

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang terjadi belakangan ini berdampak buruk bagi sektor ekonomi di Indonesia. Salah satu sektor yang terdampak dengan adanya Covid-19 ialah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang juga mengakibatkan penurunan perekonomian nasional. Padahal usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional serta merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Pandemi global berdampak pada ketidakstabilan perekonomian terutama pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor kuliner (Amri, 2020).

Kuliner adalah hasil olahan pangan berupa makanan, lauk pauk, dan minuman yang diolah sedemikian rupa untuk metabolisme tubuh manusia. Oleh karena itu, usaha kuliner sangat dibutuhkan karena manusia selalu membutuhkan makanan (Ariansyah *et al.*, 2020). Kuliner terdiri dari kuliner olahan pangan nabati dan olahan pangan hewani. Panuhun (2012) mengungkapkan pangan hewani lebih berkualitas karena mempunyai komposisi asam amino yang lengkap. Kandungan pada pangan hewani selain mengandung protein yang tinggi juga mengandung berbagai zat gizi mineral yang tinggi (kalsium, zat besi, *zinc*, dan selenium), dan vitamin B12. Kuliner dari olahan pangan hewani yang mudah didapatkan adalah ayam geprek dan bakso. Kemudahan dalam mendapatkan ayam geprek dan bakso dikarenakan menu tersebut populer di kalangan masyarakat dan banyak diminati sehingga banyak UMKM kuliner yang menjualnya. Aplikasi layanan pesan antar makanan GoFood juga menunjukkan bahwa mayoritas menu terfavorit adalah ayam geprek dan bakso.

Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan jumlah UMKM pada Tahun 2019 mencapai 65,5 juta yang mampu menyerap 96,92% dari total tenaga kerja yang ada dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 60,51%. Thaha (2020) menyatakan sebanyak 1.785 koperasi yang sebagian besar bergerak di bidang kebutuhan sehari-hari dan 163.713 pelaku UMKM sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang paling terdampak pandemi Covid-19.

Dunia usaha Lampung saat ini didominasi oleh usaha yang tergolong dalam Usaha Mikro Kecil (UMK). Hasil sensus ekonomi Tahun 2016 (SE2016) lanjutan oleh Badan Pusat Statistika, Tahun 2017 menunjukkan jumlah UMK mencapai 770 ribu usaha atau mencapai 99,17 persen dari total usaha di Lampung. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar penduduk Lampung bekerja pada usaha mikro dan kecil, di seluruh kabupaten/kota tanpa terkecuali. Persentase usaha mikro kecil menurut sektor dominan dan Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung pada Tahun 2017 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Persentase Usaha Mikro Kecil (UMK) Menurut Sektor Dominan dan Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung Tahun 2017

Kabupaten/Kota	Persentase UMK di setiap Kabupaten /Kota	Persentase UMK menurut Kabupaten /Kota	Persentase UMK menurut sektor perdagangan	Persentase UMK menurut sektor akomodasi makan minum	Persentase UMK menurut sektor industri pengolahan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Lampung Barat	99,40	3,15	3,58	2,18	1,76
Tanggamus	99,69	6,49	7,34	4,11	6,11
Lampung Selatan	99,31	10,64	10,89	10,41	10,51
Lampung Timur	99,61	14,37	14,62	11,07	20,47
Lampung Tengah	99,41	14,85	15,00	13,84	16,51
Lampung Utara	99,45	7,02	7,64	6,73	4,51
Way Kanan	99,72	4,60	5,30	3,77	3,27
Tulang Bawang	98,93	4,35	4,51	4,79	3,29
Pesawaran	99,71	5,28	5,80	3,86	4,95
Pringsewu	99,26	5,15	4,67	4,07	10,48
Mesuji	99,36	2,13	2,27	2,42	1,70
Tulang Bawang Barat	99,40	2,70	2,85	2,86	2,29
Pesisir Barat	99,51	1,37	1,43	1,12	1,13
Bandar Lampung	97,82	14,90	11,64	24,43	9,91
Metro	98,18	3,00	2,46	4,33	3,09
Total	99,17	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistika, 2019

Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi, menjadi pusat pergerakan ekonomi di Provinsi Lampung. Tabel 1 menunjukkan jumlah UMK di Kota Bandar Lampung mencapai 14,90 persen dari 15 kabupaten/kota yang ada di Provinsi Lampung. Posisi kedua dan ketiga diperoleh Kabupaten Lampung Tengah dan Kabupaten Lampung Timur yaitu masing masing sebesar 14,85 persen dan 14,37 persen. Jumlah UMK terkecil berada di Kabupaten Pesisir Barat yaitu sebesar 1,37 persen.

Jika dilihat dari lapangan usahanya, kegiatan usaha perdagangan merupakan usaha yang paling banyak diminati masyarakat dalam Usaha Mikro Kecil. Hasil SE2016-Lanjutan diketahui bahwa 57,54 persen UMK di Lampung bergerak pada sektor Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor. Bahkan 6 dari 15 kabupaten/kota di Lampung memiliki UMK sektor perdagangan lebih dari 60 persen. Selain usaha perdagangan, UMK yang dipilih masyarakat dalam mengusahakan pendapatannya adalah usaha akomodasi makan minum dan industri pengolahan, yaitu masing-masing 12,25 persen dan 11,52 persen dari seluruh UMK di Lampung. UMK kategori Akomodasi Makan Minum terbanyak terdapat di Kota Bandar Lampung yaitu sekitar 20 ribu usaha (24 persen). Sebagai kota yang memiliki persentase tertinggi UMK kategori akomodasi makan minum di Lampung pada Tahun 2017 dan tentunya akan semakin berkembang, Kota Bandar Lampung pasti terkena dampak yang signifikan dari adanya pandemi Covid-19 yang tengah menyerang.

Adanya Covid-19 membuat pemerintah menetapkan berbagai peraturan untuk meminimalisir penyebaran Covid-19, mulai dari *lockdown*, *social distancing*, dan *physical distancing*. Akibat kasus masyarakat yang terkena Covid-19 terus mengalami kenaikan yang sangat cepat, pemerintah menetapkan Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 berkenaan dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Setelah pemberlakuan PSBB, pemerintah menerapkan kebijakan PPKM (Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). PSBB berdampak pada seluruh bidang industri, sektor pendidikan, layanan publik, seluruh tempat ibadah, pusat perbelanjaan, rumah makan, serta tempat wisata terpaksa dihentikan (Misno *et al.*, 2020).

Ariansyah *et al.* (2020) mengungkapkan kebijakan PSBB berdampak pada proses penjualan dan pembelian produk usaha kuliner, yang biasanya pembeli hanya bisa membeli dan mengambil secara langsung pesannya, tetapi sekarang dilakukan menggunakan jasa transportasi *online*. Aturan PSBB pada masa pandemi Covid-19 berdampak pada penurunan pendapatan hingga penutupan usaha (Amri, 2020). Kondisi ini mengharuskan pelaku usaha kuliner menerapkan digitalisasi pada setiap kegiatan jual beli dan interaksi lainnya. Kemampuan teknologi dan inovasi serta kreativitas pengusaha diperlukan dalam membaca

peluang yang ada seperti dalam aspek distribusi produk (Chaerani *et al.*, 2020). Salah satu solusi alternatif yang dapat digunakan pelaku usaha kuliner adalah layanan *online food delivery* yang ditawarkan oleh aplikasi Grab dan GoJek (Suryadi dan Ilyas, 2018).

Anwar (2017) menyatakan dengan penggunaan layanan transportasi *online*, pengantaran makanan oleh UMKM sektor kuliner dapat lebih mudah dan praktis, sehingga memperbesar jangkauan sasaran konsumen. Hasil temuan studi empiris Laksamana dan Giovanni (2019); Sari dan Yuedrika (2019) transportasi *online* sangat membantu pengusaha dalam mendistribusikan makanan ke pelanggan, meningkatkan pendapatan UMKM sektor kuliner melalui berbagai layanan dengan aplikasi ojek *online*. Berbagai kemudahan yang dirasakan oleh UMKM sektor kuliner setelah menggunakan layanan *online food delivery* diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pada masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu diperlukan analisis pendapatan UMKM kuliner yang telah menggunakan layanan *online food delivery*.

Wardiningsih (2021) menyatakan bahwa faktor–faktor yang mempengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner partner GoFood di Kota Solo adalah jam kerja operasional, jumlah order, dan biaya produksi. Penelitian yang telah dilakukan Indraswari dan Kusuma (2018) faktor harga, jam operasional, dan jumlah order berpengaruh terhadap pendapatan pemilik usaha rumah makan yang menggunakan aplikasi GoFood. Oktaviana *et al.* (2021) mengatakan bahwa modal, biaya produksi, jumlah tenaga kerja dan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Mustofa dan Arief (2021) mengatakan bahwa modal, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kelurahan Bubutan Kota Surabaya.

Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Wardiningsih (2021), Indraswari dan Kusuma (2018), Oktaviana *et al.* (2021), serta Mustofa dan Arief (2021) menunjukkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis mengenai faktor–faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung untuk melihat apakah faktor harga,

lama jam operasional, jumlah order, tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

1.2 Tujuan

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik pengusaha UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung.
2. Menganalisis pendapatan UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung.

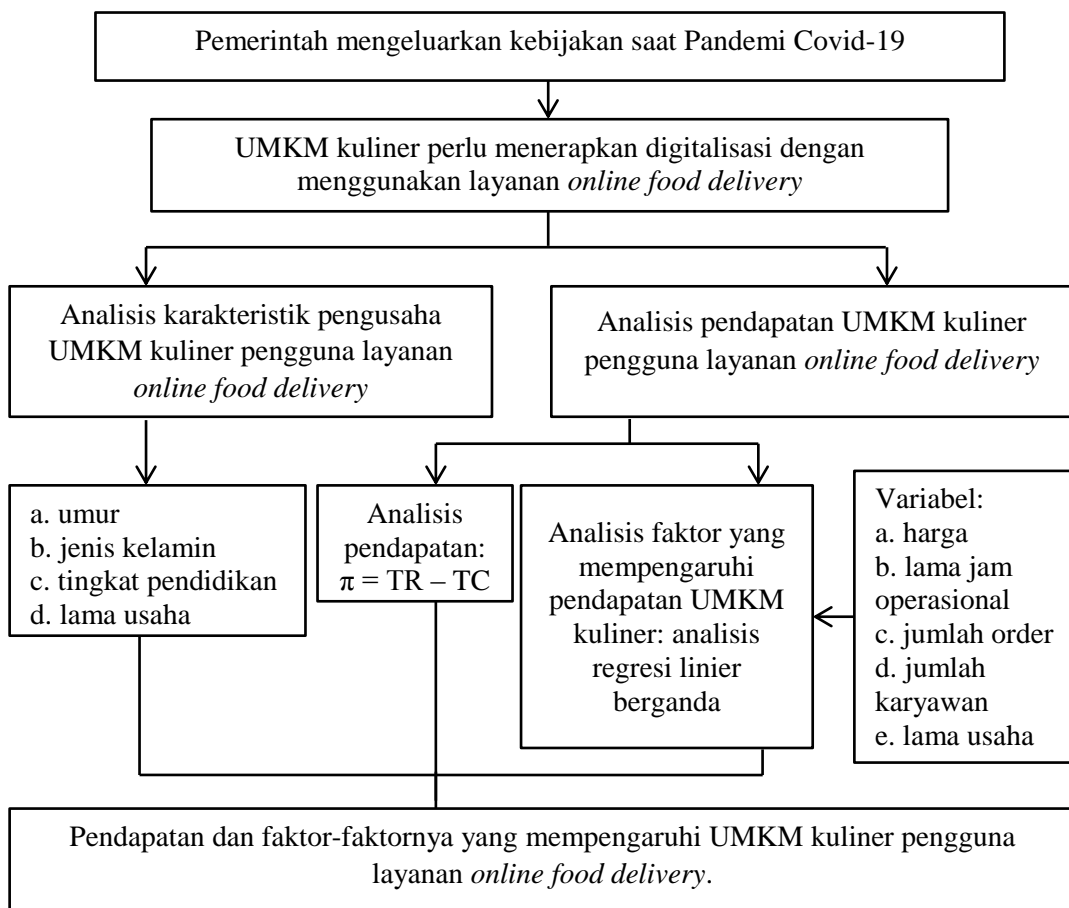
1.3 Kerangka Pemikiran

Pandemi Covid-19 menyebabkan ketidakstabilan perekonomian terutama pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor usaha kuliner makanan. Padahal usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional serta merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Badan Pusat Statistika pada Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) Lanjutan menyatakan UMK kategori Akomodasi Makan Minum terbanyak terdapat di Kota Bandar Lampung yaitu sekitar 20 ribu usaha (24 persen). Sebagai kota yang memiliki persentase tertinggi UMK kategori akomodasi makan minum di Lampung pada Tahun 2017 dan tentunya akan semakin berkembang, Kota Bandar Lampung pasti terkena dampak yang signifikan dari adanya pandemi Covid-19 yang tengah menyerang.

Akibat adanya Covid-19 membuat pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan, salah satunya adalah kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang menjadikan seluruh kegiatan yang awalnya dilakukan di luar rumah harus dilakukan di dalam rumah, mulai dari bekerja, belajar, hingga berbelanja. Hal ini menyebabkan penurunan bahkan penutupan usaha oleh UMKM kuliner. Sehingga pelaku usaha kuliner khususnya di Kota Bandar Lampung perlu menerapkan digitalisasi pada setiap kegiatan jual beli dan interaksi lainnya. Salah

satu langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha kuliner adalah dengan menggunakan layanan pesan antar makanan secara *online* yang ditawarkan oleh aplikasi GoJek agar usaha tetap berjalan dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Oleh karena itu diperlukan analisis terhadap pendapatan UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung. Selanjutnya diperlukan juga penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung. Faktor-faktor yang dianalisis dalam penelitian ini adalah harga, lama jam operasional, jumlah order, jumlah karyawan, dan lama usaha dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Analisis Pendapatan dan Faktor – faktor yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Pengguna Layanan *Online Food Delivery* di Kota Bandar Lampung

1.4 Hipotesis

Hipotesis tugas akhir adalah jawaban sementara atas suatu persoalan yang masih perlu dibuktikan kebenarannya dan harus bersifat logis, jelas, dan dapat diuji. Berdasarkan uraian di latar belakang, maka beberapa hipotesis dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

H_0 : harga, lama jam operasional, jumlah order, jumlah karyawan, dan lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung.

H_1 : harga, lama jam operasional, jumlah order, jumlah karyawan, dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung.

1.5 Kontribusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Politeknik Negeri Lampung dapat bermanfaat sebagai referensi atau sumber informasi, serta pengembangan ilmu yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya mengenai penggunaan layanan *online food delivery* oleh pengusaha UMKM di bidang kuliner.
2. Bagi pengusaha UMKM dan pembaca umum dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan terkait penggunaan layanan *online food delivery* terutama oleh pengusaha UMKM di bidang kuliner sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai strategi pengembangan usaha.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) merupakan aktivitas usaha yang didirikan oleh masyarakat, baik berbentuk usaha perorangan maupun badan usaha (Ulfah, 2016). UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi dalam perekonomian di Indonesia.

Undang–undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menyebutkan definisi UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang–undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Kriteria dari usaha mikro, kecil, dan menengah menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 dalam pasal 6 bab IV adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria usaha kecil antara lain sebagai berikut:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Lestari (2020) menyatakan bahwa jenis-jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha kuliner
Salah satu jenis usaha yang dilakukan seseorang yang bergerak dibidang makanan. Bisnis kuliner tergolong bisnis yang mudah dilakukan karena hanya menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman tanpa melalui tahap promosi.
- 2) Usaha bidang *fashion*
Bisnis yang dapat memberikan keuntungan besar karena sampai kapanpun *fashion* akan tetap menjadi kebutuhan banyak orang.
- 3) Usaha bidang pendidikan
Usaha dibidang pendidikan merupakan salah satu jenis UMKM yang masih sangat terbuka peluangnya. Sebagaimana saat ini bahwa pendidikan sangat menjadi prioritas.

- 4) Usaha bidang otomotif
Salah satu membuka usaha di bidang otomotif bisa menjadi pilihan yang tepat bagi pemilik usaha. Usaha yang dilakukan dengan membuka toko penjualan *spare part*, atau membuka jasa pencucian motor dan mobil, atau perlengkapan *safety riding* misalnya helm, jaket dan sarung tangan berstandar SNI.
- 5) Usaha agrobisnis
Bisnis berbasis usaha pertanian atau bidang lain yang mendukungnya.
- 6) Usaha bidang teknologi internet
Usaha yang berbagai jenis informasi dan konten-konten yang informatif dan menghibur yang diperoleh melalui internet.
- 7) Usaha kerajinan tangan
Usaha ini hanya membutuhkan modal kreativitas dan inovasi.
- 8) Usaha elektronik dan gadget
Jenis usaha dengan adanya perangkat canggih pendukung teknologi.

Sedangkan menurut Artini *et al.* (2019) beberapa jenis-jenis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha kuliner
Usaha yang bergerak dalam bidang kuliner seperti menjual makanan maupun bahan baku pembuatan makanan.
- 2) Usaha *fashion*
Usaha yang bergerak dibidang *fashion* melingkupi penjualan dan pembuatan pakaian, alas kaki, topi hingga aksesoris.
- 3) Usaha agribisnis
Usaha dengan penjualan dan produksi pertanian serta perkebunan, antara lain pupuk, hasil tani, hasil kebun, dan bibit tanaman.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bidang kuliner memiliki beberapa keuntungan dan kelemahan. Keuntungan dan kelemahan UMKM kuliner menurut Hidayatullah *et al.* (2018) adalah sebagai berikut:

Keuntungan berbisnis kuliner:

- a. Terdapat banyak ragam kuliner yang dapat dipilih
- b. Modal tidak perlu besar

- c. Inovasi produk dapat dilakukan dengan mudah
- d. Makanan menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia

Kelemahan berbisnis kuliner :

- a. Masa kadaluarsa yang singkat
- b. Harga bahan baku yang berubah-ubah
- c. Makanan yang sudah dingin, mengeras, atau bahkan bentuk rusak tidak disukai oleh konsumen

2.2 Layanan *Online Food Delivery*

Layanan pengiriman makanan *online* atau *online food delivery service* adalah *platform* layanan pengiriman makanan secara *online* yang menyatukan banyak restoran dan konsumen, sehingga dapat terhubung. Restoran yang menjadi mitra menampilkan menu pada *platform* untuk menarik lebih banyak konsumen dan konsumen dapat memesan makanan secara *online* dan mengirimkan ke lokasi yang ditentukan dalam waktu singkat (Lan *et al.*, 2016).

Online food delivery merupakan sebuah alternatif distribusi atau jaringan penyaluran sebuah produk. Baiknya penyaluran akan dapat menciptakan keunggulan yang kuat bagi suatu perusahaan. Dengan penyaluran ini akan membuat produk yang dapat mencapai sasaran pelanggan, yang akan membeli produk yang diinginkannya pada titik-titik pembelian yang mereka inginkan.

Maksud dari penggunaan saluran penyaluran ini adalah memberikan alat yang efisien guna penyampaian produk ke pelanggan. *Online food delivery* merupakan jenis saluran penyaluran secara tidak langsung. Dimana saluran penyaluran produk tidak seluruhnya dikendalikan perusahaan atau dengan kata lain GoFood atau GrabFood menjadi *broker* yaitu pihak yang menjadi perantara antara pembeli dan penjual. Apabila dilihat jumlah dari pihak yang menjadi perantara, *online food delivery* merupakan jenis *one level channel* dimana hanya terdapat satu perantara dalam satu saluran (Assauri, 2013)

Online food delivery service sebagai salah satu solusi alternatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen saat ini, sangatlah wajar jika pelaku bisnis mengadopsi aplikasi yang menyajikan fitur layanan ini. Saat ini, aplikasi yang menawarkan *online food delivery service* adalah Grab dan GoJek. Fitur yang

ditawarkan oleh GoJek dan Grab untuk memenuhi kebutuhan konsumen adalah fitur GrabFood dan GoFood, fitur ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh makanan dan minuman yang diinginkan dari berbagai pilihan restoran hanya melalui media *smartphone* tanpa harus mengunjungi toko makanan dan minuman tersebut.

Selain memberi kemudahan kepada konsumen, *online food delivery service* ini juga memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis, membantu untuk memberikan akses yang selebar-lebarnya kepada mereka yang ingin berinovasi kuliner tanpa modal yang besar. Pelaku bisnis khususnya pengusaha kuliner yang mengadopsi *online food delivery service*, tidak harus memiliki karyawan khusus dan kendaraan tersendiri untuk layanan pengantaran kepada konsumen. Sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk gaji karyawan, juga tidak memerlukan *space* atau tempat khusus dalam menggunakan layanan tersebut.

Adapun keunggulan menjadi partner GoFood dan GrabFood :

1. Promo biaya antar menggunakan Go-Pay untuk aplikasi GoJek
2. Memaksimalkan potensi bisnis; perluas potensi produk ke jutaan pengguna GoJek dan Grab yang siap dilayani oleh ratusan ribu *driver*
3. Posisi strategi pada aplikasi; berbagai fitur dan kategori dalam aplikasi GoFood dan Grab Food akan memudahkan restoran diakses oleh jutaan pengguna GoJek dan Grab
4. Akses ke pelanggan; melalui *marketing channel* GoFood dan GrabFood, *merchant* dapat menginformasikan berbagai produk unggulan langsung ke jutaan pengguna GoJek dan GrabFood
5. Promosi melalui aplikasi; tampilan menu-menu terbaik pada fitur aplikasi

2.3 Pendapatan

Indraswari dan Kusuma (2018) mengatakan bahwa pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Pendapatan dalam dunia usaha selalu

diperoleh dalam bentuk nominal uang. Selanjutnya uang tersebut dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pendapatan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dari hasil penjualan dengan mengharap keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah dicita-citakan.

Helmalia dan Afrinawati (2018) menyatakan bahwa pendapatan adalah nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut tidak menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode. Pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor-faktor produksi. Penerimaan adalah penerimaan produsen dalam bentuk uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi. Pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimiliki kepada sektor produksi. Dalam makro ekonomi, pendapatan adalah nilai barang dan jasa yang dihasilkan dalam satu tahun periode dalam suatu negara.

Pendapatan dapat disimpulkan sebagai jumlah yang diperoleh dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan yang dikurangi dengan biaya produksi. Pendapatan juga dapat diuraikan sebagai keseluruhan yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain. Setiap orang yang bekerja akan berusaha untuk memperoleh pendapatan dengan jumlah yang maksimum agar memenuhi kebutuhan hidupnya begitu juga dengan UMKM bidang kuliner. Rumus pendapatan adalah sebagai berikut.

$$\Pi = TR - TC$$

Keterangan :

- Π : Pendapatan atau Keuntungan
- TR : *Total Revenue* atau Total Penerimaan
- TC : *Total Cost* atau Total Biaya

2.4 Biaya

Biaya adalah semua pengeluaran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan produksi yang menghasilkan suatu produk. Biaya produksi adalah seluruh pengeluaran oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan (Sukirno, 2013). Biaya produksi adalah

keseluruhan biaya yang harus dikeluarkan produsen yang berhubungan dengan proses produksi, sebagai aktivitas utama untuk menghasilkan suatu produk. Biaya produksi atau *total cost* dalam analisis jangka pendek (*short run analysis*) sangat ditentukan oleh input-input produksi baik secara kuantitas maupun kualitas. Input produksi tersebut dapat memberikan konsekuensi pembiayaan bersifat tetap dan bersifat variabel (Sunarwo, 2013). Rumus biaya total adalah sebagai berikut.

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC : *Total Cost* (Biaya Total)

TFC : *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

TVC : *Total Variable Cost* (Biaya Variabel Total)

Biaya tetap total (*total fixed cost*) adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mendanai aktivitas produksi (tenaga tetap dan alat produksi tahan lama) sebagai faktor produksi tidak dapat di tambah jumlahnya. Besarnya biaya tetap tidak tergantung dari jumlah produksi yang dihasilkan, hanya akan berubah jika terjadi perubahan dalam jumlah atau harga tanah, tenaga kerja tetap, dan alat produksi tahan lama (Sukirno, 2013). Biaya tetap hanya ada dalam analisis jangka pendek, sedangkan dalam analisis jangka panjang semua biaya menjadi biaya variabel karena seluruh alat perusahaan mengalami perubahan. Contoh biaya tetap yaitu penyusutan peralatan dan mesin dengan metode perhitungan garis lurus (*straight line method*), yaitu nilai penyusutan sama besar dari tahun ke tahun atau dari bulan ke bulan, tergantung satuan waktu yang digunakan (Padangaran, 2013).

Biaya variabel total atau *total variabel cost* (TVC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam faktor produksi yang bersifat variabel atau dapat berubah-ubah sesuai dengan hasil produksi yang akan dihasilkan. Semakin banyak produk yang dihasilkan, maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan. Contohnya biaya bahan baku, bahan bakar, dan lain-lain (Sukirno, 2013).

2.5 Penerimaan

Kabai (2015) mengungkapkan penerimaan (*revenue*) adalah total pendapatan yang diterima oleh produsen berupa uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi. Penerimaan atau *revenue* merupakan hasil

yang diperoleh dari kegiatan usaha melalui perhitungan perkalian harga produk atau harga jual dengan jumlah produk yang diproduksi. Besarnya penerimaan dihitung dari besarnya jumlah output yang dihasilkan dikali dengan harga output. Semakin banyak jumlah produk yang dijual maupun semakin tinggi harga per unit produk maka penerimaan yang diterima akan semakin besar. Sebaliknya, jika jumlah produk yang dihasilkan semakin sedikit dan harga jualnya semakin rendah maka penerimaan yang diterima oleh produsen semakin kecil. Rumus penerimaan dapat dinyatakan sebagai berikut.

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR : *Total Revenue* (Penerimaan Total)
 P : *Price* (Harga)
 Q : *Quantity* (Kuantitas)

2.6 Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Kuliner Pengguna Layanan *Online Food Delivery*

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* adalah sebagai berikut:

1. Harga

Kotler dan Armstrong (2012) mengatakan dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Andi (2015) menyatakan harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan. Rasyid *et al.* (2012) mengungkapkan bahwa variabel harga jual dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pengumpul ayam potong di Kota Makassar. Indraswari dan Kusuma (2018) mengatakan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang.

2. Lama jam operasional

Jam operasional atau jam kerja adalah total waktu usaha atau jam kerja usaha yang digunakan oleh seorang pedagang di dalam berdagang. Semakin tinggi jam kerja atau jam operasional yang diberikan untuk membuka usaha maka probabilitas omset yang diterima pedagang akan semakin tinggi maka kesejahteraan akan pedagang akan semakin terpelihara dan dapat memenuhi kebutuhan keluarga pedagang tersebut. Lamanya jam operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang (Indraswari dan Kusuma, 2018).

3. Jumlah order

Jumlah order atau jumlah pesanan adalah banyaknya produk yang dipesan/dibeli oleh konsumen atau banyaknya jumlah produk yang dijual oleh penjual. Semakin banyak jumlah order maka akan meningkatkan pendapatan bagi pemilik usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Wardiningsih (2021) dan Indraswari dan Kusuma (2018) yang menyatakan bahwa jumlah order berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, sehingga apabila jumlah order meningkat maka pendapatan juga akan meningkat.

4. Jumlah karyawan

Pengertian karyawan dipersamakan dengan pengertian buruh, tenaga kerja/pekerja atau diistilahkan juga dengan sebutan sumber daya manusia (SDM). Sumber Daya Manusia dalam arti mikro secara sederhana menurut Simamora (2005) adalah manusia atau orang yang bekerja atau jadi anggota suatu organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain. Jumlah karyawan yang dipekerjakan dapat menggambarkan seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin banyak karyawan yang dipekerjakan maka skala perusahaan tersebut juga semakin besar. Semakin besar usaha yang dikelola maka pengusaha akan memperluas jangkauan pasar salah satunya dengan menggunakan layanan *online food delivery*. Salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan usaha adalah dengan peningkatan jumlah pekerja (Islam *et al.*, 2011). Mustofa dan Arief (2021) mengatakan bahwa jumlah tenaga kerja berpengaruh secara signifikan terhadap besarnya pendapatan pada derajat signifikansi 5%.

5. Lama usaha

Lama usaha dalam hal ini adalah lamanya suatu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berdiri atau umur dari UMKM semenjak usaha tersebut berdiri sampai pada saat selesainya kegiatan usaha (Arizali, 2013). Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, dimana pengalaman dapat mempengaruhi tingkat pengamatan seseorang dalam bertingkah laku. Semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar sehingga akan meningkatkan penjualan yang akan meningkatkan pendapatan usaha. Zulfikar (2020) menyatakan lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan para pedagang UMKM sektor kuliner di Kota Medan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Mustofa dan Arief (2021) juga menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kelurahan Bubutan Kota Surabaya.

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan yaitu pendapatan pengguna layanan pesan antar makanan secara *online* atau yang populer disebut *online food delivery* dengan objek UMKM juga yang menggunakan alat analisis sejenis dan penelitian yang hendak dilaksanakan serta sebagai dasar penentuan kerangka pemikiran. Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dalam penulisan hasil dan pembahasan penelitian ini. Penelitian terdahulu dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Kesimpulan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Oktaviana, W., Ansofino, dan Putri, Y., E. (2021)	Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang	Menganalisis pengaruh modal, biaya, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan terhadap pendapatan.	Uji Regresi Linier Berganda dan uji hipotesis dengan uji t dan uji F.	Terdapat pengaruh timbal balik modal, biaya produksi, jumlah tenaga kerja dan tingkat pendidikan terhadap pendapatan UMKM dengan nilai Fhitung sebesar $54,591 > F_{tabel} 2,68$, dan nilai signifikansi $0,000000 < 0,05$.
2	Prawira, A., dan Mutmainah, Z. (2019)	Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM Berbasis Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Timur	Mengetahui variabel modal, jam kerja, lama usaha, jumlah tenaga kerja dan teknologi secara bersama berpengaruh terhadap pendapatan pengusaha UMKM berbasis kuliner di Kecamatan Banjarmasin Timur.	analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda	Modal, jam kerja, dan jumlah tenaga kerja secara bersama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pengusaha UMKM berbasis Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Timur, dan modal paling dominan mempengaruhi pendapatan pengusaha UMKM berbasis Kuliner
3	Indraswari, A., dan Kusuma, H. (2018)	Analisa Pemanfaatan Aplikasi GoFood bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang	Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar kota Malang	Analisis regresi linier berganda dan uji beda	Sesuai dengan apa yang telah diujikan ditemukan hasil bahwa harga, jumlah order dan lama jam operasional secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dan ditemukan hasil bahwa terdapat perbedaan pendapatan sesudah dan sebelum menggunakan aplikasi GoFood.

Tabel 2. (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
4	Iskandar, D., dan Octaviani, A. (2021)	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Kuliner Pasca Dibukanya Jalan Tol di Wilayah Surakarta	Apakah modal, lama usaha, jumlah tenaga kerja, lokasi dapat mempengaruhi pendapatan pedagang Kuliner pasca dibukanya jalan tol di Wilayah Surakarta, dan variabel mana yang berpengaruh paling dominan.	Analisis regresi linier berganda	1) modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha 0,000, 2) Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dikatakan bahwa 92,3% kinerja usaha dapat dipengaruhi oleh variabel modal, lama usaha, jumlah tenaga kerja dan lokasi.
5	Wardiningsih, S. S. (2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan UMKM Kuliner Partner Gofood di Kota Solo	Menganalisis pengaruh jam kerja operasional, jumlah pesanan, biaya produksi, dan biaya promosi terhadap omzet penjualan pada mitra kuliner GoFood di Solo.	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jam kerja operasional, jumlah pesanan, dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan pada UMKM kuliner mitra GoFood di Solo sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan.
6	Mustofa, M. A., dan Arief, S. (2021)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kelurahan Bubutan Kota Surabaya	Menganalisis pengaruh modal, tenaga kerja, dan lama usaha terhadap tingkat pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kelurahan Bubutan	Analisis regresi linier berganda	Hasil asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal dan tidak ada penyimpangan. Hasil diperoleh nilai F sebesar 6,368 dengan signifikansi sebesar 0,002. Nilai signifikansi 0,05 diperoleh F Tabel (4.9), maka nilai F (6,368) > F Tabel (4.9) atau signifikansi F sebesar 0,002 menunjukkan < 0,05 sehingga variabel bebas yaitu modal (X1), tenaga kerja (X2) dan lama usaha (X3) secara bersama-sama mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh UMKM Desa Bubutan.

Tabel 2 menunjukkan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan yaitu sebanyak enam penelitian. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu diantaranya: penelitian berlokasi di Kota Bandar Lampung dan dilaksanakan pada saat pandemi covid-19; variabel yang digunakan merupakan kombinasi dari beberapa jurnal terdahulu yaitu variabel harga, lama jam operasional, jumlah order, jumlah karyawan, dan lama usaha; metode penelitian yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan fungsi persamaan cobb-douglas; serta sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya khusus UMKM yang menjual ayam geprek dan bakso yang menggunakan layanan *online food delivery* GoJek.