

RINGKASAN

Penelitian ini menganalisis perbandingan pendapatan sebelum dan sesudah menjadi mitra Go-Food, menganalisis perbandingan keuntungan sebelum dan sesudah menjadi mitra Go-Food dan menganalisis prospek usaha yang menjadi mitra Go-Food di Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan studi kasus di Kota Purwokerto sebagai subjek penelitian. Populasi penelitian ini adalah usaha kuliner yang menjadi mitra Go-Food di Kota Purwokerto. Probabilitas sampel digunakan sebagai metode pengambilan sampel karena keseluruhan populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel. Selanjutnya, teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji z.

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan dan keuntungan setelah bergabung menjadi mitra Go-Food serta prospek usaha meningkat setelah menjadi mitra Go-Food. Mengacu pada kesimpulan ini, dapat diimplikasikan bahwa sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan, keuntungan serta prospek usaha kuliner yang bergabung menjadi mitra Go-Food dapat dilakukan dengan menjaga sinergi yang sudah bagus. Prospek bisnis dengan menjadi mitra Go-Food sangat menguntungkan karena mayoritas masyarakat dapat dengan mudah mengakses aplikasi Go-Food yang berdampak pada tingkat penjualan yang meningkat.

Kata Kunci: Kuliner, Pendapatan, Keuntungan, Prospek Bisnis, Mitra Go-Food

SUMMARY

This research was to analyze the comparison of revenue before and after being a Go-Food partner, analyzing the comparison of profits before and after being a Go-Food partner and analyzing the business prospects of Go-Food partners in Purwokerto. This type of research is quantitative by using a case study in Purwokerto City as the subject of research. The population of this study is a culinary business that is a partner of Go-Food in Purwokerto City. The probability of the sample is used as a sampling method because overall respondent in this study is sampled. Furthermore, the data analysis technique in this study uses the z test.

Based on data analysis it can be concluded that there are differences in revenue and profits after being Go-Food partners and business prospects increased after being a Go-Food partner. Referring to this conclusion, it can be implied that as an effort to increase the income, profits and prospects of culinary business who joining Go-Food partner can be done by maintaining a good synergy. The business prospect of being a Go-Food partner is very profitable because the majority of the public can easily access the Go-Food application which has an impact on increasing sales levels.

Keywords: Culinary, Incomes, Profits, Business Prospects, Go-Food Partners