

Dampak Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kota Metro

Suwarto¹, Suryadi², Trihadi Hermansyah³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Metro

E-mail: trihadihermansyah@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Dewasa ini, teknologi dan informasi sangat dibutuhkan termasuk dalam berbisnis kuliner. Kehadiran layanan *Go Food* dan *Grab Food* yang merupakan sebuah fitur food delivery pesan antar makanan yang dikembangkan oleh aplikasi Gojek dan Grab sangat membantu para pengusaha kuliner dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keberadaan *Go Food* dan *Grab Food*, bagaimana peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram setelah bergabung dengan *Go Food* dan *Grab Food*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pelaku usaha kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan *GoFood* dan *Grab Food*.

Kata Kunci: *Go Food*, *Grab Food*, Pengusaha Kuliner.

Abstract

The development of technology and information plays an important role in economic growth. Today, technology and information are needed, including in the culinary business. The presence of Go Food and Grab Food services, which are a food delivery feature for food delivery messages developed by the Gojek and Grab applications, is very helpful for culinary entrepreneurs in running their business. This study aims to determine how Go Food and Grab Food exist, how to increase sales of culinary businesses in Kekalik Jaya Village, Mataram City after joining Go Food and Grab Food. This research uses descriptive qualitative research methods. Data collection was carried out through interviews with culinary entrepreneurs in Kekalik Jaya Village, Mataram City. The results show that the existence of Go Food and Grab Food is very helpful for culinary entrepreneurs in the form of marketing and increasing sales. Culinary business people stated that there was an increase in sales after joining Go Food and Grab Food services.

Keywords: *Go Food*, *Grab Food*, *Entrepreneur*

I. PENDAHULUAN

Kota Metro merupakan salah satu kota di Nusa Tenggara Barat dengan kepadatan penduduk tertinggi. Padatnya penduduk ini disebabkan oleh banyaknya aktifitas masyarakat yang terpusat di kota mataram seperti perkantoran, pendidikan dan banyak kompleks pertokoan. Tingginya jumlah dan aktifitas penduduk ini merupakan sebuah peluang untuk mendirikan usaha kuliner. Hal itu di sambut baik oleh masyarakat sehingga kota Metro di kenal sebagai pusat wisata kuliner karna hampir di setiap bangunan penjurua kota pasti di temui dengan berbagai macam jenis kuliner baik yang tradisional hingga kuliner yang modern atau kekinian. Banyaknya pedagang sering kali tidak diimbangi dengan banyaknya pembeli, hal tersebut disebabkan karena kesibukan masyarakat sehingga tidak memiliki waktu cukup untuk keluarberbelanja dan kekurangan tauan akan lokasi dan jenis barang yang jual karena kurangnya promosi. Namun hal tersebut bisa diatasi saat ini dengan keberadaan aplikasi Gojek dan Grab dengan fitur aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* dapat menjadi solusi bagi para pedagang dalam memasarkan dagangannya. Dengan adanya aplikasi ini maka para pengusaha tidak perlu khawatir lagi dalam memasarkan usaha dagangannya bahkan di masa pandemi covid-19. Demikian juga jika lokasi usahanya tidak strategis dan memiliki kesulitan dalam hal promosi, Gojek dan Grab dapat menjadi solusi dalam membantu pemasarannya. Melalui fitur aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* penjual dapat melakukan promosi dagangan mereka secara gratis bahkan mendapatkan beberapa diskon dari masing masing aplikasi sehingga dapat menambah minat para konsumen untuk berbelanja.

Hal tersebut juga diakui oleh Bastian Novan bersamasuaminya yang berjualan Es Durian Kepo dll. Peningkatan jumlah penjualan dirasakan setelah bergabung dengan *Grab Food* pada tahun 2021. Usaha Bastian Novan yang sudah berdiri sejak tahun 2021 awalnya kurang dikenal oleh masyarakat luas, namun dengan bergabungnya dengan *Grab Food* menjadi lebih banyak pembeli. Keberadaan fitur aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* merupakan sebuah solusi bagi pedagang di Kekalik Jaya Kota Mataram untuk dapat memasarkan dagangannya. Aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* yang di sediakan Gojek dan Grab sangat membantu dalam membantu memasarkan usaha kuliner mereka. Oleh karena itu dilakukan penelitian guna mengetahui bagaimana dampak keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Kota Metro serta bagaimana tingkat penjualan usaha kuliner yang berada di Kota Metro sebelum dan sesudah bergabung dengan *Go Food* dan *Grab Food*. Menurut (Kamaluddin, 2003), Transportasi berasal dari kata Latin, *transportare* di mana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Jadi, transportasi berarti mengangkut atau membawa sesuatu ke sebelah lain atau dari satu tempat ke tempat lainnya. Dengan demikian transportasi dapat di artikan perpindahan sesuatu baik berupa manusia atau barang dari satu tempat ketempat lainnya dalam waktu tertentu dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia, hewan, maupun mesin.

Kegiatan pemasaran menekankan pentingnya mengukur minat beli konsumen, yaitu untuk mengetahui keinginan pelanggan yang tetap setia atau meninggalkan suatu barang atau jasa yang telah dibelinya akan berfikir untuk membeli kembali barang atau jasa tersebut (Suwanto ; 2021). Menurut (Fandy, 2014) Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat luas. (Kotler et al., 2008) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu rangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang menjadi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berbeda. Pemasaran merupakan suatu proses sosial manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan,

menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Konsep ini yang mendasari definisi pemasaran diantaranya: kebutuhan (*needs*), keinginan (*want*) dan permintaan (*demands*).

Penelitian (Prapti, Rr & Rahyono, 2018) terkait “Dampak bisnis kuliner melalui Go *Food* bagi pertumbuhan ekonomi di Kota Semarang”. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan informan kunci sebanyak 4 pelaku bisnis. Dari hasil survey yang didapatkan para pelaku bisnis kuliner online menyatakan bahwa omzet penjualan setelah bergabung dengan layanan Go *Food* meningkat dibandingkan dengan sebelum bergabung dengan layanan Go *Food*. Hal ini dikarenakan Go *Food* mempromosikan makanan yang diproduksinya. Selain itu penelitian ini menemukan fakta bahwa sektor Analisis Keberadaan Go *Food* Dan Grab *Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kota Metro perdagangan dalam hal ini adalah makanan dan minuman menyumbang kenaikan PDRB yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Penelitian (Indraswari & Kusuma, 2018), melakukan penelitian terkait “Analisa pemanfaatan aplikasi Go *Food* bagi pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang.” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan uji beda. Dari hasil penelitian diketahui bahwa harga, jumlah order dan lama jam operasional secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dan ditemukan hasil bahwa terdapat perbedaan pendapatan sesudah dan sebelum menggunakan aplikasi Go *Food*.

Penelitian (Iisnawatia et al., 2019) dengan judul “Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan *Online* di Palembang”. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan saat ini lebih menyukai hidup praktis dan mudah. Kemudahan yang didapatkan melalui internet telah merubah perilaku dari konsumen. Dalam konteks digital, kecenderungan pelanggan untuk memilih aplikasi jasa pesan antar makanan online ternyata lebih kepada kemudahan penggunaan aplikasi dan kemudahan penggunaan fitur yang ada. Jadi apabila penyedia jasa pesan antar online ingin berhasil menjadi pilihan pelanggan maka aplikasi jasa pesan antar makanan online yang ditawarkan haruslah mudah digunakan (*friendly user*), mudah dimengerti oleh semua kalangan dan memudahkan proses transaksi seperti pemotongan saldo langsung atau kemudahan transaksi lainnya. Penelitian (Phaureula Artha Wulandari, Emy Iryanie, 2019) dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengusaha Kuliner di Banjarmasin Memanfaatkan *Ecommerce* (Study Kasus *Gofood* dan *Grabfood*). Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil survey secara sampling, akan dianalisis secara kualitatif terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha kuliner memanfaatkan *e-commerce* pada aplikasi Go *Food* dan Grab *Food*, serta ke 2 aplikasi secara bersamaan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan faktor dominan yang mempengaruhi pengusaha kuliner memanfaatkan *e-commerce* tersebut. Faktor yang dominan mempengaruhi pengusaha kuliner di Analisis Keberadaan Go *Food* Dan Grab *Food* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kota Metro.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Unit analisis penelitian dalam penelitian ini adalah melihat dampak pengusaha kuliner tentang adanya Go *Food* dan Grab *Food* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Informan penelitian adalah seseorang yang dianggap mengetahui dengan baik terkait masalah yang sedang diteliti oleh peneliti dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti, yaitu pengusaha kuliner di

keluarah kekalik jaya. Teknik pemilihan informan yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling* dimana dalam penelitian ini informan nya dipilih adalah para pelaku usaha kuliner di Kota Metro yang memiliki usaha kuliner dan masih berproduksi. Metode pengumpulan data dilakukan secara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan selanjutnya data di olah sesuai dengan permasalahannya. Data tersebut diolah dengan menggunakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis yaitu dengan menggunakan metode *Collecting data, Editing data, dan Coditing data*. Keabsahan data dalam penelitian ini diuji dengan triangulasi. Empat tipe dasar triangulasi yaitu, triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi teknik, dan triangulasi teori.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Metro dikenal dengan pusat perdagangan. Karena hampir di setiap sudut jalan dipenuhi dengan berbagai macam tempat wisata kuliner. Bisnis kuliner sangat menjamur di masyarakat luas. Saat ini banyak sekali usaha kuliner yang sudah menggunakan layanan aplikasi *Go Food* dan *Grab Food*. Beberapa usaha kuliner yang bergabung dengan *Go Food* sekaligus *Grab Food* di Kota Metro 2021 dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1. Daftar Kuliner Berdasarkan Ketersediannya Pada Aplikasi *Go Food* dan *Grab Food*

Nama Usaha Kuliner	<i>Go Food</i>	<i>Grab Food</i>
Es durian Kepo	Ada	Ada
Ayam Geprek Bedul	Ada	Ada
Remember me	Ada	Ada
Dimsum Gembul	Ada	Ada
Kerang Dekaje	Ada	Ada
Ayam Geprek Aisyah	Ada	Ada
Nasi Bakar Tinar Buko	Ada	Ada
Chika JJ	Ada	Ada
Warung Jontor	Ada	Ada
Mercon Judes	Ada	Ada

Sumber: Aplikasi Gojek dan Grab

Dari 10 usaha diatas peneliti memilih 5 sampel untuk di wawancarai, alasannya karena didalam aplikasi *go food* dan *grab food* kelima resto tersebut memiliki jumlah rating yang bagus. Wawancara yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* dalam meningkatkan penjualan usaha yang sedang mereka tekuni. Responden yang berhasil peneliti wawancarai dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table 2. Keterangan Responden

Nama Usaha	Menu Paling Nama Digemari	Harga Per porsi (Rp)	Harga Per porsi Gojek (Rp)	Harga Per porsi Grab (Rp)	Umur Usaha	Umur Setelah Bergabung	Jenis Usaha

Es Durian Kepo	Durian Cheese Original	15.000	18.000	17.500	2 Tahun	1 Tahun	Warung
Rememberme	MieyanPedas gurih, Mieyanpedas manis, udang keju	12.000, 12.500, 7.500	14.400, 15.000, 9.000	14.400, 15.000, 9.000	6 Bulan	6 Bulan	Caffe
Nasi Bakar Tinar Buko	Nasi bakar cumi asin, nasi bakar tongkol suwir	27.000, 18.000	30.000, 21.000	30.000, 21.000	4 Tahun	2 Tahun	Warung
MerconJudes	Nasi ayam paket komplit, ayam bakar paket komplit	17.000	23.000	20.000, 19.000	4 Tahun	2 Tahun	Warung
Kerang Dekaje	Kerang putih level0-1	12.000	15.000	14.000	3 Tahun	2 Tahun	Warung

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel di atas merupakan 5 responden yang berhasil diwawancarai terkait usaha kuliner di Kota Metro. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang dirasakan pengusaha kuliner dengan keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* dapat dilihat dari hasil wawancara di bawah ini:

- a. Salah satu responden yang berhasil peneliti wawancara ialah usaha kuliner Es Durian Kepo yang dikelola oleh Bapak Bastian Novan berdiri sejak tahun 2020. Menu utama Es Durian Kepo ialah Durian *Cheese Original* dan bergabung sejak tahun 2021 beliau mengatakan bahwa: “Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* sangat membantu usaha saya dan saya juga merasa ada peningkatan dalam penjualan saya. Usaha saya berdiri pada tahun 2020 kemudian saya bergabung dengan *go food* dan *grab food* pada tahun 2021 kurang lebih satu tahun yang lalu. Alasan saya bergabung Bersama *go food* dan *grab food* yaitu ingin mengikuti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin maju, dan juga dapat memudahkan saya dalam mempromosikan usaha saya. Selain itu juga karena target pasar saya dari semua kalangan pecinta durian agar memudahkan pelanggan juga tidak perlu repot cukup memesan dari rumah saja pesanan akan sampai tanpa harus ke lokasi. Sebelumnya penghasilan saya Rp.550.000/hari setelah bergabung penjualan saya meningkat hingga rata-rata mencapai Rp. 1.000.000/hari. Oleh karena itu saya cukup puas setelah bergabung bersama *go food* dan *grab food*, selain itu saya juga bergabung dengan *gofood partner* untuk memudahkan *driver* agar pemesanan lebih mudah dan cepat. Untuk promo, setiap hari Jumat diberlakukan promo beli 2 gratis 1”.
- b. Rememberme merupakan usaha yang dikelola oleh Atika, menu utama rememberme ialah mieyan pedas gurih, mieyan pedas manis dan udang keju. Usaha ini berdiri pada februari 2022

beliau mengatakan: “Usaha saya berdiri baru saja pada februari 6 bulan yang lalu sejak bulan kedua saya membuka usaha saya kemudian saya mendaftarkan ke *go food* dan *grab food* dengan alasan memudahkan saya dalam promosi dan juga memperluas lagi pemasaran. *Go food* dan *grab food* sangat memudahkan saya dalam promosi terlebih lagi target pasarsaya adalah para siswa SMA ataupun Mahasiswa dansejauh ini tidak ada kendala yang sulit sehingga saya merasa sangat puas bergabung bersama *go food* dan *grabfood*. Selain itu saya juga sudah menjadi *go food partner* agar pelanggan tidak perlu menunggu lama pesanannya. Rata-rata penghasilan saya sebelum saya bergabung sebesar Rp. 1.000.000/hari setelah bergabung penjualan saya meningkat hingga rata-rata mencapai Rp. 1.700.000/hari”.

- c. Nasi bakar tinar buko merupakan usaha yang dikelola oleh Ibu Rahayu , menu utama di Nasi bakar tinar buko yaitu nasibakar cumi asin dan nasi bakar tongkol suwir. Owner mengatakan: “adanya *go food* dan *grab food* sangat memudahkan saya dalam mencari pelanggan dan memudahkan promosi tidak perlu susah itu juga yang menjadi alasan saya bergabung bersama *go food* dan *grab food*. Usaha saya berdiri pada tahun 2018 kemudian saya bergabung bersama *go food* dan *grab food* pada tahun 2020. Setelah saya bergabung bersama *go food* dan *grab food* memberikan dampak yang sangat baik penjualan saya meningkat secara signifikan sebelumnya penghasilan saya Rp. 500.000/hari setelah bergabung penghasilan saya rata-rata sebesar Rp. 2.500.000. saya sangat merasa puas tidak hanya itu saya juga bergabung menjadi *go food partner* agar memudahkan pemesanan menjadi lebih cepat. Target pasar saya yaitu semua kalangan sehingga dengan saya bergabung dengan *go food* dan *grab food* memudahkan banyak orang untuk mencari nasi bakar. Setelah bergabung penjualan meningkat yang mengharuskan saya menambah karyawanlagi.
- d. Mercon judes merupakan usaha yang dikelola oleh Ana Zelfia, menu utamanya yaitu nasi ayam paket komplit dan ayam bakar paket komplit. Usaha ini berdiri pada 2018. Owner mengatakan:“usaha saya berdiri sejak tahun 2018 kemudia pada masa covid-19 di tahun 2020 kemarin saya berniat mendaftarkan usaha saya untuk bergabung dengan *go food* dan *grab food* alasannya karena pada masa covid-19 pendapatan saya berkurang dikarenakan adanya PSBB yang menyebabkan semua orang tidak bisa keluar rumah dan solusinya yaitu saya memasarkan usaha saya lewat *online* denganbergabung bersama *go food* dan *grab food*. Dengan bergabung bersama *go food* dan *grab food* memberikan dampak yang sangat banyak salah satunya penjualan saya meningkat dari yang awalnya Rp. 600.000/hari menjadi Rp. 1.000.000/hari saya sangat puas dengan hasilnya. *Go food* dan *grab food* sangat memudahkan saya dalam mempromosikan usaha saya yang dimana target pasar saya yaitu Mahasiswa yang sangat gemar dengan ayam geprek. Saya juga bergabung bersama *go food partner* untuk memudahkan pemesanan supaya lebih cepat. Untuk promo saya kadang memberlakukan promo di tanggal kembar missal 12.12. Sejak bergabung dengan *go food* dan *grab food* saya juga bisa menambah karyawan lagi untuk usaha saya”.
- e. Kerang Dekaje merupakan usaha yang dikelola oleh Rini Alwi, menu utamanya yaitu kerang putih level 0-1. Usaha ini berdiri sejak tahun 2019. *Owner* mengatakan: “ Mulanya pada tahun 2020 pihak Gojek mendatangi kami dan menawarkan kami untuk bergabung ke dalam aplikasi. Mereka mengungkapkan segala kelebihan dan keuntungankami jika bergabung ke dalam aplikasi salah satunya ialah kenaikan pendapatan penjualan dan kami pun ikut bergabung. Karena kami merasakan pendapatan yang cukup signifikan kami juga bergabung ke dalam aplikasi *Grab Food* pada tahun yang sama. Setelah bergabung ke dalam

dua aplikasi ini, Penghasilan kami semakin meningkat sebelum bergabung sekitar Rp. 1.000.000/hari dan setelah bergabung kami mendapatkan penghasilan sekitar Rp. 2.000.000/hari. Terkait hambatan, kami pernah mengalami sedikit kesalahan terkait hasil penjualan dari aplikasi *Grab Food* yang di bayar melalui OVO (*non* tunai), hasil penjualan tidak masuk ke rekening saya dan ketika itu banyak transaksi penjualan melalui *Grab Food* hingga saya merasa sedikit rugi. Karena hal itu saya melaporkan kejadian yang saya alami ke pihak Grab. Dan setelah melakukan beberapa pemeriksaan Alhamdulillah kerugian yang saya alami di bayar oleh pihak Grab. Setelah kejadian itu saya tidak pernah mengalami hambatan lagi.”

Dari hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* jelas membawa dampak positif kepada pengusaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi. Seluruh responden mengungkapkan kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan budget, memasarkan produk walau tanpa dapur bahkan salah satu responden hanya menggunakan gerobak sebagai lapak penjualan. Terkait hambatan seluruh responden mengungkapkan tidak ada hambatan yang berarti selama bergabung ke dalam aplikasi. Dari responden yang berhasil peneliti wawancarai hanya satu responden yang mengungkapkan adanya hambatan sehingga mengalami sedikit kerugian dan pihak aplikasi sebagai penanggung jawab yang telah mengganti seluruh kerugian yang responden alami.

1. Perbandingan Hasil Penjualan Sebelum Dan Sesudah Bergabung Dengan *Go Food* dan *Grab Food*

Sebagai salah satu kegiatan usaha, pemasaran melalui *Go Food* dan *Grab Food* juga dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan, sehingga pendapatan usaha juga meningkat. Berikut perbandingan penjualan responden sebelum dan sesudah bergabung dengan *Go Food* dan *Grab Food*.

Tabel 3. Perbandingan Penjualan Sebelum Dan Sesudah Bergabung Dengan *Go Food* Dan *Grab Food* Perhari

Nama Usaha	Pendapatan Sebelum Bergabung (Rp/Hari)	Pendapatan Sesudah Bergabung (Rp/Hari)	Persentase Kenaikan Pendapatan (%)
Es Durian Kepo	550.000	1.000.000	81%
Remember me	1.000.000	1.700.000	70%
Nasi Bakar Tinar Buko	500.000	2.500.000	400%
Mercon Judes	600.000	1.000.000	66%

Kerang Dekaje	1.000.000	2.000.000	50%
---------------	-----------	-----------	-----

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel di atas merupakan pendapatan rata-rata dalam sehari pengusaha kuliner sebelum dan sesudah bergabung ke dalam aplikasi *Go Food* dan *Grab Food*. Dimana seluruh responden mengalami kenaikan setelah bergabung ke dalam aplikasi bahkan dari data di atas bahwa Nasi Bakar Tinar Buko selama bergabung pernah naik hingga melebihi 100%. Data di atas menunjukkan bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* sangat membantu usaha kuliner Nasi Bakar Tinar Buko dalam memasarkan produk yang dijual. Selanjutnya perbandingan pendapatan responden dalam sebulan dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 4. Perbandingan Penjualan Sebelum Dan Sesudah Bergabung Dengan *Go Food* Dan *Grab Food* Perbulan

Nama Usaha	Pendapatan Sebelum Bergabung (Rp/bulan)	Pendapatan Sesudah Bergabung (Rp/bulan)	Persentase Kenaikan Pendapatan (%)
Es Durian Kepo	16.500.000	30.000.000	81%
Remember me	30.000.000	51.000.000	70%
Nasi Bakar Tinar Buko	15.000.000	75.000.000	400%
Mercon Judes	18.000.000	30.000.000	66%
Kerang Dekaje	30.000.000	60.000.000	50%

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data yang penulis paparkan di atas dapat ditarik kesimpulan seluruh pengusaha mengalami peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dan menjadi mitra dari *Go Food* dan *Grab Food* walau sebagian responden mengalami kenaikan yang belum signifikan. Dari data grafik di atas juga menjelaskan bahwa pendapatan dari usaha kuliner Nasi bakar tinar buko mengalami kenaikan yang sangat signifikan bahkan persentasenya melebihi 100%.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Dampak Keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kota Metro dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Dampak keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* dalam meningkatkan penjualan di Kota Metro bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* jelas

membawa dampak positif kepada pelaku usaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra. Pengusaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi rata-rata mengungkapkan kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan budget, mempermudah transaksi dan memasarkan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Fandy, T. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian.

Gilarso. (2003). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro. Kanisius. Iisnawatia, Rosa, A., Yunita, D., & Hartati. (2019). Keputusan

Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online di Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 17(3),147–157.

Indraswari, A., & Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Ilmu Ekonomi*, 2 Jilid 1.

Kamaluddin, R. (2003). *Ekonomi Transportasi Karakteristik*. GhaliaIndonesia.

Kotler, P., Keller, & Lace, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*.

Erlangga.

Phaureula Artha Wulandari, Emy Iryanie, H. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha kuliner di banjarmasin memanfaatkan ecommerce (study kasus gofood dan grabfood). 6014, 239–259.

Prapti, Rr, L., & Rahyono. (2018). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food bagiPertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang. *Dinamika Sosial Budaya*, 20 No 2.

Pratama, R., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Lembaga Penerbit FE UI.

Sunny, T. H., Goh, K., & Kheng, H. (2005). *Marketing Wise*. PT. Bhuana Ilmu Populer.

Suwarto, S., & Nasikah, D. (2021). Pengaruh country of origin dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman import di kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 2(2), 61-70.