UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGARUH LAYANAN *SHOPEEFOOD* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum

UIN SUSKA RIAU

Oleh

SUCI DELFI YANTI
NIM. 12020521174

PROGRAM S1
EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2024 M/1446 H

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECEMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"**, yang ditulis oleh:

Nama : Suci Delfi Yanti

NIM : 12020521174

Jurusan : Ekonomi Syariah

Demikian surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juni 2024

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi	Pembimbing Metodologi
Dr. Jonnius, MM	Desi Devrika Devra,S.HI.,M.Si)
NIP. 19680616 201411 1 002	NIP. 19731227 199402 2 001

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul: **PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**
yang ditulis oleh:

Nama : **Suci Delfi Yanti**

Nim : **12020521174**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Juli 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Nurnasrina, M.Si .....

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I, M.E.Sy .....

Penguji I
Devi Megawati, SE.I.,ME.Sy .....

Penguji II
Ahmad Hamdalah, SE.I, M.E.Sy .....

Mengetahui
Wakil Dekan I Bagian Akademik
Dan Pengembangan Lembaga

Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA
NIP.197110062002121003

UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

yang ditulis oleh:

Nama : **Suci Delfi Yanti**

NIM : **12020521174**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari : **Selasa, 09 Juli 2024**

Waktu : **08.00 WIB**

Tempat : Ruang Auditorium Lt.3 Gedung Dekanat

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 11 Juli 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Nurnasrina, M.Si .....

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I, M.E.Sy .....

Penguji I
Devi Megawati, SE.I.,ME.Sy .....

Penguji II
Ahmad Hamdalah, SE.I, M.E.Sy .....

Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H.Zulkifli, M. Ag
NIP. 197410062005011005

Hak Cipta Milik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SUCI DELFI YANTI

NIM : 12020521174

Tempat/ Tgl. Lahir : Air Tiris, 08 Maret 2002

Fakultas/Pascasarjana : Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

PEGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECEMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertai~~/~~Thesis~~/Skripsi/~~Karya Ilmiah~~ lainnya * dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya , *saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)*saya tersebut, maka saya besedia menerima sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 Juni 2024
Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL
4CALX230412160

NIM : 12020521174

* *pilih salah salah satu sesuai jenis karya tulis*

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

HALAMAN MOTTO

"Karena sesungguhnya di dalam setiap kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya dalam setiap kesulitan itu ada kemudahan."

(QS. Al Insyirah : 5-6)

"Janganlah takut jatuh karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak akan pernah jatuh, jangan takut gagal karena yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah , dan jangan takut salah karena dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua"

(Buya Hamka)

"Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingintahu hanya bagian *succes strories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!"

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat-Nya lah skripsi ini dapat terselesaikan. Segala puji bagi-Nya yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Pengaruh Layanan *ShopeeFood* Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah".

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.

Selama penyusunan skripsi, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, doa, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung mulai dari awal persiapan penelitian sampai dengan penyusunan skripsi hingga selesai. Penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama:

1. Teristimewa saya ucapkan terimakasih kepada orang tua saya yakni Ayahanda Zulfian dan Ibunda Nuraliya serta abang saya Yopi Alfitra yang telah memberikan cinta, semangat, dukungan, doa, dan yang tiada hentinya senantiasa mengingatkan penulis agar skripsi ini cepat terselesaikan.

2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc, M.A selaku Wakil Dekan I, Bapak H. Mawardi, S.Ag.,M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Bapak M. Nurwahid, S.Ag, M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc,Ak selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu Dosen dan Karyawan/Karyawati Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
5. Ibu Haniah Lubis, S.E., ME.Sy. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat selama menempuh masa perkuliahan.
6. Bapak Jonnius, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Desi Devrika Devra, S.HI.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk serta mempermudah penulis dalam penyelesaian Tugas Akhir ini di akhir waktu pendaftaran sidang.
7. Terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, khususnya dosen-dosen di Program Studi Ekonomi Syariah, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan motivasi selama masa studi saya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Pihak perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini
9. Seluruh pegusaha kuliner yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
10. Seluruh karyawan/karyawati usaha kuliner di KecamatanTampan Kota Pekanbaru yang telah memberikan bantuan selama melaksanakan penelitian.
11. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Sahril Ramadhan yang juga sedang mengusahakan gelar A.Md, Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, membantu penulis turun ke lapangan dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
12. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari program studi Ekonomi Syariah (Kelas L) atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan, KKN Pauh Angit 2023 (Aca, Jari, Intan) yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, terimakasih kepada teman-teman seperjuangan sudah berbagi pengalaman kepada penulis selama masa mengabdi. dan terkhusus kepada Ayu Fitriani yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semoga segala kebaikann dan kerjasama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan Rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapat rahmat dan hidayah-Nya.

Demikian skripsi ini diselesaikan dengan semampunya penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pada pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 20 Juni 2024

Suci Delfi Yanti
NIM: 12020521174

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Suci Delfi Yanti, (2024):

Pengaruh Layanan *Shopeefood* Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Layanan *shopeefood* adalah sebuah sarana yang menghubungkan konsumen dengan usaha kuliner/restoran secara daring. *Platform* ini menyediakan dan menampilkan restoran dikawasan tertentu sesuai lokasi konsumen. Konsumen dapat langsung melihat menu, memesan, hingga melakukan pembayaran melalui aplikasi digital. Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) apakah layanan *shopeefood* (Salurn Komunikasi, Waktu, Sistem Sosial) berpengaruh terhadap penjualan usaha kuliner di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru? dan (2) bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap layanan *shopeefood* dan penjualan usaha kuliner?

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Layanan *Shopeefood* Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Usaha Kuliner di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dan menjelaskan tentang layanan *shopeefood* dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 325 pemilik usaha dan jumlah sampel 65 orang, ditentukan dengan menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan dokumentasi. Teknik analisi data yang digunakan yaitu instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis penelitian dengan bantuan software SPSS 25.

Hasil dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa nilai R Square = 0,402 atau 40,2%. Maka layanan *Shopeefood* (Saluran Komunikasi (X1), Waktu (X2), dan Sistem Sosial (X3)) berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan (Variabel Y) sebesar 40,2% dan sisanya (100% - 40,2% = 59,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Menurut ekonomi syariah dalam jual beli diwajibkan sesuai dengan aturan-aturan dan hukumnya dan juga sesuai dengan syarat dan rukun yang terdapat dalam Al-Quran, sunnah, dan hadist. Transaksi harus dilakukan dengan transparansi dan kejujuran, termasuk dalam layanan seperti *Shopeefood*, di mana kejelasan mengenai harga, kualitas produk, serta biaya tambahan harus selalu disampaikan dengan jelas kepada konsumen.

Kata kunci: *Layanan Shopeefood, Peningkatan Penjualan, Usaha Kuliner, Analisis Regresi Linier Berganda*

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
ABSTRAK ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 9
C. Rumusan Masalah 9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9
E. Sistematika Penulisan 10
BAB II **12**
KAJIAN PUSTAKA **12**
A. Penjualan 12
1. Pengertian Penjualan 12
2. Jenis – Jenis Penjualan 15
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan 15
4. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan 18
5. Penjualan Dalam Pandangan Islam 19
6. Konsep Penjualan 21
B. Difusi Inovasi 23
C. Usaha Kuliner 27
D. Layanan *ShopeeFood* 28
E. Kerangka Pemikiran 29
F. Penelitian Terdahulu 31
BAB III **36**
METODE PENELITIAN **36**
A. Metode Penelitian 36
B. Definisi Operasional Variabel 40
C. Hipotesis Penelitian 42

D. Uji Instrumen Penelitian 43
E. Uji Hipotesis Penelitian 45
1. Analisis Regresi Linier Berganda 45
2. Uji determinasi (R2) dan Koefisien Korelasi (r) 46
3. Uji Parsial (t) Uji t-test 46
4. Uji F 47
F. Uji Asumsi Klasik 48
1. Uji Normalitas 48
2. Uji Multikolinearitas 49
3. Uji Heteroskedastisitas 50
G. Gambaran Umum Objek Penelitian 51
1. Sejarah PT. Shopee Indonesia 51
2. Logo Shopee dan *ShopeeFood* 53
3. Visi dan Misi Shopee 54
4. Fitur dan Layanan Shopee 54
BAB IV 57
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 57
A. Karakteristik Data Responden 57
B. Uji Instrumen Penelitian 58
1. Uji Validitas 58
2.Uji Reliabilitas 60
3. Uji Normalitas 61
4. Uji Multikolinearitas 63
5. Uji Heteroskedastisitas 64
C. Teknik Analisis Data 65
1. Analisis Regresi Linear Berganda 65
2. Uji Hipotesis 67
3. Uji F 69
4. Koefisien Determinasi (R2) dan Koefisien Korelasi (r) 70
D.Pembahasan 74
1. Pengaruh Saluran Komunikasi terhadap Peningkatan Penjualan 74
2. Pengaruh Waktu terhadap Peningkatan Penjualan 75
3. Pengaruh Sistem Sosial terhadap Peningkatan Penjualan 76

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

4. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Layanan *ShopeeFood* dan Penjualan Usaha Kuliner 78

BAB V 82

KESIMPULAN DAN SARAN 82

A. Kesimpulan 82

B. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Omzet Penjualan Usaha Kuliner Pada Bulan Januari – Maret 2024 di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru 6
Tabel 3 1 Definisi Operasional..... 41
Tabel 4 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... 57
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 58
Tabel 4 3 Hasil Uji Validitas Saluran Komunikasi (X1) 59
Tabel 4 4 Hasil Uji Validitas Jangka Waktu (X2) 59
Tabel 4 5 Hasil Uji Validitas Sistem Komunikasi (X3)..... 60
Tabel 4 7 Hasil uji Reliabilitas Variabel 61
Tabel 4 8 Hasil Uji Normalitas 62
Tabel 4 9 Hasil Pengujian Asumsi Multikolineritas Coefficients[a] 63
Tabel 4 10 Hasil Uji Glesjer Heteroskedastisitas..... 64
Tabel 4 12 Hasil Uji Hipotesis..... 68
Tabel 4 13 Hasil Anova Uji F 69
Tabel 4 14 Hasil uji Koefisien Determinasi (R2)..... 70
Tabel 4 15 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r)..... 72
Tabel 4 16 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi 72

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena perkembangan teknologi saat ini yang paling ramai dibicarakan dan menjadi bahan diskusi banyak kalangan adalah mengembangkan teknologi ke arah bisnis transportasi yang modern dengan menggunakan kecanggihan aplikasi di dunia virtual.[1] Media internet juga menjadi salah satu cara untuk berkomunikasi dan memberi orang peluang untuk memulai bisnis. Perilaku dan budaya masyarakat tradisional berubah menjadi modern sebagai hasil dari perkembangan yang ada. Saat ini penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa.[2]

Dimasa lalu, *Online Food Delivery* (OFD) telah berubah sepanjang jaman. Contohnya, restoran/tempat makan banyak beralih dari *offline* ke *platform online* dengan mengembangkan situs web sendiri dan pelanggan dapat memesan makanan menggunakan situs web tersebut. Selanjutnya, karena meningkatnya penggunaan aplikasi *smartphone*, restoran telah meluncurkan aplikasi sendiri

[1] Handira Nurul Az-zahra, Vadilla Aries Tantya, and Nurliana Cipta Apsari, "Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)* 2, no. 2 (2021): 156.

[2] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) " *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang"*, https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Bisnis.com%2C%20JAKARTA%20%2D%20Survei,yang%20sebesar%20275.773.901%20jiwa, diakses pada tanggal 10 November 2023

yang berfungsi sebagai platform pemesanan makanan *online* untuk konsumen. Namun, karena alasan operasioanl dan/atau keuangan, tidak semua restoran menggunakan saluran pengiriman mereka sendiri untuk pengiriman makanan maka restoran memilih platform pihak ketiga dan agregator makanan untuk memfasilitasi pengiriman makanan online sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meminimalkan biaya, salah satunya adalah *platform shopee*.[3]

Perusahaan *e-commerce*, *Shopee*, melebarkan lini bisnisnya dengan menghadirkan layanan pesan-antar makanan daring melalui *Shopee Food*. Layanan ini telah dimulai sejak April 2020. Sebagai tindak lanjutnya, *Shopee* pun mulai mencari mitra pengemudi untuk *Shopee Food* pada November 2020. Sebelumnya, induk *Shopee*, *Sea Group* juga telah mengakuisisi *Foody Corporation* untuk menyedikan layanan pesan-antar makanan di Vietnam dengan nama *Now* pada 2017.[4] Pada awal tahun 2021 , *ShopeeFood* mulai melayani pemesanan makanan-minuman yang bekerjasama dengan berbagai macam industri *food* and *beverage* dan menarik banyak mitra *driver* untuk mengantarkannya kepada konsumen.

Pengguna aplikasi *ShopeeFood* dapat dengan mudah memesan hidangan apa saja pada banyak pilihan restoran dan kapan saja. Bisnis makanan yang saat ini tidak memiliki layanan *delivery order* dapat memperluas pangsa pasar dengan menggunakan restoran waralaba. Kehadiran *Shopee food* juga dianggap

[3] R A Rifani, “Implementasi Layanan Food Delivery Bagi Penjualan UMKM Makanan Dan Minuman Di Kota Parepare,” *YUME: Journal of Management* 5, no. 3 (2022), h. 486–491.

[4] Dwi Hadya Jayani. "Persaingan Bisnis Pesan Makanan Semakin Sengit" , https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/600a4fc71b528/persaingan-bisnis-pesan-makanan-semakin-sengit¸ diakses pada tanggal 10 November 2023

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mampu memberikan peluang bagi bisnis makanan kecil dan menengah untuk berkembang.

Layanan *ShopeeFood* semakin populer karena banyak alasan. Salah satunya adalah gaya hidup modern yang sebagian besar bergantung pada layanan *online*. Menurut dari perspektif pengusaha umkm, layanan *ShopeeFood* dapat membantu mereka memasarkan makanan dan dianggap sangat bermanfaat. Oleh sebab itu Pihak ketiga sering digunakan oleh bisnis kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk mengirimkan makanan dan minuman. Perusahaan transportasi online *Shoope* juga beroperasi di Kota Pekanbaru, yang berada di provinsi Riau.

Pelaku UMKM bisa mendaftarkan usahanya dengan mudah ke *Shopee food*. Kemudian jika toko sudah terdaftar pada aplikasi *Shopee Food*, maka akan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Pada aplikasi shopee food terdapat fitur-fitur yang merupakan daya tarik dari *Shoppe Food*. Yaitu, fitur diskon, *cash back* dan *shoppe pay*. Diskon adalah pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama satu periode yang waktu dinyatakan. Dalam *Shopee food*, toko atau penjual yang akan memberikan diskon, terlebih dahulu harus menghubungi pihak Shopee untuk ketentuan diskon yang akan diberikan kepada konsumen. Misalnya diskon 20% untuk ongkos kirim, diskon

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

50% jika konsumen melakukan pembelanjaan senilai seratus ribu rupiah. Besarnya diskon bisa ditentukan oleh pihak penjual.[5]

Selain itu, Shopee memberikan berbagai diskon kepada *merchant* dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau pemesanan ulang. *Cashback* merupakan suatu penawaran yang mana para pembeli memperoleh persentase dari harga pembelian, baik dalam bentuk tunai atau *virtual* atau bahkan dalam bentuk produk tertentu, jika pembeli memenuhi persyaratan pembelian yang ditetapkan oleh toko atau penyelenggara *cashback*. Ini adalah penawaran untuk menerima pengembalian dana, ada banyak penawaran *cashback* dari *retailer* di aplikasi Shopee.

Cashback diberikan khusus dalam bentuk deposit poin. ketika konsumen melakukan pembelian tertentu, mereka mendapatkan *poin cashback* sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. *Cashback Poin* ini nantinya akan dikreditkan ke akun Shopee konsumen dan dapat digunakan untuk membayar pembelian melalui Shopee. *Cashback* menjadi salah satu daya tarik dari Shopee menjaring konsumen agar melakukan pembelian terus menerus. Dengan adanya *cashback* konsumen merasa diuntungkan, karena nilai harga yang mereka bayar lebih murah dibandingkan dengan melakukan pembayaran tunai.

Shopee pay ialah fitur yang dikembangkan oleh shopee untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran. Yang menarik dari

[5] Fajriah Salsabia, Rafika Rahmawati, "Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood Dan *ShopeeFood*," Jurnal Lembaga Penelitian Dan Pengebdian Masyarakat Vol. 3. No 2, Universitas Islam "45", Bekasi, 42.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Shopee pay ini adalah konsumen bisa mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan harga pasaran. Sebagai contoh Kopi Kenangan memberikan potongan harga sebesar 50% dengan syarat pembayaran order dilakukan dengan *Shopee pay*. Adanya fitur *Shopee pay* sangat menguntungkan untuk penjual dan pembeli.

Terlepas dari manfaat dan kemudahan dalam membeli makanan menggunakan *shopee food*, terdapat permasalahan yang muncul pada konsumen ketika sebelum memutuskan untuk membeli makanan melalui aplikasi *shopee food*. Yaitu keresahan konsumen dalam masalah harga, karena ketika membeli makanan melalui aplikasi *shopee food*, harga makanan tersebut semakin mahal karena adanya pajak dalam aplikasi makanan shopee. Sehingga terkadang konsumen akan berpikir dua kali untuk memutuskan membeli makanan di aplikasi makanan shopee. Terkadang konsumen lebih memilih untuk membeli langsung ke outlet atau memesan menggunakan jasa antar dari outlet tersebut. Hingga masalah ini menjadi masalah bagi *shopee food*, sehingga *shopee food* memberikan alternatif yang mudah dan juga menguntungkan konsumen.

Selain masalah yang muncul dalam diri konsumen dalam masalah harga, ada juga masalah yang muncul dalam diri pengusaha kuliner yaitu masalah mekanisme penjualan yang diterapkan oleh *shopee food* kepada pelaku usaha kuliner. Masalah ini muncul karena rata-rata penjual yang menggunakan *shoppe food* sudah berusia lanjut, sehingga membuat mereka sulit untuk memahami mekanisme pada saat penjualan dan pendaftaran pada aplikasi tersebut.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebenarnya pada aplikasi *shopee food* terdapat pajak yang sedikit memberatkan para pengusaha kuliner. Jika seorang pengusaha kuliner memutuskan untuk bergabung dengan *shopee food*, maka banyak sekali pajak yang akan dikeluarkan. Yakni setiap minggu para pengusaha kuliner yang bergabung dengan *shopee food* harus membayar minimal Rp.25.000 untuk sekali iklan, dan iklan tersebut harus dibayar minimal seminggu 3 kali, hingga total yang dikeluarkan untuk biaya iklan adalah Rp.75.000.00 per minggu. Karena apabila tidak membayar iklan untuk promosi tersebut, maka usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha tidak muncul pada beranda aplikasi tersebut, sehingga konsumen tidak akan *notice* dengan produk yang dijual oleh pengusaha kuliner. Maka hal ini juga mempengaruhi apakah bergabung dengan *shopee food* dapat berpengaruh dalam peningkatan usaha kuliner.

Tabel.1.1

Data Omzet Penjualan Usaha Kuliner Pada Bulan Januari – Maret 2024 di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

No	Nama Usaha Kuliner	Januari	Februari	Maret
1	Ampera Bungo	Rp.13.210.468	Rp.15.564.867	Rp.15.889.204
2	Martabak Mr. O	Rp. 1.845.285	Rp. 3.604.882	Rp. 4.235.764
3	Nasi Tungkuih Diang Daun	Rp. 8.901.457	Rp. 9.441.656	Rp. 10.545.610
4	Mie Pedas Skripsi	Rp. 6.780.001	Rp.10.801.834	Rp.12.102.007
5	Warung FB Dua Putri	Rp. 9.329.336	Rp.13.390.447	Rp.13.260.521
6	Ayam Geprek Rang Magek	Rp. 3.970.523	Rp. 4.281.625	Rp. 4.692.370
7	Pecel Lele dan Ayam Penyet Mas Dian	Rp. 4.980.114	Rp. 6.775.400	Rp. 7.450.000
8	Yusuf Kebab & Burger	Rp. 7.100.446	Rp. 7.669.999	Rp. 8.359.880

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

9	Mozarella & Burger Natasya	Rp. 4.800.990	Rp. 5. 169.998	Rp. 5. 885.056
10	Ayam Geprek Rang Kamang	Rp. 3.842.527	Rp. 4.112.638	Rp. 4.787.610

Sumber: Data Usaha Kuliner yang Sudah Di Olah Tahun 2024

Dalil pertama: keumuman dalil yang menghalalkan jual beli, sebagaimana firman Allah SWT:

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَآءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰٓئِكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

Artinya: “ Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (Q.S. Al – Baqarah : 275)[6]

Berdasarkan ayat ini dan lainnya para ulama’ menyatakan bahwa hukum asal setiap perniagaan adalah halal, kecuali yang nyata-nyatannya diharamkan dalam dalil yang kuat lagi shahih.

Dalil kedua dari Nabi Muhammad SAW pernah memesan agar di buatkan cincin dari perak. Sebagaimana dalam hadist yang artinya:

[6] Qur’an Kemenag, Al Quran QS Al-Baqarah/275

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

"Diriwayatkan dari sahabat Anas r.a, pada suatu hari Nabi SAW hendak menuliskan surat kepada beliau: Sesungguhnya raja-raja non Arab Saudi meneria surat yang tidak distempel , mka beliaupun memesan agar ia dibuatkan cincin stempel dari bahan perak. Anas menisahkan: Seakan-kan sekarang ini aku dapat menyaksikan kemilau putih ditangan beliau*".(HR. Muslim)*

Perbuatan Nabi ini menjadi bukti nyata bahwa akad *istishna'* adalah akad yang di bolehkan. *Istishna'* adalah memesan kepada perusahaan untuk memproduksi barang atau komoditas tertentu untuk pembeli atau pemesan.[7] Akad *istishna*' adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu yang disepakati antara (pembeli, *mustashni*') dengan penjual (pembuat, *shani*'). *Shani*' akan menyiapkan barang yang dipesan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati dimana ia dapat menyiapkan sendiri atau melalui pihak lain (*ishtisna' parallel*).

Berdasarkan latar belakang diatas beberapa pengusaha kuliner menggunakan *Shopee Food* untuk meningkatan penjualannya, peneliti tertarik untuk meneliti seberapa **PENGARUH LAYANAN *SHOPEEFOOD* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

[7] Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 20018), h 96.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, dapat dilihat bahwa permasalahan yang terkait dengan topik penelitian sangat luas sehingga perlu adanya pembatasan masalah untuk itu peneliti memfokuskan pada "pengaruh layanan *ShopeeFood* terhadap penjualan pada usaha kuliner di kecamatan tampan kota pekanbaru dalam perspektif ekonomi syariah"

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah layanan *ShopeeFood* (Saluran Komunikasi, Waktu, Sistem Sosial) berpengaruh terhadap penjualan usaha kuliner di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap layanan *ShopeeFood* dan penjualan usaha kuliner?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini:

1) Untuk menjelaskan pengaruh layanan *ShopeeFood* dalam peningkatan penjualan usaha kuliner di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru
2) Untuk menjelaskan tentang layanan *ShopeeFood* dalam penjualan menurut tinjaun ekonomi syariah

Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana pengaruh *ShopeeFood* terhadap peningkatan penjualan pada usaha kuliner di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

b. Manfaat Praktis

a. Manfaat untuk Akademik

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar dapat memberikan kontribusi koleksi kepustakaan dan refrensi untuk mahasiswa di Fakultas syariah dan Hukum Universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

b. Manfaat untuk Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan atau tambahan refrensi dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dibidang yang sejenis pada masa yang akan datang.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika merupakan uraian secara garis besar mengenai apa yang menjadi dasar atau acuan dari suatu penelitian. Dalam penulisan sistematika ini akan disajikan secara menyeluruh untuk memudahkan dalam melakukan penulisan dan memahami penelitian ini ditulis dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab ini merupakan bab pendahuluan terdiri dari antara lain latar belakang masalah, permasalahan yang memuat, identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah serta ditambah dengan tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas teori-teori yang melandasi masalah penelitian dan menjadi dasar acuan untuk menganalisa serta menggambarkan kerangka teori dan menarik hipotesa yang terdiri dari penjualan, *Diffusion of Innovations*, layanan *ShopeeFood*, dan usaha kuliner.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menguraikan secara jelas tentang metode penelitian, terdiri dari pendekatan penelitian, informan atau populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, hipotesis penelitian dan analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian yang berisi temuan umum penelitian dan temuan khusus penelitian.

BAB V : PENUTUP

Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasikan. Penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang - orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller penjualan adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain[8]

Menurut William G. Nickels dalam buku "*Understanding Business*" menyebutkan bahwa penjualan yaitu proses di mana sang penjual memuaskan

[8] Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Boston: P*earson Education*, 2020), h.5

segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.

Menurut Winardi dalam buku "Pengantar Manajeman Penjualan (*Sales Management*)"menyebutkan bahwa penjualan adalah proses di mana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam mendanai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan tinggi mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat.[9]

Berusaha untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan adalah inti dalam sebuah perusahaan bisnis. Kedua hal tersebut menentukan hidup atau tidaknya sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari lancar atau tidaknya perushaan dalam merekrut karyawan, membeli perlengkapan perusahaan, meproduksi produk, atau memberikan peningatan dalam jasa pelayanan.

[9] Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Revisi, Penerbit Andi, 2020, h.112

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Istitah penjualan juga seing disalah artikan dengan istilah pemasaran, apa perbedaan pemasaran (*marketing*) dan penjualan (*selling*)? Menurut Kotler dan Amstrong, ada 4 perbedaan pemasaran dan penjualan apabila ditinjau dari dari titik berangkat (*Strating Point*), focus (*Focus*), cara (*means*) dan hasil akhir (*ends*).[10]

Pengertian Penjualan menurut para ahli (Moekijat) dalam buku kamus istilah ekonomi" yang menyatakan bahwa Selling melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua bela pihak.[11]

Menurut Winardi penjualan merupakan proses dimana sang penjual memastikan, mengaktvikasi dan memuaskan sang pembeli agar di capai manfaat, baik sang penjual mupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.[12]

Penjualan menurut Elhamy merupakan proses dimana sang penjual memastikan, mengaktvikasi dan memuaskan sang pembeli agar di capai manfaat, baik sang penjual mupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak, meliputi ;

[10] Ilson Simamora, "Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Porfitabel", (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama), 2015, h.8

[11] Samhis Setiawan " Pengertian Penjualan, Jenis, Tujuan, Faktor, Pasar, Para Ahli" Guru Pendidikan, Diakses Pada Tanggal 21 Agustus 2020.

[12] Dadang Suparman, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri)," *Jurnal Ekonomedia* Vol. 07 No, no. 2 (2018): 2.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Kondisi dan kemampuan penjual

b. Kondisi Pasar

c. Modal

d. Faktor – faktor lain

e. Kondisi organisasi perusahaan[13]

2. Jenis – Jenis Penjualan

Menurut Basu Swasta[14] mengelompokkan jenis-jenis penjualan adalah sebagai berikut:

a) Penjualan tunai, yaitu penjualan yang bersifat *cash* and *carry* dimana penjualan sesudah ada kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan serta bisa eksklusif dimiliki oleh pembeli

b) Penjualan kredit, yaitu penjualan non cash, dengan tenggang waktu tertentu, biasanya diatas satu bulan. Atau yang bisa kita ketauhi penjualan kredit adalah suatu sistem penjualan yang memiliki waktu berjangka.

c) Penjualan secara tender, yaitu penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

[13] *Ibid*, h.4

[14] Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Basu Swastha[15]sebagai berikut :

a) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersialatas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitupenjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.untukmaksudtersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yangsangat berkaitan, yakni:

1. Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.
2. Harga produk.
3. Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanansesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadisasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

1. Jenis pasarnya
2. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
3. Daya belinya

[15] Diadona. "Pengertian UMKM menurut Undang-undang". https://www.diadona.id/career/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-dan-undang-undang-yang-harus-dipahami-sebagai-pebisnis-200710y.html (diakses pada 06 Juni 2024)

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Frekuensi pembelian
5. Keinginan dan kebutuhan.

c) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport,tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan,usaha promosi, dan sebagainya.

Semua ini hanya dapat dilakukanapabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untukitu.Seperti usaha promosi membutuhkan duta penjualan dimana duta penjualan bertugas untuk menjalin hubungan dengan pelanggan sertamenimbulkan perasaan senang dalam diri pelanggan, karena dengan itu peluang untuk mencapai keberhasilan dalam menjual akansemakin meningkat.

d) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan iniditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

e) Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untukmelaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

4. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut chatamarrasjid[16]antara lain:

a) Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan,jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya yang sudah menjadi pelanggan dapat merasakan kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lainyang mutunya lebih baik.

b) Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dia dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang kita perjualkan berubah maka volume penjualan akan menurun.

c) Servis terhadap pelanggan

Merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan terhadap usaha dimana tingkat persaingan semakin tajam.Dengan adanya servis yang baik terhadap para pelanggan sehinggadapat meningkatkan volume penjualan.

[16] Chatamar Rasjid Ais. (2011).Pokok-Pokok Hukum Persaingaan Usaha Di Indonesia. Jakarta : Kencana (16) Diadona. “Pengertian UMKM menurut Undang-undang”.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

d) Persaingan menurunkan harga jual (*discount*)

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualandan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengansyarat-syarat tertentu pula.

5. Penjualan Dalam Pandangan Islam

Islam adalah agama yang memiliki ajaran komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syari'ah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan. Baik ritual maupun sosial ekonomi (mu'amalah). Sedangkan universal bermakna bahwa syari'at Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai datangnya hari akhir. Kegiatan sosial ekonomi (bermu'amalah) dalam Islam mempunyai cakupan yang sangat luas dan fleksibel.

Sistem perekonomian Islam saat ini lebih dikenal dengan fiqh mu'amalah. Fiqh mu'amalah adalah aturan-aturan (hukum) Allah yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan kehidupan atau urusan yang berkaitan dengan urusan duniawi sosial kemasyarakatan.[17] Adapun rukun penjualan dalam islam yaitu:

Jumhur ulama menetapkan empat rukun penjualan, yaitu

1) Adanya para pihak yang bertransaksi (penjual dan pembeli)

2) Adanya lafal ijab dan kabul (*sighat*)

[17] Rachmat Syafe'i, Fiqh Mu'amalah, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014), hal. 15.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3) Adanya barang yang di perjualbelikan, dan

4) Adanya nilai tukar pengganti barang.

Didalam Alquran surat Al Baqarah 275, dijelaskan bahwa allah menghalalkan jual beli. Yang diharamkan adalah riba untuk itu proses jual beli sesuatu yang dihalalkan tidak dilarang dalil nya sebagaimana ayat berikut:

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَآءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰٓىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.(Q.S Al-Baqarah : 275)

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa : 29)

Ayat di atas menerangkan bahwa Islam membenarkan adanya jual beli. Begitupun dalam prakteknya, jual beli manusia tidak boleh menzhalimi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesama manusia dengan cara memakan harta secara bathil. Kecuali jual beli tersebut dilaksanakan dengan merelakan antara keduanya baik secara lahir maupun bathin, As Syafi'i mengatakan semua jenis jual beli yang dilakukan secara suka sama suka dari kedua belah pihak hukumnya boleh, selain jual beli yang diharamkan Rasullah.

Jadi, selama Allah Ta"ala mengharamkan riba, maka tidak ada alasan lagi untuk membantah atau menolaknya.[18]

6. Konsep Penjualan

Setiap perusahaan mengharapkan penjualan selalu meningkat, ini merupakan salah satu tujuan untama untuk membangun sebuah perusahaan atau sebuah bisnis baik bisnis yang besar mampun hanya lah bisnis rumahan. Mengapa volume penjualan meningkat? Tentunya dikarenakan beberapa hal yang menyebabkan mengingkatnya volume penjualan. Salah satu nya adalah dikarenkan produk diterima oleh konsumen.

Produk yang dulunya yang mungkin hanya satu dua orang saja yang mengetahuinya kini mungkin terus bertambah. *Customer* yang kian hari kian bertambah ini mengakibatkan jumlah produk yang digunakan juga terus meningkat. Itu berarti terdapat produk lain yang sudah tergantikan oleh produk baru. Peningkatan volume penjualan salah satunya disebabkan oleh jumlah costumer yang meningkat, oleh sebab itu dalam pemasaran masa kini mengapa ada anjuran yang melakukan NOO (*New Opening Outlet*) yaitu

[18] Abu Bakar Jabir Al-Jazairi, Tafsir Al-Qur"an Al-Aisar, Darus Sunnah Press, Cetakan keenam, Juni 2015, Jilid 1, Hlm. 470

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

salesman didorong untuk terus meningkatkan volume penjualan dengan cara mencari costumer - costumer baru.

Selain mencari customer-customer baru untuk meningkatkan volume penjualan, terdapat beberapa cara lagi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan yaitu :

1) Memiliki kepribadian unggul

2) Berani berubah

3) Menjaga penampilan

4) Perhatikan bahasa tubuh

5) Membangun jaringan

6) Bersatuh kita teguh

7) Memetakan wilayah

8) Mengembangkan diri

9) Hargailah pelanggan

10) Sedikit bicara, banyak mendengar

11) Melakukan komunikasi dua arah

12) Jangan takut bersaing

13) Menciptakan pengalaman

14) Menjaga keseimbangan emosi

15) Jangan berhenti sampai disini

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

16) Dekat dengan pelanggan

17) Loyalitas adalah segalanya

18) Membina hubungan : kunci sukses

Ini merupakan cara yang biasa digunakan untuk meningkatkan volume penjualan, pemilihan variabel untuk sebuah promosi yang tepat, efesien, dan efektif merupakan kunci utama kegiatan promosi suatu usaha. Variable promosi terdiri dari, periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Mengingat besarnya pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan sebuah usaha, maka mutal di perlukan perencanaan pengendalian dan pengawasan terhadap kegiatan promosi penjualan yang dilakukan wirausaha.[19]

B. Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovations*) menjelaskan bagaimana ide, gagasan, atau teknologi baru tersebar dalam suatu budaya. Teori ini diperkenalkan oleh Everett Rogers pada tahun 1964 dalam bukunya "*Diffusion of Innovations.*[20]

Teori ini menjelaskan bagaimana suatu produk atau ide baru diadopsi oleh konsumen. Teori ini membantu pemasar memahami bagaimana produk mereka dapat diterima oleh pasar dan bagaimana mereka dapat mempercepat

[19] Sarfilianty Anggiani, "Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan: Edisi Kedua (jakarta. Prenadamedia Group,2018), h.141

[20] Idetesis.com. "Teori Difusi Inovasi (*Diffusion Innovations*), 2024, https://idtesis.com/20-grand-teori-yang-umum-digunakan-di-dalam-penelitian-strategi-pemasaran/

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proses adopsi. Ada 2 istilah penting yang wajib di pahami untuk mengenal teori ini, yaitu:

1) Difusi

Proses penyebaran ide atau teknologi baru.

2) Inovasi

Sesuatu yang baru (ide, gagasan, teknologi) bagi individu atau kelompok.

Rogers 1995 dalam Sciffman dan

Kanuk mendefinisikan difusi sebagai (*the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social system*), proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial.[21]

Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Dari kedua padanan kata di atas, maka difusi inovasi adalah suatu proses penyebar serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat

[21] Neca Gemelia Muntaha and Alfauzan Amin, "Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi," *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 2548–2554.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.[22]

Dia menggambarkan sebuah inovasi sebagai ide baru, praktek, atau objek dianggap baru untuk individu. Dia menjelaskan bahwa teknologi adalah desain untuk tindakan instrumental yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat yang terlibat dalam mencapai hasil yang diinginkan. Dia menjelaskan bahwa teknologi adalah informasi, bukan hanya peralatan. Kebanyakan teknologi memiliki komponen hardware dan software. Aspek hardware terdiri dari "alat yang mewujudkan teknologi sebagai ibjek material atau fisik," dan aspek software terdiri dari "basis informasi untuk alat".[23]

Berdasarkan definisi Rogers, literasi media adalah inovasi teknologi karena dianggap menjadi ide baru oleh pengadopsi potensial. Konsep literasi media telah berkembang selama beberapa tahun, tetapi sedang "dipasarkan" sebagai ide baru dalam bentuk yang sekarang. Pendidik, kelompok peminat, dan orang tua telah menyadari kebutuhan untuk meningkatkan literasi media di kalangan anak muda. Oleh karena itu, gagasan media *literacy* sedang disajikan sebagai ide baru dan segar untuk pengadopsi potensial.

Sehingga dapat disimpulkan, difusi tidak mungkin bisa lepas dari inovasi, karena selalu berkaitan dengan terciptanya sebuah inovasi atau gagasan-gagasan baru.

---

[22] *Ibid*, h.2549
[23] Ulva Hasdiana " TEORI MEDIA/TEORI DIFUSI INOVASI" no.1 (2018):1-5

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Teori Difusi Inovasi menjelaskan bagaimana, mengapa, dan pada tingkat apa suatu inovasi diadopsi oleh masyarakat. Ada 3 elemen penting yang perlu diperhatikan di dalam penggunaan teori ini, yaitu Komunikasi (saluran dan cara penyebaran informasi tentang inovasi), Waktu (kecepatan adopsi inovasi berbeda-beda), dan Sistem Sosial (Jaringan dan norma yang mempengaruhi adopsi).

Dalam penyebarannnya, karakteristik sebuah inovasi juga menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan diadopsinya inovasi tersebut, ada lima karateristik inovasi:

1) Lebih bermanfaat dari sebelumnya. Inovasi baru yang muncul haruslah memiliki lebih manfaat daripada inovasi sebelumnya. Sehingga memperbesar kemungkinan untuk diadopsinya sebuah inovasi.
2) Kesesuaian, sebuah inovasi baru yang diperkenalkan ke sebuah suatu sistem sosial haruslah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh sistem sosial tersebut. Sesuai dengan nilai-nilai yang telah ada dan pengalaman sebelumnya.
3) Mudah dimengerti dan digunakan. Diperkanlakan sebuah inovasi baru mempunyai tujuan untuk mempermudah kehidupan suatu sistem sosial karena itu dibutuhkan inovasi yang mudah dimengerti dan digunakan.
4) Mampu untuk dicoba, sebuah inovasi yang diperkenalkan harus memiliki kemampuan untuk digunakan secara luas. Semakin besar jangkauan pemakaian sebuah inovasi maka semakin mudah diadopsi oleh suatu sistem sosial.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) apat dilihat hasilnya. Sebuah inovasi yang hadir haruslah memiliki manfaat atau hasil yang bisa dilihat, semakin cepat dampak positif dari sebuah inovasi terlihat, maka semakin besar kemungkinan untuk diadopsi dalam suatu sistem sosial.[24]

C. Usaha Kuliner

Kata Kuliner berasal dari bahasa Inggris "*culinary*" *Culinary* diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan.[25] Masakan tersebut dapat berupa lauk-pauk, makanan (panganan) dan minuman. Kata kuliner menjadi luas di Indonesia akibat dari pemberitaan media massa dan televisi yaitu acara-acara wisata. Sehingga kuliner merupakan segala sesuatu yang berkaitan atau berhubungan dengan dunia memasak.

Usaha kuliner adalah salah satu usaha yang tidak akan habis dimakan zaman, karena setiap waktu manusia membutuhkan makanan untuk hidup. Maka peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menciptakan bisnis kuliner yang membawa keuntungan bagi pelaku wirausaha.[26] Faktor yang mendorong individu dalam melakukan usaha kuliner adalah karena makanan merupakan kebutuhan pokok semua orang membutuhkan makan, peluang bisnis yang besar, dll. Tempat kuliner yang dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya yaitu:

---

[24] Khayranil Ula, "Teori Difusi Inovasi Dalam Persfektif Islam," *Journal of Communication Studies* 1, no. 1 (2023): 60–69.

[25] Chol, J., & Shadily, H. (2000). Kamus Inggris-Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

[26] "Konsep Dasar Bisnis Kuliner", https://wartawirausaha.com/2013/02/konsep-dasar-bisnis-kuliner/ (di akses pada 30 November 2023)

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Restoran

b. Rumah Makan

c. Warung

d. Food Court

e. Cafe

D. Layanan *ShopeeFood*

Menurut Cristhoper Lovelock dan Jochen Wittz, layanan Food Delivery merupakan penciptaan situs web yang memberikan informasi, menerima pesanan bahkan berfungsi sebagai saluran layanan berbasis informasi.

Shopee Food adalah salah satu platform pemasaran makanan dan minuman secara online yang diusung oleh salah satu pihak *e-commerce* yaitu *Shopee*. Layanan *ShopeeFood* merupakan layanan *Shopee* yang melayani *food delivery service* di Indonesia. Layanan ini dibuat sebagai suatu kegiatan promosi yang mana diketahui sebagai kegiatan menginformasikan tentang suatu produk yang disajikan oleh distributor ataupun produsen tertentu, dalam hal ini adalah penyaji kuliner.[27] Pada layanan *Shopee Food*, driver akan membelikan makanan yang di pesan oleh konsumen dan mengantarkannya ke lokasi konsumen sesuai dengan keterangan di aplikasi. jarak pengantaran *Shopee Food* 1 km - 2 km =

[27] Faskawaty Simarmata et al., "Pengaruh Pemanfaatan Layanan Shopee Food Bagi Pelaku Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19," *Prosiding Serina* 1, no. 1 (2021): 2099–2106.

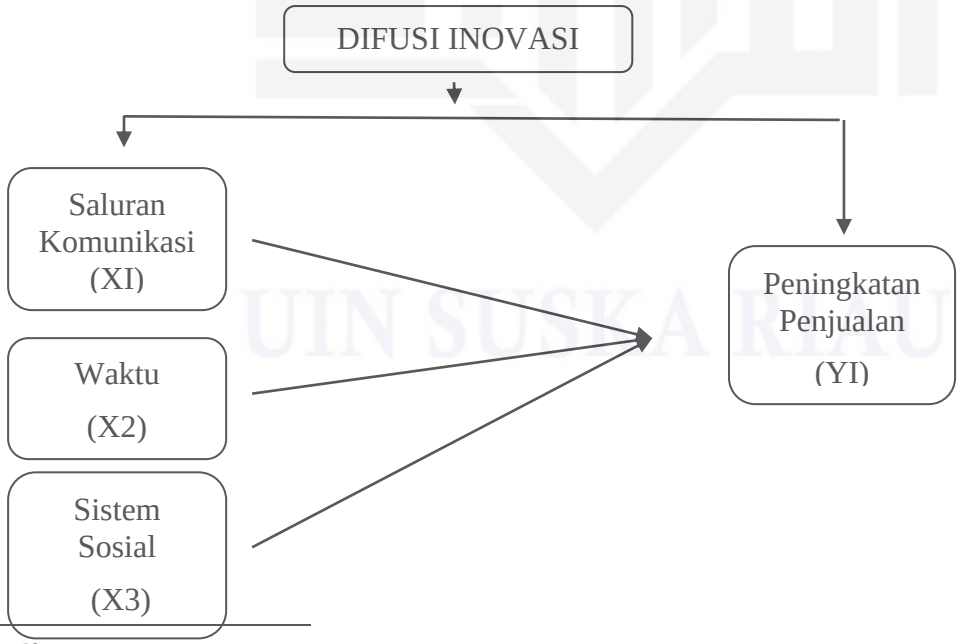
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6400 dan 2 km - 3.6 Km = 7200, sementara untuk tarif *shopee express* P2P (spx instant) masih tetap sama yaitu dimulai 8000 an.[28]

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan arah penelitian yang dilakukan oleh penulis dan digunakan dalam skema. Studi-studi terdahulu telah menunjukkan bahwa adopsi layanan pengiriman makanan secara signifikan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, dengan semakin banyaknya konsumen yang memilih untuk memesan makanan secara online.

Teori Difusi Inovasi, yang dikembangkan oleh Everett Rogers, memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami bagaimana inovasi seperti layanan *ShopeeFood* diadopsi oleh pasar dan bagaimana proses ini berdampak pada penjualan dan kinerja bisnis kuliner. Berdasarkan tinjauan landasan teori, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



[28] "Tarif Shopee Food Terbaru". https://www.driverojol.com/2022/06/tarif-ongkir-shopee-food-per-km.html (di akses pada tanggal 25 November 2023)

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Variable Independen (X1, X2, X3) Varibel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Menurut Sugiyono Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya veriabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah saluran komunikasi, jangka waktu, dan sitem sosial.

Variabel Dependen (Y1) Menurut Sugiyono, variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsukuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai varibel terikat. variabel terikat merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Penjualan Usaha Kuliner.

Dengan menggunakan kerangka kerja teoritis yang diberikan oleh teori Difusi Inovasi, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih tentang pengaruh layanan *ShopeFood* terhadap penjualan pada usaha kuliner. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berharga bagi pemahaman kita tentang peran layanan pengiriman makanan dalam industri makanan dan minuman.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Jenis	Hasil	Perbedaan
1	Rifani, R A. "Implementasi Layanan Food Delivery Bagi Penjualan UMKM Makanan Dan Minuman Di Kota Parepare.".(2020)	Jenis penelitian ini adalah Penelitian deskriptif kualitatif.	Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Parepare termudahkan dalam kehadiran Online Food Delivery pihak ketiga yakni Gofood dan Grabfood. Dengan hadirnya OFD sebagai layanan pengantaran makanan secara online yang dilakukan oleh driver/ojol kedua aplikasi tersebut membantu UMKM baik merchant, café, resto, kedai dan rumah makan meningkatkan omzet penjualan namun kendala yang dialami dari pihak UMKM pada penggunaan OFD ini adalah banyaknya produk sejenis dari pesaing yang	Meneliti pada layanan Goofood dan Grabfood, sedangkan penelitian ini meneliti pada layanan shopeefood

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Jenis	Hasil	Perbedaan
			ditampilkan dalam aplikasi OFD pihak ketiga. Sehingga kurang mampu pelaku UMKM untuk memikat calon pelanggan.	
2	Hafiyyan, Muhammad Irham, Gita Miranti Mauren, Mein Kharnolis, and Asrul Bahar. "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	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (Field Research).	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan Go Food terhadap peningkatan usaha kuliner di Kelurahan Jagir Berdasarkan sampel dalam hal ini responden yang berhasil diwawancarai oleh peneliti mengakui bahwa pendapatan usaha yang mereka terima setelah bergabung menjadi partner Gofood. Hasil pengujian mendapatkan variabel layanan Go-foodmendapatkan t hitung = 3,155 dan signifikansinya 0,004. Batas	Meneliti layanan Goofood dan persamaannya menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (Field Research), pada penelitian ini menggunakan layanan shopeefood.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Jenis	Hasil	Perbedaan
	Surabaya).” (2023)		signifikansi yang digunakan adalah 0,05, sehingga nilai signifikansi tersebut menunjukkan jika lebih kecil dibandingkan 5%. Hasil ini menunjukkan jika layanan go-food berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan. Saran	
3	Az-zahra, Handira Nurul Tantya, Vadilla Aries Apsari, Nurliana Cipta: “Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro” (2021)	Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi kepustakaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan online food delivery dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM karena pelaku bisnis kuliner tidak perlu menyediakan biaya besar dalam pengadaan layanan pesan atar sendiri. Bahkan dengan adanya aplikasi sejenis ini, UMKM tidak perlu memiliki toko dalam bentuk fisik	Meneliti pada layanan Gofood, sedangkan penelitian ini meneliti pada layanan shopeefood

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Jenis	Hasil	Perbedaan
			sebagai tempat bisnis usaha, pelaku bisnis dapat memasarkan menu melalui aplikasi ini dan menghadirkan makanan di tempat konsumen	
4	Nida Husnia Zahra : "DAMPAK KEBERADAAN SHOPEE FOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER DI KECAMATANUMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA" (2022)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif	Adanya shoppe food nampaknya belum membawa dampak yang signifikan bagi penggunanya, akan tetapi mereka para penjual merasa adanya shoppe food ini merupakan sebuah inovasi baru yang sangat bagus dan mereka sangat mendukungya, hanya saja mereka berharap pajak yang diberikan tidak sebesar saat ini supaya harga yang dipatok juga tidak terlalu tinggi.	Perbedaannya pada lokasi penelitian dan analisis data. Persamaannya meneliti layanan *ShopeeFood*
5	M. Amdan Saputra (2020)	Metode snowball sampling, analisis data kuantitatif.	-Hasil uji beda (uji t) analisis comparepaired sampel dilihat bahwa t hitung	Perbedaannya meneliti pada gofood dan lokasi penelitian

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Jenis	Hasil	Perbedaan
		Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Uji Deskriptif 2. Uji normalitask olmogorovs mirnov 3. Uji beda (uji T) analisis comparepai red sampel	9,307 > t tabel yaitu > 2.023 berarti hoditolak dan haditerima yaitu ada pengaruh sebelum menjadi merchant partner gofoodsetelah menjadi merchant gofood. Terdapat kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan merchant partner go-food.	serta analisis data.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis dan Lokasi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.[29]

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengusaha kuliner yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian yang bersumber dari informan. Subjek penelitian disini adalah pengusaha kuliner yang bergabung di aplikasi *ShopeeFood*.

[29] Suharsimi Arikunto, Dasar-Dasar Research, (Tarsoto: Bandung,) 2020, h.58

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah permasalahan atau tema yang sedang di teliti. Objek penelitian disini adalah pengaruh layanan *ShopeeFood* dalam peningakatan penjualan usaha kuliner (studi kasus di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru).

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang mempunyai karakter yang sama, populasi juga bisa didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai karateristik tertentu yang mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 325 pemilik usaha kuliner yang bergabung pada aplikasi *ShopeeFood* di kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.[30]

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu hingga dapat mewakili populasinya.[31] Menurut Ari Kunto apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua

[30] Agent Shopee Food Kota Pekanbaru
[31] Muhammad Idrus, Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 92

sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10% - 15% atau 20%-25% atau lebih[32]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan *sampel probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang artinya teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Ukuran sampel yang peneliti ambil adalah 20% dari jumlah keseluruhan yaitu 65 pengusaha kuliner yang terdaftar di *ShopeeFood* di kecamatan tampan kota pekanbaru.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang di ucapkan secara lisan, gerak gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat di percaya.[33] Data diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kusioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi

[32] Muhammad Iqbal Hasan, Pokok-pokok Materi Metedologi Penelitian dan Aplikasinya, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), h. 64

[33] Wddy Abdurrachman, *Pekan Riset Sawit Indonesia 2022 Ringkasan Hasil Penelitian, Peneliti Grant Riset Sawit K20 Dan K21* (Jakarta Pusat: Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit, 2022).

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain lain), foto-foto film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkarya data primer.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan agar data-data yang dikumpulkan relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

a. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan atau riset terhadap suatu objek secara cermat dan langsung dilakukan dilokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti.

b. Wawancara

Yaitu, dialog dengan mengadakan pertanyaan yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi. Penulis mendapatkan data dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha kuliner.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Cara mengumpulkan data dengan mengirim kuisioner.

d. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumentasi merupakan perolehan data dan Informasi dalam bentuk buku, arsip, gambar, tulisan, laporan dan keterangan lain yang dapat mendukung penelitian.[34] Metode ini digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dengan cara tidak langsung atau turun langsung terkait kejadian di lapangan sebagai bahan untuk membuat laporan.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentangnya, kemudian ditarik kesimpulan.[35] Adapun variable beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

[34] Sugiono, " METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND", edisi 1 (Bandung:2019). h.105

[35] *Ibid*, h. 108

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel. 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Metrik
1.	Saluran Komunikasi (X1)	Saluran atau metode yang digunakan oleh pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan pelanggan, seperti iklan, media sosial, promosi, dan sebagainya.	Frekuensi penggunaan saluran komunikasi (jumlah postingan media sosial per minggu).	Jumlah postingan media sosial yang dihasilkan oleh pelaku usaha dalam sepekan.
2.	Waktu (X2)	Waktu atau periode tertentu yang dapat memengaruhi penjualan usaha kuliner, seperti musim, hari-hari libur, atau waktu operasional.	Fluktuasi penjualan bulanan	Persentase perubahan penjualan dibandingkan dengan bulan sebelumnya.
3.	Sistem Sosial (X3)	Aspek-aspek sosial yang memengaruhi kinerja usaha kuliner, seperti reputasi, hubungan interpersonal dengan pelanggan, dan dukungan sosial dari masyarakat.	Tingkat kepercayaan pelanggan	Persentase pelanggan yang menyatakan mereka akan merekomendasikan usaha kuliner kepada teman atau keluarga..
4.	Peningkatan Penjualan (Y)	Peningkatan atau penurunan dalam volume penjualan usaha kuliner dalam periode tertentu.	Volume penjualn harian	Jumlah produk kuliner yang terjual setiap hari.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cara menghitung tingkat penjualan sangat sederhana tetapi penting untuk mengetahui perbedaaan antara tingkat penjualan bruto (kotor) dan tingkat penjualan netto (bersih). Tingkat penjualan bruto hanya mencakup jumlah total penjualan dari suatu perusahaan. Sedangkan tingkat penjualan netto memperhitungkan retur penjualan (pengembalian), hadia, dll. Jadi tingkat penjualan berarti jumlah total unit yang sebenarnya telah di jual oleh pengusaha. Berikut adalah rumus untuk menghitung tingkat penjualan:

Jumlah unit terjual x Laba perunit (tingkat penjualan tidak memperhitungkan jumlah total unit yang terjual lebih berfokus kepada laba (jumlah yang di peroleh dari setiap unit) Berdasarkan frekuensi, kebanyakan responden memesan makanan melalui layanan peesan antar sebanyak 2 sampai 3 kali dalam sebulan. Jumlahnya mencapai 36% dari responden. Kemudian sekali dalam sebulan sebanyak 32% dan sekali seminggu sebanyak 14% .

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Juliandi adalah kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah sebelumnya dengan demikian hipotesis relevan dengan rumusan masalah. Untuk

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mendapatkan batasan masalah yang jelas dari setiap konsep berdasarkan masalah yang diteliti, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:[36]

Ha: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Layanan *ShopeeFood* terhadap Penjualan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

H0: Tidak terdapat pengaruh yang postif dan signifikan Layanan *ShopeeFood* terhadapan Penjualan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

D. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Instrument valid mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrument dikaitkan dengan yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.Instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien rhitung ≥ rtabel. Pada signifikan 5% maka data bias dikatakan valid. Sebaliknya, jika rhitung< rtabel maka data tidak valid. Adapun rumus yang dipakai yaitu:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum \square^2 \sum \square^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

[36] Azuar Juliandi, Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi. Edisi Pertama. (Penerbit: Media Inn, Medan.2013) h. 122.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

x = devisiasi rata-rata variable

x = X-X

y = devisiasi rata-rata variable

y = Y-Y

b. Uji Reliabitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Ukuran yang paling umum dikenal dalam pengukuran reliabilitas adalah koefisien *Cronbach Alpha*. Hal ini merupakan ukuran reliabilitas yang paling tepat digunakan ketika instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert. Jika suatu variabel menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur.[37] Adapun rumusnya sebagai berikut:

[37] Taherdoost, *Validity and Reliability of the Research Instrument*; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. SSRN Electronic Journal, 2018, September. https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$a = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1\frac{\sum s_i^2}{s_i^2}\right)$$

Keterangan:

k= jumlah item

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor total

Si2 = varians responden untuk item ke i.

E. Uji Hipotesis Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (variabel yang ingin diprediksi) dan dua atau lebih variabel independen (variabel yang digunakan untuk melakukan prediksi). Dalam analisis regresi linear berganda, hubungan antara variabel-variabel ini dijelaskan dalam bentuk model regresi linear. Rumusnya adalah:

$$Y=\beta_0+\beta_1X_1+\beta_2X_2+\ldots+\beta_pX_p+\varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Penjualan (variabel yang ingin di prediksi)
β0	= Intercept (nilai *Y* ketika semua variabel independen adalah nol)
*β*1,*β*2,*βp*	= koefisien regresi (menunjukkan seberapa besar perubahan dalam *Y* yang diakibatkan oleh satu unit perubahan dalam *X*1,*X*2 ,*X3*
X1	= Saluran Komunikasi
X2	= Waktu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

X3 = Siem Sosial

E = Kesalahan acak yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

2. Uji determinasi (R2) dan Koefisien Korelasi (r)

Koefisien determinan adalah koefisien korelasi untuk menentukan besarnya pengaruh variasi (naik/turunnya) nilai variabel bebas terhadap variasi nilai variabel terikat pada hubungan lebih dari dua variabel. Koefisien korelasi sederhana adalah koefisien korelasi untuk mengukur keeratan hubungan antara kedua variabel.

3. Uji Parsial (t) Uji t-test

Bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variable independen (X) secara individual (parsial) terhadap variable dependen (Y) dengan = 0.05 atau 5%. Jika thitung ≥ ttabel, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen 75. Jika thitung ≤ ttabel, maka tidak ada hubungan yang signifikan dari varibel independen dengan variabel dependen. Nilai thitung dapat ditentukan dengan formula:

$$t_{hitung} = \frac{\square\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-\square^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

- Ho diterima, Ha ditolak, jika : thitung ≤ ttabel atau Sig > a (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).
- Ha diterima, Ho ditolak, jika : thitung ≥ ttabel atau Sig < a (terdapat pengaruh yang signifikan)

4. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersamaa-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingakatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F < 0.05 maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya.

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan.

Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:[38]

1. Jika nilai signifikan F < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

2. Jika nilai signifikan F > 0,05 maka H0 diterima dan Ha Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistic pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorow- Smirnov* adalah sebagai berikut:

1) Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.

[38] Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2) Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Widarjono uji multikolinearitas merupakan hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi berganda. Uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika antar variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orgonal. Menurut Imam Ghozali variabel orgonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.[39] Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

a) Nilai R kuadrat yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya masalah multikolinearitas.
c) Multikolinearitas dapat dilihat dari dua sisi, yaitu;

[39] Ghozali Imam, F. (2016). Structural Eqution Modeling. Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Lisrel,h.8.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Nilai Tolerance dan lawannya. Dalam hal ini nilai tolerance yang baik adalah < 0, 10.
- Nilai Varian Inflance Factor (VIF). Dalam hal ini nilai Nilai Varian Inflance Factor (VIF) yang baik adalah > 10.

  Yang dimaksud dengan lawan dari nilai *tolerance* adalah nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (nilai Tolerance ≤ 0,10 = nilai VIF ≥ 10).

Atau dengan bahasa lain dapat dikatakaan, bahwa sebuah instrument apakah terkena masalah multikulinieritas atau tidak adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIP), sebagai berikut[40] :

1. Apabila nilai dari Tolerance cenderung lebih besar dari 0,10, maka dalam hal ini regresinya tidak terjadi masalah multikulinieritas.
2. Apabila nilai dari Tolerance cenderung lebih kecil dari 0,10, maka dalam hal ini regresinya tidak terjadi masalah multikulinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

[40] Raharjo, S. (2014). Uji Multikolinearitas Dengan Melihat Nilai Tolerance Dan VIF SPSS. https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Ghozali "Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain". Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskesdatisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).[41]

Beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu Uji Park, Uji Glesjer, Grafik Plot (Scatter Plot), dan uji koefisien korelasi Spearman. Maka dengan itu penulis memilih menggunakan Uji Glesjer.

Adapun kriteria pengujian uji glesjer adalah:

1) Nilai signifikansi > 0.05 maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2) Nilai signifikansi < 0.05 maka kesimpulannya terjadi gejala heteroskedastisitas.

G. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Shopee Indonesia

Shopee didirikan oleh Chris Feng pada tahun 2015. Chris Feng meluncurkan Shopee pertama kali di Singapura, yang kemudian melakukan ekspansi ke beberapa negara tetangga lain, yaitu Indonesia, Thailand, Vietnam, Malaysia, Filipina, dan Taiwan. Shopee memulai perluasannya di luar Asia

[41] BINUS, "Uji Heteroskedastisitas," *Web* (2008): 151–152, http://repository.unpas.ac.id/32933/7/BAB III.pdf.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

untuk pertama kali yaitu di Amerika Selatan tepatnya di negara Brazil pada tahun 2019.

Shopee pertama kali meluncur sebagai *marketplace Consumer to Consumer* (C2C) yang kemudian beralih ke model hibrid C2C dan *Business to Consumer* (B2C) semenjak diluncurkannya Shopee Mall. Sejak awal peluncuran Shopee Mall, kini Shopee telah memiliki mitra bisnis lebih dari 70 penyedia layanan kurir yang ada di seluruh negara serta menyediakan berbagai dukungan logistik untuk semua penggunanya.[42]

Sebagai anak perusahaan dari *SEA Group*, Shopee mendapatkan dukungan finansial penuh dari *SEA Group*. Untuk Shopee Indonesia, pada awal peluncuran Shopee mendapatkan dukungan dana dari SEA dan beberapa modal *ventura*, seperti *Hillhouse Capital*, GDP *Venture*, *Farallon Capital Management*, JG *Summit Holdings Inc* untuk melakukan penetrasi pasar pada *marketplace* di Indonesia.

Sejak peluncurannya di Indonesia, Shopee mengalami perkembangan yang pesat. Tahun 2017 Shopee tercatat telah mencapai 50 juta kali unduhan aplikasi, hingga bulan Agustus 2021 aplikasinya telah diunduh lebih dari 100 juta pengguna. Pada tingkat kunjungan Shopee per bulan tahun 2020 dengan total 391 juta kunjungan. Di tahun 2017 laporan nilai perdagangan bruto (GMV) Shopee mencapai angka 1,6 miliar rupiah. Kemudian pada tahun 2018

[42] *Gramedia Blog*. Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya, https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/. Diakses pada 23 Mei 2024.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mengalami peningkatan dengan nilai GMV yang mencapai angka 2,7 miliar, hingga pada tahun 2020 GMV Shopee mencapai angka US $ 14,2 miliar.

Pada April 2020 Shopee memperkenalkan layanan pesan antar makanan barunya yang disebut sebagai *Shopee Food*, yang di mana memiliki fungsi dan tujuan yang sama dengan layanan pesan antar makanan lainnya. shopee mulai melakukan aksi promosi penjualan makanan cepat saji yang diberi nama Shopee Food dan sudah merekrut lebih dari 500 pedagang di wilayah Jakarta.[43] Sebelumnya, *Shopee Food* masih bekerja sama dengan Grab dan Gojek dalam jasa pick up dan mengirim makanan ke customer, kini *Shopee Food* sendiri mulai merekrut mitra driver pada 25 November 2020, yang di mana dapat dilihat bahwa Shopee cukup serius dalam mengembangkan *Shopee Food*. Sehingga, *Shopee Food* pada awal tahun 2021 sudah mulai beroperasi pertama kali di wilayah Jakarta.[44] Lalu, Mei 2021 *Shopee Food* telah memperluas jangkauan wilayahnya di Pekanbaru.

2. Logo Shopee dan *ShopeeFood*

Gambar 1 Logo Shopee dan *ShopeeFood*

Sumber: *google.com*

[43] "Shopee", Wikipedia Indonesia, https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#:~:text=5%20Referensi,Sejarah,toko%20daring%20untuk%20brand%20ternama. Diakses pada 12 Juni 2024

[44] Dwi Hadya Jayani. "Sejarah *ShopeeFood* Di Indonesia" (2021): 1–19

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Logo Shopee memiliki arti bagi perusahaan. Arti dan warna dari logo Shopee tersebut antara lain:

1) Warna oranye memiliki kesan yang hangat, sebagai warna yang hangat, meningkatkan antusias, daya tarik, perasaan bahagia, serta menarik daya minat pembeli.
2) Gambar keranjang mengartikan keranjang belanjaan yang ada pada fitur Shopee guna memudahkan pengguna untuk menyimpan barang yang akan dibeli.
3) Simbol S merupakan simbol dari *e-commerce* Shopee.

3. Visi dan Misi Shopee

3.1. Visi

Menjadi mobile *marketplace* nomor 1 di Indonesia.

3.2. Misi

Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

4. Fitur dan Layanan Shopee

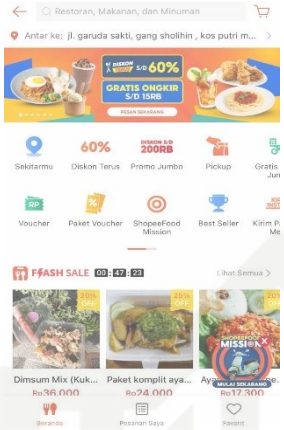
Berikut beberapa fitur layanan yang tersedia dalam aplikasi Shopee:

1) *ShopeeFood*

Fitur di aplikasi Shopee yang menawarkan layanan pesan antar makanan sesuai dengan permintaan Pengguna.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2 Tampilan Beranda *ShopeeFood*



2) Metode Bayar

Metode pembayaran salah satu fitur yang disediakan oleh shopee dengan menawarkan beberapa cara yaitu:

- *ShopeePay, e-money* yang dimiliki Shopee untuk penggunanya dalam melakukan transaksi. Agar bisa menggunakan *Shopeepay* Anda harus mengaktivasi terlebih dahulu, saldonya bisa ditarik dan diisi dengan menghubungkan nomor rekening.
- *ShopeePay Later*, ini merupakan suatu layanan dengan sistem cicil satu kali tiap beli sekarang bayar nanti oleh PT Lentera Dana Nusantara dan PT Commerce Finance. Layanan Shopee *PayLater* ini bisa untuk membeli beberapa produk seperti listrik, pulsa, paket data, BPJS, tiket kereta api, PDAM, tiket pesawat, telkom, dan lainnya.
- *Cash on Delivery* (COD), ini layanan dengan sistem pembayaran secara langsung ditempat setelah pesanan Anda diterima dari kurir. Metode pembayaran COD bisa dilakukan antara lain *Shopee Express*, *J&T*

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Express, *ID Express*, dan pengiriman luar negeri. Pada pengiriman *Shopee Express* dan *ID Express* dilindungi asuransi.

3) *Cashback* dan *Voucher*

Cashback dan *Voucher* menjadi salah satu fitur layanan yang diberikan shopee untuk penggunanya dengan cara memberikan potongan saat pembelian barang. Ada dua jenis *cashback* di Shopee yaitu melalui *ShopeePay* dan Shoppe koin.

4) Shopee Koin

Shopee koin adalah *reward* yang diberikan Shopee pada pengguna sat mendapatkan *voucher cashback*, *review* barang yang sudah dibeli, atau saat anda bermain Shopee game. Jumlah koin yang didapatkan dalam shopee koin bisa gunakan untuk memotong biaya pembayaran saat membeli barang barang.

5) Shopee Pinjam

Fitur terbaru dari shopee yang baru di tahun 2020 adalah shopee pinjem yang menyediakan limit kredit untuk pinjaman uang tunai untuk digunakan tujuan tertentu.

Besaran limit kreditnya tergantung dengan penilaian atau *credit scoring*, dan *customer due diligence* yang dilakukan oleh pihak pemberi pinjaman.[45]

[45] Narmadi.com, "Profil, Sejarah & Struktur Organisasi Perusahaan Shopee", Profil, Sejarah & Struktur Organisasi Perusahaan Shopee - idNarmadi. Diakses pada 12 Juni 2024

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh layanan *ShopeeFood* terhadap peningkatan penjualan pada usaha kuliner di Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, dalam perspektif ekonomi syariah, dapat disimpulkan bahwa:

1. layanan *ShopeeFood* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kecamatan Tampan. Variabel-variabel seperti Saluran Komunikasi, Waktu, dan Sistem Sosial secara kolektif berkontribusi dalam meningkatkan penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa integrasi layanan *ShopeeFood* dalam strategi pemasaran dan operasional usaha kuliner dapat memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan omzet dan pertumbuhan bisnis kuliner di wilayah tersebut.
2. Dari perspektif ekonomi syariah, layanan *ShopeeFood* memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kecamatan Tampan. Analisis menunjukkan bahwa penggunaan *ShopeeFood* membantu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki hubungan dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan pada keadilan, transparansi, dan kebermanfaatan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, integrasi layanan *ShopeeFood* tidak hanya meningkatkan kinerja

bisnis tetapi juga mempromosikan praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan sesuai dengan prinsip syariah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Optimalisasi Penggunaan Layanan *ShopeeFood*

   Pelaku usaha kuliner di Kecamatan Tampan disarankan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur yang ditawarkan oleh *ShopeeFood*. Ini mencakup promosi melalui media sosial, iklan online, dan program loyalitas pelanggan. Dengan memanfaatkan sepenuhnya platform ini, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka secara signifikan.

2. Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Layanan *ShopeeFood*

   Bagi pelaku usaha yang sudah menerapkan layanan ShopeeFood sesuai dengan prinsip syariah penting untuk selalu mempertahankannya. Ini termasuk menjaga keadilan, transparansi, dan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Dengan demikian, usaha kuliner dapat berkembang secara berkelanjutan dan etis, sejalan dengan nilai-nilai syariah.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2016. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada

Abu Bakar Jabir Al-Jazairi, Tafsir Al-Qur‟an Al-Aisar, Darus Sunnah Press, Cetakan keenam, Juni 2015, Jilid 1, Hlm. 470

Agus Sucipto, Studi Kelayakan Bisnis (Analisis Inteegrstif fsn Studi Kasus),

(Malang: Uin Maliki Press, 2011)

Agent Shopee Food Kota Pekanbaru

Anggiani, Sarfilianty, "Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan: Edisi Kedua (jakarta. Prenadamedia Group,2018)

Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2018)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) " *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang"*, https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Bisnis.com%2C%20JAKARTA%20%2D%20Survei,yang%20sebesar%20275.773.901%20jiwa, diakses pada tanggal 10 November 2023

Al-Farran, Syaikh Ahmad Musthafa, Tafsir Imam Syafi'i menyelami ke dalam Kandungan Al Quran (Jakarta: PT. Al Mahira, 2008), jilid 2

Azuar, Juliandi. Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis. (Medan: M2000, 2013)

Az-zahra, Handira Nurul, Vadilla Aries Tantya, and Nurliana Cipta Apsari. "Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro." *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)* 2, no. 2 (2021): 156.

BINUS. "Uji Heteroskedastisitas." *Web* (2008): 151–152. http://repository.unpas.ac.id/32933/7/BAB III.pdf.

Chatamar Rasjid Ais. (2011).Pokok-Pokok Hukum Persaingaan Usaha Di Indonesia. Jakarta : Kencana (16) Diadona. "Pengertian UMKM menurut Undang-undang

Chol, J., & Shadily, H. (2000). Kamus Inggris-Indonesia. Jakarta: Gramedia

Pustaka Utama

Diadona. “Pengertian UMKM menurut Undang-undang”. https://www.diadona.id/career/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-dan-undang-undang-yang-harus-dipahami-sebagai-pebisnis-200710y.html (diakses pada 06 Juni 2024)

Dwi Hadya Jayani. "Persaingan Bisnis Pesan Makanan Semakin Sengit" , https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/600a4fc71b528/persaingan-bisnis-pesan-makanan-semakin-sengit¸ diakses pada tanggal 10 November 2023

Detik Hikmah, “Pemimpin yang Adil dalam Hadits Nabi, Ini Keutamaan dan Kriterianya”. https://www.detik.com/hikmah/doa-dan-hadits/d-7190236/pemimpin-yang-adil-dalam-hadits-nabi-ini-keutamaan-dan-kriterianya. Diakses pada 17 Juni 2024

Fajriah Salsabia, Rafika Rahmawati, “Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood Dan *ShopeeFood*,” Jurnal Lembaga Penelitian Dan Pengebdian Masyarakat Vol. 3. No 2, Universitas Islam “45”, Bekasi, 42

Faskawaty Simarmata et al., “Pengaruh Pemanfaatan Layanan Shopee Food Bagi Pelaku Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19,” Prosiding Serina 1, no. 1 (2021): 2099–2106.

Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gramedia Blog. Pendiri Shopee dan Kisah Perjalanan Karirnya, https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/. Diakses pada 23 Mei 2024.

Hapsari, Dwi. “Analisis Harga Saham Sebagai Dampak Dari Arus Kas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Laba Bersih (Survei Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2017)” (2019): 1–84.

Handira Nurul Az-zahra, Vadilla Aries Tantya, and Nurliana Cipta Apsari, “Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro,” *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)* 2, no. 2 (2021)

Ilson Simamora, “Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Porfitabel”, (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama), 2015

Idetesis.com. “Teori Difusi Inovasi (Diffusion Innovations), 2024, https://idtesis.com/20-grand-teori-yang-umum-digunakan-di-dalam-

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penelitian-strategi-pemasaran/

Khayranil Ula, "Teori Difusi Inovasi Dalam Persfektif Islam," *Journal of Communication Studies* 1, no. 1 (2023): 60–69

"Konsep Dasar Bisnis Kuliner", https://wartawirausaha.com/2013/02/konsep-dasar-bisnis-kuliner/ (di akses pada 30 November 2023)

Muntaha, Neca Gemelia, and Alfauzan Amin. "Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi." *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 2548–2554.

Muhammad Idrus, Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009),

Muhammad Iqbal Hasan, Pokok-pokok Materi Metedologi Penelitian dan Aplikasinya,

(Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002),

Neca Gemelia Muntaha and Alfauzan Amin,

Narmadi.com, "Profil, Sejarah & Struktur Organisasi Perusahaan Shopee", Profil, Sejarah & Struktur Organisasi Perusahaan Shopee - idNarmadi. Diakses pada 12 Juni 2024

"Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi," Jurnal Pendidikan dan Konseling 5, no. 2 (2023): 2548–2554.

Ulva Hasdiana " TEORI MEDIA/TEORI DIFUSI INOVASI" " no.1 (2018):1-5

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Boston: P*earson Education*, 2020)

Rachmat Syafe'i, Fiqh Mu'amalah, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014),

Rifani, R A. "Implementasi Layanan Food Delivery Bagi Penjualan UMKM Makanan Dan Minuman Di Kota Parepare." *YUME: Journal of Management* 5, no. 3 (2022): 486–491. https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/3382%0A https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/download/3382/2211.

Raharjo, S. (2014). Uji Multikolinearitas Dengan Melihat Nilai Tolerance Dan VIF SPSS. https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html

Samhis Setiawan " Pengertian Penjualan, Jenis, Tujuan, Faktor, Pasar, Para Ahli"

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Guru Pendidikan, Diakses Pada Tanggal 21 Agustus 2020

Simarmata, Faskawaty, Rahayu Novita Lesmana, Putri Rusdiana Sari, and Arif Setiyawan. “Pengaruh Pemanfaatan Layanan Shopee Food Bagi Pelaku Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19.” *Prosiding Serina* 1, no. 1 (2021): 2099–2106.

Suparman, Dadang. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri).” *Jurnal Ekonomedia* Vol. 07 No, no. 2 (2018): 2.

Sugiono, “ METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND”, edisi 1 (Bandung:2019)

Suharsimi Arikunto, Dasar-Dasar Research, (Tarsoto: Bandung,) 2020, h.58

Swastha, Basu. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Revisi, Penerbit Andi, 2020, h.112

“Shopee”, Wikipedia Indonesia, https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee#:~:text=5%20Referensi,Sejarah,toko%20daring%20untuk%20brand%20ternama. Diakses pada 12 Juni 2024

“Tarif Shopee Food Terbaru”. https://www.driverojol.com/2022/06/tarif-ongkir-shopee-food-per-km.html (di akses pada tanggal 25 November 2023)

Taherdoost, Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. SSRN Electronic Journal, 2018, September. https://doi.org/10.2139/ssrn.3205040

Ula, Khayranil. “Teori Difusi Inovasi Dalam Persfektif Islam.” *Journal of Communication Studies* 1, no. 1 (2023): 60–69.

Wddy Abdurrachman. *Pekan Riset Sawit Indonesia 2022 Ringkasan Hasil Penelitian*. *Peneliti Grant Riset Sawit K20 Dan K21*. Jakarta Pusat: Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit, 2022.

QURAN TAZKIA.” Hadits - Perdagangan (Tijarah)”. https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/40. Diakses pada 17 Juni 2024

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KUESIONER PENELITIAN

"PENGARUH LAYANAN *SHOPEEFOOD* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"

Kepada :

Bapak/Ibu yang terhormat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya Suci Delfi Yanti Mahisiswa Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi untuk meraih gelar S1 pada program studi Ekonomi Syariah, penelitian bertujuan untuk mengetahui data tentang pengarauh layanan *shopeefood* terhadap peningkatan penjualan pada usaha kuliner di kecamatan tampan kota pekanbaru di tinjau menurut ekonomi syariah. Sehubungan dengan hal ini responden diharapkan berkenan memberikan data dengan jujur dan sebenarnya demi kelancaran penelitian ini. Peneliti bersedia untuk menjamin kerahasiaan data jika tidak layak untuk dipublikasikan karena data adalah untuk kepentingan ilmiah.

Atas partisipasi dan kerjasamanya peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Suci delfi Yanti

12020521174

Nomor Responden :

1. IDENTITAS REPONDEN

Nama Responden :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Umur :

Nama Usaha :

Jabatan :

2. VARIABEL PENELITIAN

Mohon untuk memberikan tanda √ pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS =Sangat Tidak Setuju

Simbol	Kategori	Nilai / Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	Penilaian				
	Variabel Y	SS	S	KS	TS	STS
1	Omzet penjualan meningkat.					
2	Jumlah pelanggan meningkat.					
3	Adanya perluasan usaha.					
4	Adanya peningkatan sarana prasarana.					

No	Pernyataan	Penilaian				
	Variabel X1	SS	S	KS	TS	STS
1	Penggunaan iklan cetak (seperti brosur atau pamflet) efektif dalam menarik perhatian pelanggan.					
2	Kehadiran saya di *platform online* seperti *ShopeeFood* membantu saya menjangkau pelanggan yang lebih luas.					
3	Saya aktif berinteraksi dengan pelanggan saya melalui fitur pesan atau tanggapan langsung di platform *ShopeeFood*.					
4	Saya secara rutin mengupdate menu atau promosi spesial saya di *platform online* saya untuk menarik perhatian.					

No	Pernyataan	Penilaian				
	Variabel X2	SS	S	KS	TS	STS
1	Perubahan musiman (misalnya, musim liburan) ternyata kurang efektif.					
2	Jam operasional yang fleksibel, terutama pada malam hari, meningkatkan jumlah pelanggan yang datang.					
3	Saya menggunakan data historis pesanan untuk menentukan jam operasional terbaik dan mengoptimalkan stok persediaan.					
4	Saya mencatat bahwa pesanan melalui *ShopeeFood* meningkat secara signifikan pada hari *weekend* dibandingkan dengan hari kerja.					

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

No	Pernyataan	Penilaian				
	Variabel X3	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memperhatikan dan merespons ulasan atau umpan balik dari pelanggan saya di *ShopeeFood* untuk perbaikan layanan saya.					
2	Interaksi positif dengan pelanggan membangun reputasi usaha kuliner saya.					
3	Aktif berpartisipasi dalam program atau acara promosi/ iklan yang diselenggarakan oleh *ShopeeFood* membantu meningkatkan visibilitas.					
4	Program loyalitas atau penawaran khusus efektif dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan.					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

OUTPUT SPSS

Uji Validitas X1

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	X1
x1.1	Pearson Correlation	1	,294*	,000	,091	,708**
	Sig. (2-tailed)		,017	1,000	,473	,000
	N	65	65	65	65	65
x1.2	Pearson Correlation	,294*	1	,168	-,075	,735**
	Sig. (2-tailed)	,017		,182	,553	,000
	N	65	65	65	65	65
x1.3	Pearson Correlation	,000	,168	1	,000	,294*
	Sig. (2-tailed)	1,000	,182		1,000	,017
	N	65	65	65	65	65
x1.4	Pearson Correlation	,091	-,075	,000	1	,399**
	Sig. (2-tailed)	,473	,553	1,000		,001
	N	65	65	65	65	65
X1	Pearson Correlation	,708**	,735**	,294*	,399**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,017	,001	
	N	65	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas X2

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	X2
x2.1	Pearson Correlation	1	,153	,091	,190	,584**
	Sig. (2-tailed)		,223	,472	,129	,000
	N	65	65	65	65	65
x2.2	Pearson Correlation	,153	1	,075	,062	,526**
	Sig. (2-tailed)	,223		,552	,622	,000
	N	65	65	65	65	65
x2.3	Pearson Correlation	,091	,075	1	,032	,482**
	Sig. (2-tailed)	,472	,552		,801	,000
	N	65	65	65	65	65
x2.4	Pearson Correlation	,190	,062	,032	1	,669**

	Sig. (2-tailed)	,129	,622	,801		,000
	N	65	65	65	65	65
X2	Pearson Correlation	,584**	,526**	,482**	,669**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	65	65	65	65	65

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas X3

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	X3
x3.1	Pearson Correlation	1	,282*	,294*	,070	,704**
	Sig. (2-tailed)		,023	,018	,578	,000
	N	65	65	65	65	65
x3.2	Pearson Correlation	,282*	1	,308*	,256*	,777**
	Sig. (2-tailed)	,023		,012	,039	,000
	N	65	65	65	65	65
x3.3	Pearson Correlation	,294*	,308*	1	-,017	,609**
	Sig. (2-tailed)	,018	,012		,894	,000
	N	65	65	65	65	65
x3.4	Pearson Correlation	,070	,256*	-,017	1	,407**
	Sig. (2-tailed)	,578	,039	,894		,001
	N	65	65	65	65	65
X3	Pearson Correlation	,704**	,777**	,609**	,407**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	
	N	65	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,721**	,410**	,444**	,860**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000
	N	65	65	65	65	65
Y2	Pearson Correlation	,721**	1	,337**	,485**	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000		,006	,000	,000
	N	65	65	65	65	65

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y3	Pearson Correlation	,410**	,337**	1	,105	,540**
	Sig. (2-tailed)	,001	,006		,404	,000
	N	65	65	65	65	65
Y4	Pearson Correlation	,444**	,485**	,105	1	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,404		,000
	N	65	65	65	65	65
Y	Pearson Correlation	,860**	,857**	,540**	,729**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	65	65	65	65	65

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	65	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,282	4

Uji Reliabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	65	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,296	4

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Uji Reliabilitas X3

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	65	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,516	4

Uji Reliabilitas Y

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	65	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,744	4

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,15978190
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,083
	Negative	-,106
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067[c]

a. Test distribution is Normal.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,846	2,775		,305	,762		
	Saluran Komunikasi	,407	,144	,309	2,834	,006	,824	1,213
	Sistem Sosial	,255	,096	,289	2,652	,010	,827	1,210
	Waktu	,335	,157	,242	2,133	,037	,764	1,309

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Saluran Komunikasi	Sistem Sosial	Waktu
1	1	3,988	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,007	23,127	,04	,05	,96	,02
	3	,002	40,190	,03	,78	,02	,50
	4	,002	46,301	,93	,17	,02	,48

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Uji Heteroskedatisitas (Uji Glesjer)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,807	1,656		2,299	,025
	Saluran Komunikasi	-,136	,086	-,214	-1,590	,117
	Waktu	,084	,057	,197	1,467	,147
	Sistem Sosial	-,108	,094	-,162	-1,156	,252

a. Dependent Variable: ABS_RES

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Uji Regresi Analisis Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,846	2,775		,305	,762
	Sauran Komunikasi	,407	,144	,309	2,834	,006
	Waktu	,255	,096	,289	2,652	,010
	Sistem Sosial	,335	,157	,242	2,133	,037

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14,92	18,79	17,57	,951	65
Residual	-3,538	2,780	,000	1,160	65
Std. Predicted Value	-2,782	1,288	,000	1,000	65
Std. Residual	-2,978	2,340	,000	,976	65

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Uji Parsial (t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,846	2,775		,305	,762
	Sauran Komunikasi	,407	,144	,309	2,834	,006
	Waktu	,255	,096	,289	2,652	,010
	Sistem Sosial	,335	,157	,242	2,133	,037

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57,852	3	19,284	13,665	,000[b]
	Residual	86,086	61	1,411		
	Total	143,938	64			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan
b. Predictors: (Constant), Sistem Sosial, Waktu, Saluran Komunikasi

Uji Koefisien determinasi (R2)

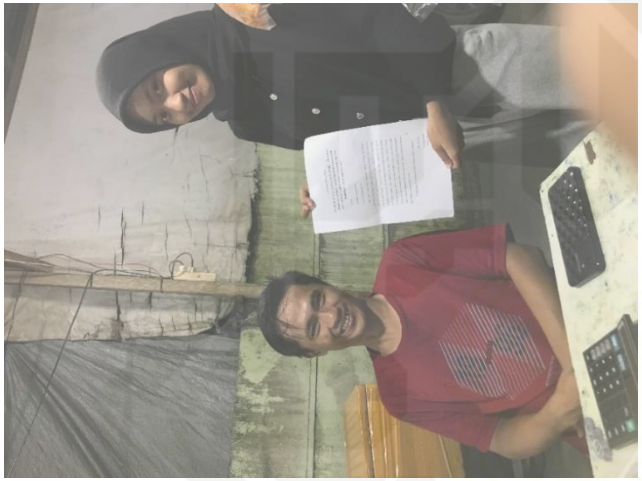
Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,634[a]	,402	,373	1,188
a. Predictors: (Constant), Sistem Sosial, Waktu, Saluran Komunikasi				
b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan				

Uji Koefisien Korelasi (r)

Correlations					
		Peningkatan penjualan	Saluran Komunikasi	Waktu	Sistem Sosial
Peningkatan penjualan	Pearson Correlation	1	,373**	,465**	,390**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,001
	N	65	65	65	65
Saluran Komunikasi	Pearson Correlation	,373**	1	,170	,352**
	Sig. (2-tailed)	,002		,177	,004
	N	65	65	65	65
Waktu	Pearson Correlation	,465**	,170	1	,380**
	Sig. (2-tailed)	,000	,177		,002
	N	65	65	65	65
Sistem Sosial	Pearson Correlation	,390**	,352**	,380**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,002	
	N	65	65	65	65
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

DOKUMENTASI

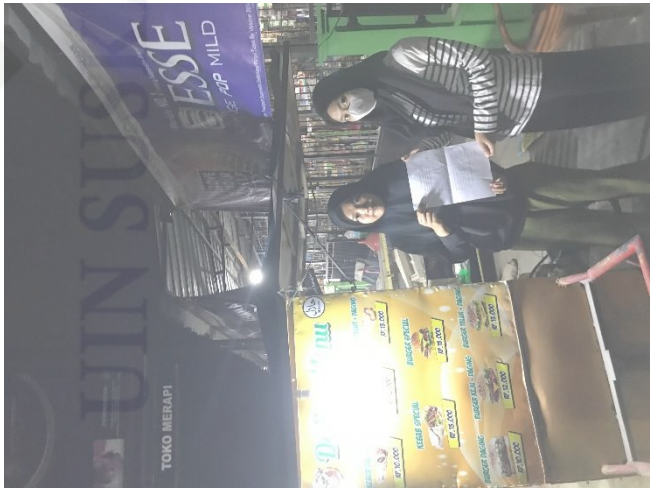


© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM
كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SHARIAH AND LAW
Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/3483/2024 Pekanbaru,18 Maret 2024
Sifat : Penting
Lampiran :
Hal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
1. Dr. Jonnius S.E,MM (Pemb I Materi)
2. Desi Devrika Devra, S.HI, M.Si (Pemb II Metodologi)

Dosen Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

اَلسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللهِ وَبَرَكَاتُهُ

Dengan Hormat,

Pimpinan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau menunjuk saudara sebagai Pembimbing Skripsi sebagai berikut :

Nama	SUCI DELFIYANTI
NIM	12020521174
Jurusan	Ekonomi Syariah S1
Judul Skripsi	Pengaruh Layanan Shopeefood Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Usaha Kuliner Di Kecematan Tampan Kota Pekanbaru
Lama Membimbing	Maksimal 6 bulan (18 Maret 2024 – 18 September 2024)
Ketentuan	1. Pembimbing diharuskan menerima surat penunjukan sebelum bimbingan dimulai. 2. Bimbingan dilaksanakan minimal 5 kali sesuai jumlah kolom kartu kontrol bimbingan skripsi. 3. Evaluasi akan dilakukan bila bimbingan tidak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

Demikian disampaikan atas kerjasama Saudara, terima kasih.

a.n. Dekan
Plt. Wakil Dekan I

Dr. Hj. Sofia Hardani, M.Ag
NIP. 19680530 199303 2 001

Tembusan:
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SHARIAH AND LAW
Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004 Telp/Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id, Email: fasih@uin-suska.ac.id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5810/2024 Pekanbaru,13 Juni 2024
Sifat : Biasa
Lampr : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada Yth.
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama	: SUCI DELFIYANTI
NIM	: 12020521174
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: VIII (Delapan)
Lokasi	: Kecematan Tampan Kota Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Layanan Shopeefood Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Usaha Kuliner Di Kecematan Tampan Kota Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan

Dr. Zulkifli, M . Ag
NIP.19741006 200501 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

BLANKO NILAI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa	Suci Delfi Yanti
NIM	12020521174
Program Studi	Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECEMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Nilai Huruf	Nilai Angka
A	85 – 100
A-	80 – 84
B+	75 – 79
B	70 – 74
B-	65 – 69
C+	60 – 64
C	55 – 59
D	50 – 54
E	0 – 49

NILAI	
Nilai Angka	**Nilai Huruf**
85	A

Pekanbaru, 19 Juni 2024
Dosen Pembimbing

(Dr. Jonnius, MM)
NIP. 19680616 201411 1 002

BLANKO NILAI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa	Suci Delfi Yanti
NIM	12020521174
Program Studi	Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECEMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Nilai Huruf		Nilai Angka
A	:	85 – 100
A-	:	80 – 84
B+	:	75 – 79
B	:	70 – 74
B-	:	65 – 69
C+	:	60 – 64
C	:	55 – 59
D	:	50 – 54
E	:	0 – 49

NILAI	
Nilai Angka	**Nilai Huruf**
85	A

Pekanbaru, 19 Juni 2024
Dosen Pembimbing

(Desi Devrika Devra,S.HI.,M.Si)
NIP. 19731227 199402 2 001

UIN SUSKA RIAU
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 P E K A N B A R U
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/66843

TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : un.04/F.I/PP.00.9/5810/2024 Tanggal 13 Juni 2024**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama	:	**SUCI DELFIYANTI**
2. NIM / KTP	:	12020521174
3. Program Studi	:	EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	**PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**
7. Lokasi Penelitian	:	KECAMATAN TAMPAN, KOTA PEKANBARU, RIAU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 14 Juni 2024

Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DPM PTSP

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI RIAU

Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :
1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
   Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

RIWAYAT PENULIS

Suci Delfi Yanti, lahir di Air Tiris, 08 Maret 2002. Anak ke dua dari tiga bersaudara ini merupakan Puteri dari pasangan bapak Zulfian dan ibu Nuraliya. Penulis telah menyelesaikan pendidikan formalnya di Sekolah Dasar Negeri 001 Kabun (2014), Madrasah Tsanawiya dan Madrasah Aliyah Pondok Pesantren As-Salam Naga Beralih Air Tiris Kampar (2020). Setelah lulus dari bangku Madrasah Aliyah, melalui jalur SPANPTKIN penulis melanjutkan pendidikannya ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum.

Selama menjadi mahasiswa, dalam rangka mengaplikasikan ilmu/teori yang telah dipelajari selama dibangku kuliah. Maka penulis melakukan kegiatan magang di PT. Phintraco Sekuritas Pekanbaru, selama enam minggu. Penulis pun juga aktif dalam mengikuti berbagai kegiatan seminar nasional maupun internasional dalam rangka ingin membangun relasi, penulis juga aktif dalam kegiatan berorganisasi seperti : Studi Club Ekonomi Islam (SCEI).

Pada hari Selasa, 09 Juli 2024 **,** Alhamdulillah penulis dinyatakan LULUS jenjang strata satu (S1) dengan menggandeng gelar sarjana ekonomi (S.E) berprediket Cum Laude dengan judul skripsi "*PENGARUH LAYANAN SHOPEEFOOD TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"*