningkatan penjualan (Y). Variabel independen pengiriman makanan (X1) secara parsial tidak berdampak relevan ada variabel dependen peningkatan penjualan (Y). Variabel independen kualitas pelayanan (X2) secara parsial berdampak relevan pada variabel dependen.

Prekbro Tulungagung diharapkan dapat terus berkembang, inovatif, kreatif, dan terus meningkatkan layanan pengiriman makanan dan kualitas pelayanan untuk tetap bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Peningkatan layanan ini akan berdampak pada peningkatan penjualan, sehingga dapat tetap bersaing dengan pelaku UMKM lain, dapat mengembangkan usahanya, dan dapat mencapai tujuannya yaitu meningkatkan penjualan serta memenuhi keinginan dan keinginan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dani, U. M. (2019). *Pengaruh pemasaran produk makanan dan minuman terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus di Green Cafe 15 A Kota Metro)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Faradina, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).

- 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)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Undari, W., & Lubis, A. S. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32-38.
- Nanda, R. (2020). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Islami (Islamic Marketing Mix) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Kajian Pada Indomaret Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Nur, S. A. (2021). Strategi pemasaran perusahaan air minum kemasan PT. *Karunia Tirtamas Abadi Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Bulanan Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan. Skripsi. Universitas Universitas Muhammadiyah Makassar.*
- Hafiyyan, M. I., Miranti, M. 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.
- Purbaningrum, W. (2022). *Pengaruh Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Umkm Kuliner Di Yogyakarta.*
- Saryadi. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan berbasis teknologi informasi dari gofood terhadap omzet penjualan warung makan di kota palangka raya.*
- Shiddiqi, M. H. A. (2021). *Dampak Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Dikawasan Medan Area).*
- Wahyuni, S. (2020). *Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Wijaya, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap LoyalitasPelanggan Grab-Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Grab-Food Di Wilayah Kecamatan Ciputat Timur).* 134. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40169>



Nurani, & Eni Widhajati. (2019). Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *BENEFIT* , 6(1), 58-66.