

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada kehidupan sehari-hari ada beberapa orang yang melakukan kegiatan bisnis terutama pada bisnis kuliner dimana mereka yang berhasil mengembangkan usaha dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin maju dan pasti ada pula yang gagal. Seiring dengan canggihnya jaman teknologi saat ini sangat berpengaruh dalam dunia bisnis karena masyarakat pasti menggunakan teknologi yang ada. Seluruh tujuan hidup manusia adalah untuk mewujudkan kebajikan kekhalfahan sebagai pelaku bebas karena dibekali, perlu disadari bahwa manusia adalah makhluk sosial dimana tidak akan mampu bertahan hidup tanpa bantuan oleh sesama.¹

Saat ini bisnis yang cukup mudah dilakukan oleh kebanyakan orang dimana tidak perlu membutuhkan banyak modal adalah bisnis yang bergerak dibidang kuliner. Melalui berbagai cara dan inovasi baik dalam produksinya maupun dalam membangun branding hingga pemasarannya bisnis kuliner menjadi pilihan pertama bagi pengembang bisnis.² Oleh karena itu, bisnis kuliner harus diperhatikan bahwa berbisnis dalam Islam bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan untuk diri sendiri karena berbisnis melibatkan banyak pihak, maka dari itu Islam mengatur beberapa hal tersebut agar tercipta keadilan yang sama rata bagi pihak-pihak yang terlibat. Pengaturan tersebut di atur dalam prinsip-

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), 21.

² Inayah Swasti Ratih, dkk, "Etika Bisnis Islam Dalam Manajemen Bisnis Kuliner," *Ar-Ribhu: Manajemen Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1, No.2, (Desember 2020), 178.

prinsip Islam yaitu prinsip kebebasan terikat dimana mencakup kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang, agama dan etika.³

Pada hadits Rasulullah SAW bersabda “*Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama sama para Nabi, orang shadiqin dan para syuhada*” (HR Tirmidzi dan Hakim). Berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran, Apabila orang berbisnis tidak jujur maka ia akan mendapat keuntungan dari segala penjuru yang tidak ia duga dari mana datangnya.⁴ Dalam hal ini, motif ekonomi bukanlah merupakan hukum fundamental dalam usaha manusia karena ada pandangan dunia sebagaimana mestinya pada motif ekonomi yang diwujudkan dengan berbagai modifikasi atau perubahan yang tidak jarang menimbulkan multi dimensi manusia.⁵

Untuk menunjang kelancaran usaha diperlukan suatu sarana yang berfungsi mempermudah pelaku usaha, Semakin banyaknya jumlah penduduk dan meningkatnya laju pertumbuhan ekonomi maka akan semakin banyak juga pola konsumsi masyarakat. Transportasi berbasis internet sekarang ini Layanan *on demand* untuk sektor transportasi di Indonesia didominasi oleh dua operator terbesar, yaitu Gojek dan Grab. Sebagai sektor perekonomian baru, bisnis online di Indonesia pun berkembang pesat. Ada banyak yang jadi pertimbangan dalam

³ Inayah Swasti Ratih, dkk, “Etika Bisnis Islam Dalam Manajemen Bisnis Kuliner,” *Ar-Ribhu: Manajemen Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 1, No.2, (Desember 2020), 179.

⁴ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), 15.

⁵ Sri Widyastuti, *Implementasi Etika Islam Dalam Dunia Bisnis* (Malang: CV IRDH, 2019), 195.

memulainya karena kepercayaan konsumen itulah yang harus diperhatikan. Agar bisa menjadi magnet yang bisa menjaring konsumen.⁶

Bisnis yang mengandalkan jaringan internet ini memberikan dampak positif bagi bisnis yang baru, Karena bisnis ini tidak memerlukan biaya yang besar, serta tempat fisik untuk membuat usaha.⁷ Kemajuan teknologi informasi dimanfaatkan pula oleh para pelaku usaha bisnis di Kabupaten Sampang tanpa harus menyediakan jasa pesan antar makanan langsung tapi dengan menghubungkan pemasarannya melalui sebuah komunitas di Kabupaten Sampang yang bisa diakses melalui aplikasi whatsapp oleh para konsumen.⁸

Fenomena yang terjadi pada saat ini di Kabupaten Sampang yaitu tersedianya layanan yang menyediakan jasa pesan antar secara tidak langsung dengan proses pemesanan secara online, sehingga ini dapat saling menguntungkan antara komunitas layanan *food delivery* dengan pelaku bisnis kuliner di Kabupaten Sampang. Dengan adanya proses layanan *delivery* ini kinerja suatu bisnis dapat meningkat, oleh karena itu proses pemesanan secara online ini terus dikembangkan. Yang awalnya hanya ada 1 komunitas saja dengan beberapa karyawannya menjadi berkembang dengan adanya beberapa komunitas lainnya yang menyediakan layanan jasa yang sama. Sehingga ini juga dapat membantu masyarakat yang pengangguran di Kabupaten Sampang hanya dengan bermodal smartphone dan sepeda motor. Jelas ini juga dapat meningkatkan hasil

⁶ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), 19-20.

⁷ Lulus Prapti dan Rahoyo, "Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang," *Dinamika Sosial Budaya*, Vol 20, No. 2, (Desember 2018), 121.

⁸ Abdullah, dkk. "Implementasi Pembelian Makanan Online Melalui Layanan Go-Food dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Syarikah*, Vol. 6, Nomor 2,(Desember 2020), 151-159.

penjualan suatu usaha tersebut dan tidak memerlukan biaya tambahan yang lumayan besar karena tidak perlu menggaji tenaga kerja manusia dalam prosesnya secara langsung oleh para pelaku bisnis usaha.

Komunitas layanan *delivery* ini dapat menguntungkan semua pihak, baik pihak produsen, pihak konsumen dan komunitas. Bagi pihak konsumen bisa dimudahkan dengan hal memesan makanan. Bagi driver *Go-Food* (pengemudi *Go-Food*) bisa menambah pemasukan dengan seberapa banyaknya order, sedangkan bagi para pelaku bisnis kuliner dapat melebarkan pangsa pasarnya melalui komunitas *delivery* ini sehingga ada potensi kenaikan pendapatan dari layanan jasa *delivery order* (pengantar pesanan). Bahkan pengusaha-pengusaha rumah makan, warung ataupun *marketplace* di Kabupaten Sampang bisa menggunakan layanan *delivery order* tanpa harus menyiapkan alat transportasi sendiri dan menyiapkan orang yang mengantar. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk menggaji *delivery*. Lebih hematnya lagi, pengusaha bahkan tidak perlu memiliki toko untuk berjualan resmi misalnya seperti bisnis rumahan dan layanan *Go-Food* juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas. Komunitas yang disediakan sebagai layanan *delivery order* di Kabupaten Sampang ada beberapa yaitu Djontor, Gopro, Gosako.

Banyak masyarakat Kabupaten Sampang yang memilih memesan makanan secara online karena prosesnya lebih memudahkan mereka dan terlebih lagi dengan biaya jasanya yang relatif murah. Dalam Islam, sistem pemesanan seperti ini diperbolehkan karena sama dengan akad *istishna'*. Akad *istishna'* ialah salah satu bentuk transaksi yang dibolehkan oleh para ulama' sejak dahulu kala,

dan menjadi salah satu solusi islami yang tepat dalam dunia perniagaan di masa kini. Akad *istishna'* ialah akad yang terjalin antara pemesan sebagai pihak 1 dengan seorang produsen atau penjual sebagai pihak ke-2, agar pihak ke-2 membuatkan suatu pesanan sesuai yang diinginkan oleh pihak 1 dengan harga yang disepakati antara keduanya.⁹

Metode sistem dari layanan *food delivery* yang disediakan ini berbeda dengan layanan *food delivery* resmi seperti *Gojek* atau *Grab*. Karena disini prosesnya berbeda dengan aplikasi *Gojek* atau *Grab* yang memiliki aplikasi sendiri, sedangkan komunitas layanan *food delivery* yang disediakan di Kabupaten Sampang hanya menggunakan aplikasi whatsapp dalam pemesanannya. Untuk di Kabupaten Sampang sendiri tidak memiliki aplikasi atau web khusus. Tetapi dampak dari adanya layanan *food delivery* ini juga sangat berpengaruh. Karena dapat saling menguntungkan berbagai pihak dengan mendapatkan kemudahan setelah bekerja sama dengan layanan jasa transportasi online dimana produk para pelaku bisnis juga bisa ikut dipromosikan sehingga mereka tidak kesulitan dalam mengenalkan produk ke konsumen. Hampira setengah persen dagangan terjual laku karena adanya layanan *food delivery* ini. Akibat produktivitas masyarakat di Kabupaten Sampang yang tinggi sehingga mau tidak mau menggunakan layanan *food delivery* yang memudahkan segala bentuk aktivitas masyarakat..

⁹ M. Yogi Pratama, "Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Gojek Jambi)" (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi 2018), 2-3.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha bidang jasa, salah satunya adalah bagaimana dapat menarik konsumen dan mempertahankan dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.¹⁰ Karena pada dasarnya, Etika Bisnis dalam islam dilihat dari kualitas pelayanan pihak komunitas *delivery order* pada konsumen. Adanya kejadian tidak sesuai yang terjadi pada konsumen, maksudnya ada transaksi tidak transparan terkadang harga tidak dicantumkan oleh beberapa oknum dari pihak driver, karena konsumen mempercayai masalah harga kepada driver tapi terkadang harga yang diberikan itu tidak sesuai dari harga sebenarnya dan ini menimbulkan kesalahpahaman kepada para konsumen. Di karenakan hal ini, pihak komunitas bisa jadi menurunkan performa dari kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen. sehingga dapat menimbulkan kerugian yang spesifik jika tidak dibenahi dengan baik dari sistem yang ada.

Untuk mendapatkan data yang lebih detail maka peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Djontor *delivery* yaitu Maisa. Djontor *delivery* ini didirikan pada tahun 2020, awal mula didirikan karena pemilik memiliki usaha sebelum adanya *delivery* tersebut yaitu bisnis mie djontor yang terkenal di Kota Sampang. Jadi pemilik awalnya berfikir untuk memudahkan para konsumen pada bisnisnya yaitu mie djontor dengan menyediakan jasa antar hanya untuk bisnis kuliner saja tetapi karena dibutuhkan untuk aspek lain dengan berbagai pertimbangan akhirnya pemilik memutuskan untuk mengembangkan dan

¹⁰ Gadhang Pangenggar, Pengaruh Kualitas Pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen warung kopi tunjang café dan restaurant semarang). 2

menambah karyawan agar bisa menjangkau seluruh aspek yang dibutuhkan oleh masyarakat Sampang.¹¹

Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, dapat menjangkau segala kebutuhan konsumen, bertanggungjawab kepada setiap konsumen dan mampu melayani secara tepat, mampu berkomunikasi dengan jelas maka dari itu awal dari kepercayaan itu tumbuh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik komunitas Djontor delivery. Konsumen sangat merespon positif dengan adanya jasa yang disediakan ini dengan harga yang sangat relatif murah dan terjangkau. Ditambah lagi dengan adanya kualitas pelayanan yang cukup baik terhadap konsumen. Tetapi ada juga beberapa alasan untuk beberapa permasalahan. Alasan peneliti memilih layanan *food delivery* yaitu dari salah satu komunitas Djontor *delivery* sebagai tempat penelitian karena Djontor *delivery* diketahui terdapat kecurangan yang dilakukan oleh beberapa oknum dari pihak komunitas yang menyebabkan performa kualitas jasa Djontor.

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang berkaitan dengan layanan *food delivery* berdasarkan prinsip etika bisnis islam. Apa sudah sesuai dengan etika bisnis islam dalam penggunaan layanan *food delivery* di Kabupaten Sampang. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan

¹¹ Guntur dan Maisa, Pemilik Usaha Djontor Delivery, wawancara pada tanggal (12 maret 2022)

judul “**Layanan *Food Delivery* Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Usaha Jasa Djontor Di Kabupaten Sampang**”

B. Fokus Penelitian

Luasnya pembahasan mengenai penelitian tentang layanan *Food Delivery* dan untuk menghindari salah gambaran terhadap permasalahan yang diteliti. Oleh karena itu, agar pembahasan lebih terarah penulis membatasi masalah, difokuskan pada point point berikut:

1. Bagaimana layanan *food delivery* pada usaha jasa Djontor di Kabupaten Sampang?
2. Bagaimana kinerja layanan *food delivery* pada usaha jasa Djontor di Kabupaten Sampang dalam perspektif etika bisnis islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian antara lain:.

1. Untuk mengetahui layanan *food delivery* pada usaha jasa Djontor di Kabupaten Sampang.
2. Untuk mengetahui kinerja layanan *food delivery* pada usaha jasa Djontor di Kabupaten Sampang dalam perspektif etika bisnis islam.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai dua nilai manfaat yaitu nilai guna secara teoritis dan nilai guna secara praktis. Secara teoritis, ialah sebagai pengembangan ilmu dan sebagai landasan untuk mengembangkan penelitian yang sejenis di masa mendatang.

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan ilmu yang telah didapat pada masa perkuliahan dan diharapkan dapat menambah pengalaman serta ilmu baru mengenai layanan *food delivery* dalam perspektif etika bisnis islam pada usaha Djontor di Kabupaten Sampang.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan akademis kepada mahasiswa tentang seberapa pengaruhnya layanan digital dalam meningkatkan penjualan.

Adapun secara praktis, diharapkan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat berguna bagi semua pihak. Manfaat yang diharapkan setelah dilaksanakannya penelitian yaitu:

a) Bagi Pelaku bisnis usaha

Hasil penelitian ini dapat membantu pelaku bisnis dalam menentukan kebijakan kepada mitranya dan menjadi sarana informasi untuk pelaku bisnis kuliner dalam memanfaatkan layanan digital saat ini.

b) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat membantu menambah wawasan dalam dunia kuliner khususnya secara digital dan memberikan tambahan pengetahuan kepada konsumen tentang Etika Bisnis dalam Islam terhadap jasa *delivery order*.

E. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami maksud dari skripsi ini, maka penulis berusaha untuk memberikan pemahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam skripsi ini.

1. *Food Delivery*

Layanan pesan antar makanan berbasis online yang mempermudah customer dalam memesan makanan yang diinginkan tanpa harus datang ketempat penjual. Layanan tersebut melibatkan 3 (tiga) pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pihak ojek (driver). Layanan *food delivery* bisa menjadi solusi alternatif bagi pelaku usaha bisnis khususnya bidang kuliner. Karena dengan begitu pelaku bisnis tidak perlu mencari atau menggaji SDM untuk *delivery*.¹²

Layanan *food delivery* pada *Go-Food* diharapkan membantu para pengusaha kuliner dalam mempromosikan sekaligus mendistribusikan dagangannya tanpa menambah biaya *overhead* lainnya. Adanya layanan ini juga membuka peluang bagi pertumbuhan produsen dalam usaha kuliner.¹³

2. Bisnis Kuliner

Jenis usaha yang menguntungkan dan akan selalu laris sepanjang masa, alasannya karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Bisnis kuliner ini pun punya banyak kategori, mulai dari makanan ringan (camilan), minuman, hingga makanan pokok. Bisnis

¹² Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2010), 137.

¹³ M. Yogi Pratama, "Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Gojek Jambi)" (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi 2018), 11.

harus berlaku etis demi kepentingan itu sendiri, bahkan telah diusahakan untuk menunjukkan secara empiris bahwa para pelaku usaha mempunyai standart etis tinggi yang tergolong sukses.¹⁴

3. Etika Bisnis Islam

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang memiliki arti adat kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain.¹⁵ Dalam KBBI, etika berarti ilmu mengenai apa yang baik dan apa yang buruk, kumpulan nilai yang berkenaan dengan akhlaq serta asas perilaku yang menjadi pedoman.¹⁶ Etika bisnis berhubungan dengan nilai merek dan perilaku yang beretika dan berkontribusi dalam pemasarannya dimana tujuannya dalam ekonomi islam untuk mencapai kesejahteraan baik didunia maupun akhirat.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memiliki karyawan yang professional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, dapat menjangkau segala kebutuhan konsumen, bertanggungjawab kepada setiap konsumen dan mampu melayani secara tepat, mampu berkomunikasi dengan jelas maka dari ituah awal dari kepercayaan itu

¹⁴ Fauzan dan Ida N, "Pengaruh Penerpan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang," *Modernisasi*, Vol. 10, No. 1 (Februari 2014), 43.

¹⁵ Buchari Alma dan Donni junni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), 95.

¹⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 105.

tumbuh.¹⁷ Memberikan suatu pelayanan atau jasa yang baik pada konsumen akan memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen yang pada akhirnya akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap komunitas penyedia jasa untuk tetap menggunakan jasanya. Adanya manajemen pelayanan yang baik diharapkan dapat melayani konsumen secara maksimal, efektif dan efisien.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan aktivitas secara tidak langsung dan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyediakan jasa antar makanan. Kegiatan yang dilakukan secara sungguh-sungguh mengacu berdasarkan norma-norma yang ada untuk mencapai tujuan bersama. Jadi yang dimaksud dengan layanan *food delivery* perspektif etika bisnis Islam pada usaha Djontor di Kabupaten Sampang yaitu hal-hal yang mendasari para pelaku usaha dan jasa layanan *delivery order* dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman pada saat terjadinya transaksi. Seperti misalnya ketika ada seorang konsumen yang membutuhkan jasa *food delivery* tetapi tidak tau letak dan tempat yang diinginkan jadi konsumen tersebut mempercayakan pesanannya kepada pihak driver tersebut. Sebelum membeli pastikan pihak jasa *food delivery* untuk memberitahukan spesifikasi barang dan harga yang di inginkan sampai akhirnya terjadi akad atau disetujui oleh pembeli. Dari sini dapat dilihat tingkat kejujuran para pihak jasa *delivery order* tersebut. Sehingga itu sama-sama menguntungkan bagi ketiga pihak. Dimana jika barang yang dipesan sangat memuaskan konsumen pasti

¹⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005). 9.

akan melakukan pesanan berulang terhadap jasa tersebut, begitupun pihak jasa *delivery* akan mendapatkan berkah dan tidak jarang diberi tip oleh konsumen.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. M Yogi Pratama meneliti tentang “Pengaruh Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Gojek Jambi)” memaparkan bahwa kehadiran aplikasi *GO-JEK* yang didalamnya terdapat layanan *Go-Food*, membuat pengguna aplikasi ini dapat memesan menu apapun yang diinginkan dari berbagai pilihan restoran. Dengan demikian, pelaku usaha kuliner atau restoran kecil dan menengah yang tidak memiliki layanan pesan antar dapat memperluas pasarnya dan bersaing dengan restoran waralaba kelas internasional dalam menjajakan dagangannya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Berdasarkan hasil perhitungan data, hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *food delivery* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pengusaha kuliner yang terdaftar di Go-Food Jambi.¹⁸
2. Tita Yulia Iriani meneliti tentang “Analisis Dampak layanan *Go Food* Terhadap Omset Penjualan Rumah Makan di Kota Bandung” memaparkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak Layanan *Go-Food* terhadap jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional rumah makan di Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan pada rumah makan yang sudah

¹⁸ M. Yogi Pratama, “Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Gojek Jambi)” (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi 2018), 50.

bergabung dengan Layanan *Go-Food* yang tersebar di kecamatan-kecamatan di Kota Bandung dengan menggunakan data primer pada bulan Desember 2017 dengan jumlah responden 79 rumah makan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif primer dengan menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif dan statistik parametris yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan uji beda Independent-test. Dari survey para pelaku usaha rumah makan sebanyak 79 orang rata-rata mengatakan bahwa jumlah pelanggan, omzet penjualan, dan biaya operasional rumah makan mereka meningkat jadi lebih banyak setelah bergabung dengan Layanan *Go-Food* dibandingkan dengan sebelum bergabung dengan Layanan *Go-Food*, hal ini dikarenakan bahwa salah satu estimasi *Go-Food* adalah mempromosikan makanan hasil karya industri UKM.¹⁹

3. Lucky Tiara Helfa meneliti tentang “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningkatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra *Go-Food* Di Banda Aceh.” Memaparkan bahwa pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada rumah makan yang mengalami kenaikan omzet setelah adanya layanan *Go-Food* dan ada yang tidak, seperti penelitian Iriana (2013) sangat berpengaruh terhadap omzetnya, dan penelitian Wardani (2017) tidak berpengaruh signifikan terhadap omzet. Karena hasilnya berbeda-beda maka penulis ingin meneliti lagi dan lalu menganalisa dalam etika bisnis syariahnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tujuan untuk memberikan penjelasan dalam menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana omzet penjualan sebelum dan

¹⁹ Tita Yulia Iriani, “Analisis Dampak layanan Go Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan di Kota Bandung” (Skripsi, Universitas Pasundan, Bandung 2018), 19-23.

setelah bergabung dengan *Go-Food*. Hasil dari pembahasan yang dilakukan adalah sebelum dan sesudah bergabung dengan *Go-Food* omzet rumah makan nasi uduk sangat berpengaruh signifikan.

Untuk memberikan pemahaman yang lebih luas pada penelitian ini, penulis perlu memaparkan terlebih dahulu mengenai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya untuk mengetahui letak persamaan dan perbedaannya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	M. Yogi Pratama 2018	Pengaruh Layanan <i>Food Delivery</i> Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di <i>Go-Food/Gojek</i> Jambi) ²⁰	Sama sama menjelaskan tentang jasa layanan delivery pada bisnis kuliner	Peneliti M. Yogi P berkenaan dengan pengaruh Layanan <i>Food Delivery</i> Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner di Jambi (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di <i>Go-Food/Gojek</i> Jambi) menggunakan metode penelitian kuantitatif dan berbeda objeknya dari peneliti sendiri

²⁰ M. Yogi Pratama, "Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di *Go-Food/Gojek* Jambi)" (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Jambi 2018).

				berkenaan tentang Layanan <i>Food Delivery</i> perspektif Etika Bisnis Islam Di Kabupaten Sampang Menggunakan metode Kualitatif dan dari Juga Dari Segi Jasa layanan <i>delivery order</i> .
2	Tita Yulia Iriani 2018	Analisis Dampak layanan <i>Go Food</i> Terhadap Omset Penjualan Rumah Makan di Kota Bandung. ²¹	sama sama mengkaji objek tentang penggunaan dan manfaat adanya layanan <i>food delivery</i> yang berdampak pada peningkatan omset penjualan.	Peneliti Tita Yulia Iriani berfokus pada Analisis Dampak layanan <i>Go Food</i> Terhadap Omset Penjualan Rumah Makan di Kota Bandung untuk mengetahui sejauh mana rumah makan menggunakan jasa layanan <i>Go-Food</i> dilihat dari sisi omzet rumah makan dibanding dan peneliti sendiri berfokus pada Layanan <i>Food Delivery</i> perspektif Etika Bisnis Islam Di Kabupaten Sampang untuk

²¹ Tita Yulia Iriani, "Analisis Dampak layanan Go Food Terhadap Omset Penjualan Rumah Makan di Kota Bandung" (Skripsi, Universitas Pasundan, Bandung 2018).

				mengetahui apakah pelayanan pada Djontor sudah sesuai etika bisnis islam.
3	Lucky Tiara Helfa 2019	Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra <i>Go-Food</i> Di Banda Aceh. ²²	Sama-sama mengkaji tentang Etika bisnis islam dalam bisnis kuliner yang menggunakan jasa layanan <i>food delivery</i>	Peneliti Lucky Tiara Helfa berfokus pada Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra <i>Go-Food</i> Di Banda Aceh sehingga berbeda dengan peneliti sendiri dalam hal layanan <i>food delivery</i> perspektif etika bisnis islam di Sampang karena menggunakan jasa layanan berbeda dengan peneliti sebelumnya. Sehingga sistem penerapannya berbeda.

²² Lucky Tiara Helfa, “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Peningatan Omzet Rumah Makan Nasi Uduk Mitra *Go-Food* Di Banda Aceh” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Rainy Banda Aceh, 2019).