

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Clement (2020) pada Statista mencatat ada sekitar 4,13 miliar jiwa yang menggunakan internet. Hal itu menunjukkan bahwa sudah lebih dari setengah penduduk dunia menggunakan internet. Pengguna internet tersebut menggunakan internet dengan beragam keperluan masing-masing individu, salah satunya adalah melakukan transaksi *e-commerce*. Hal itu didukung oleh pendapat Clement (2020) bahwa *e-commerce* mulai berkembang dengan cepat dan banyak diminati oleh pengguna internet. Perkembangan *e-commerce* juga membuat penjual mulai melakukan sesuatu yang baru, seperti pada bidang industri makanan. Penjual mulai menyediakan jasa antar makanan secara online (*Online food delivery*) agar tetap dapat bertahan secara kompetitif dan tidak kalah dari pesaing lainnya.

*E-commerce* atau *electronic commerce*, merupakan kumpulan teknologi, aplikasi, dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. David Baum (1999) kemudian juga mendefinisikan *e-commerce* sebagai seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui *e-commerce* dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik. Untuk televisi dan telepon tersedia, tetapi lebih banyak *e-commerce* terjadi melalui Internet. Perkembangan teknologi, khususnya Internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk ritel. Perdagangan telah berubah dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini umumnya dikenal sebagai *electronic commerce* atau singkatnya *e-commerce*.

Pandemi Covid 19 merupakan suatu wabah yang menular dan menyebar dengan cepat hingga menjangkau ke 114 negara di seluruh dunia termasuk Indonesia. Dampak yang ditimbulkan oleh pandemi tersebut sangatlah besar, terutama dalam bidang perekonomian. Perekonomian merupakan aktivitas ekonomi yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, sehingga perekonomian memiliki

peranan yang sangat penting dalam keberlangsungan hidup manusia. Salah satu sektor yang terdampak saat pandemi Covid 19 dalam bidang perekonomian yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang juga mengakibatkan penurunan perekonomian nasional. Padahal usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Dampak yang paling besar dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ialah sektor kuliner (Yeo, dkk. 2017).

Kuliner berasal dari bahasa Inggris “*culinary*” diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Masakan tersebut dapat berupa lauk-pauk, makanan (pangan) 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 berhubungandengan dunia memasak. Kuliner sendiri terdiri dari olahan pangan nabati dan olahan pangan hewani. Panuhun (2012) mengatakan bahwa olahan 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. Olahan kuliner hewani sangat banyak sekali macamnya, namun yang saat ini mudah dijumpai ialah ayam geprek dan bakso. Ayam geprek dan bakso ini sangat digemari oleh para masyarakat Indonesia, sehingga banyak UMKM kuliner yang menjualnya. Sari (2022) menyatakan bahwa aplikasi layanan pesan antar makanan atau *online food delivery* (OFD) GoFood juga menunjukkan bahwa menu terfavoritnya adalah ayam geprek dan bakso.

*Online Food Delivery* (OFD) sendiri telah berkembang pesat di dunia dengan kenaikan 25,0% pengguna dari tahun 2019 dan diperkirakan akan mencapai 965,8 miliar pada tahun 2024 (Statista, 2020). Indonesia merupakan negara keempat terbesar pengguna Online Food Delivery (OFD) setelah China, India, dan Amerika Serikat (Clement, 2020). Perkembangan internet tentu merupakan pelopor dari online food delivery (OFD) tetapi ada faktor lain yang juga membuat penggunaan jasa *delivery* baik dalam bidang bahan makanan, obat-obatan, dan makanan mulai meningkat. Salah satu faktor lain yang memengaruhi adalah adanya pandemi Covid

19. Pandemi membuat masyarakat menjadi takut untuk keluar rumah dan menyebabkan masyarakat menjadi lebih sering berada di rumah yang mengakibatkan meningkatnya penggunaan OFD di rumah (Garcia, 2020).

Bandar Lampung merupakan kota terbesar sekaligus menjadi ibukota provinsi Lampung, jadi tak heran jika pusat perekonomian Lampung berpusat di kota tersebut. Sebagai kota terbesar Bandar Lampung memiliki perekonomian yang lebih maju dibandingkan daerah-daerah lainnya di provinsi Lampung. Salah satu kemajuan ekonomi dikota ini adalah dalam bidang UMKM. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang bergerak diberbagai bidang usaha diantara adalah usaha perdagangan, usaha pertanian, usaha industri, usaha jasa, dan lain-lain. UMKM adalah salah satu cara untuk dapat mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran. Pemerintah Indonesia memberikan perhatian yang tinggi atas keberadaan para pelaku UMKM tersebut hal ini karena UMKM dapat menyangga perekonomian rakyat kecil (Priliandani, Pradnyanitasari, dan Kurniawan, 2020).

Dunia usaha Lampung saat ini didominasi oleh usaha yang tergolong dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Hasil sensus ekonomi dinas koperasi dan UMKM provinsi Lampung, Tahun 2020 menunjukkan jumlah UMKM 147.556 dan 150.999 pada tahun 2021. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar penduduk Lampung bekerja pada usaha mikro dan kecil, di seluruh kabupaten/kota tanpa terkecuali. Jumlah usaha mikro, kecil dan menengah menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung pada Tahun 2020 dan 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung Tahun 2020 dan 2021

Kabupaten/ Kota	Usaha Mikro		Usaha Kecil		Usaha Menengah		Jumlah Usaha	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Lampung Barat	245	1 638	105	105	4	4	354	1 747
Tanggamus	186	186	–	–	–	–	186	186
Lampung Selatan	701	701	–	–	–	–	701	701
Lampung Timur	389	425	122	122	–	–	511	547
Lampung Tengah	795	795	1	1	–	–	796	796
Lampung Utara	330	423	30	30	4	4	364	457
Way Kanan	599	725	229	103	12	12	840	840
Tulang Bawang	23	23	–	–	–	–	23	23
Pesawaran	422	460	58	20	2	2	482	482
Pringsewu	331	1 891	40	40	2	2	373	1 933
Mesuji	350	250	41	41	1	1	292	292
Tulang Bawang Barat	179	179	–	–	–	–	179	179
Pesisir Barat	68	429	–	–	–	–	68	429
Bandar Lampung	116 590	116 615	1 900	1 875	43	43	118 533	118 533
Metro	22 840	23 186	926	580	88	88	23 854	23 854
<b>Lampung</b>	<b>143 948</b>	<b>147 926</b>	<b>3 452</b>	<b>2 917</b>	<b>156</b>	<b>156</b>	<b>147 556</b>	<b>150 999</b>

Sumber: Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Provinsi Lampung, 2023

Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi, menjadi pusat pergerakan ekonomi di Provinsi Lampung. Tabel 1 menunjukkan jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung mencapai 118.533 dari total 150.999 yang tersebar di 15 kabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2021. Posisi kedua dan ketiga diperoleh Kota Metro dan Kabupaten Pringsewu yaitu masing masing sebesar 23.854 dan 1.933. Jumlah UMKM terkecil berada di Kabupaten Tulang Bawang yaitu sebesar 23. Bandar Lampung menjadi kota dengan jumlah UMKM tertinggi di provinsi Lampung, hal ini menyebabkan kota ini mempunyai dampak paling signifikan akibat pandemi Covid-19 terhadap perekonomian.

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, dkk. 2020).

Ariansyah (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 menyebabkan para pelaku usaha UMKM harus melakukan penjualan secara digital dengan menggunakan layanan *online food delivery*. Layanan *online food delivery* tentunya akan memberikan kemudahan bagi para pedagang dalam proses penjualan, serta dapat menjangkau konsumen lebih luas.

UMKM di Provinsi Lampung terus mengalami perkembangan yang sangat signifikan disetiap tahunnya. Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Provinsi Lampung mengatakan pertumbuhan usaha kecil menengah di Provinsi Lampung cukup bergeliat. Adapun pertumbuhan UMKM sekitar 9-10% per tahun. Perkembangan tersebut terjadi peningkatan sejak tahun 2019-2020, dan pada tahun 2020-2022 saat ini mengalami peningkatan yang lebih besar dari tahun sebelumnya. Dimasa pasca pandemi UMKM di Provinsi Lampung masih tetap banyak yang menggunakan layanan *online food delivery* terutama Kota Bandar Lampung, karena layanan tersebut menjadi cara bagi penjual guna meningkatkan pendapatan. Perilaku konsumen juga sudah mulai terbentuk sejak adanya pandemi Covid-19, yaitu kebiasaan berbelanja melalui media *online*.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2022) pada masa Covid-19 menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner yang menggunakan aplikasi GoFood yaitu harga, lama jam operasional, jumlah order, tenaga kerja, dan lama usaha. Layanan *online food delivery* juga masi sangat eksis hingga sekarang terutama di Bandar Lampung, karena berbelanja secara online sudah menjadi *trend* dan kebiasaan sebagian besar masyarakat saat ini. Maka dari itu, diperlukannya penelitian lebih lanjut terkait analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner tersebut. Hal tersebut perlu dikakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan UMKM kuliner bakso dan ayam

geprek pengguna layanan *online food delivery* aplikasi GoFood dimasa pasca pandemi Covid-19 dan 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 pada saat pasca pandemi.
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.
4. Menganalisis perkembangan UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung dimasa pasca pandemi.

## 1.3 Kerangka Pemikiran

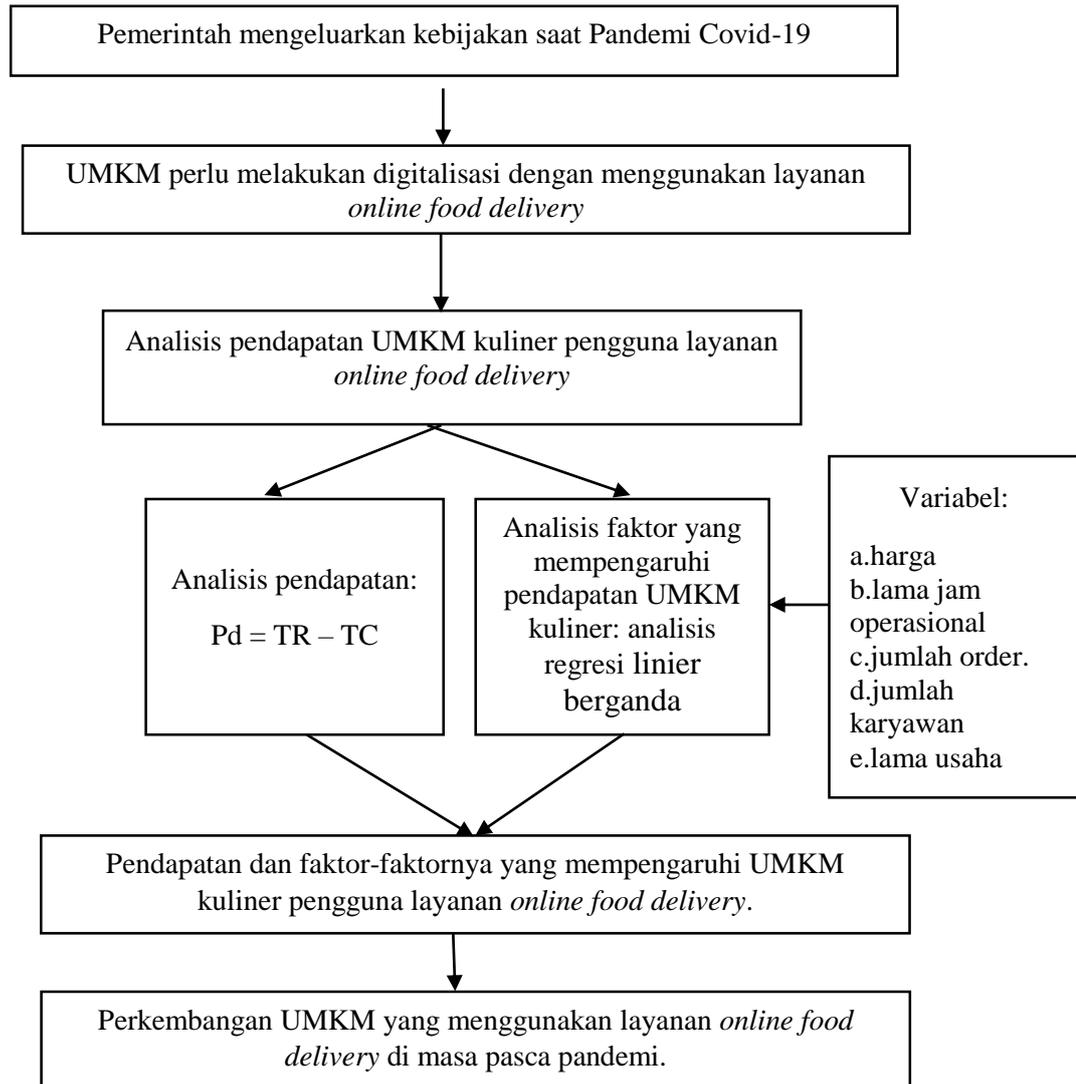
Pandemi Covid-19 menyebabkan ketidakstabilan ekonomi, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner. Meskipun UMKM memegang peranan penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional serta merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, mereka sangat terdampak. Menurut Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik, Kota Bandar Lampung memiliki jumlah usaha kategori Akomodasi Makan Minum terbanyak, sekitar 20 ribu usaha (24%). Sebagai kota dengan persentase UMKM kategori ini tertinggi di Lampung pada tahun 2017, Kota Bandar Lampung tentu mengalami dampak signifikan dari pandemi Covid-19 yang melanda.

Akibat pandemi Covid-19, pemerintah memberlakukan berbagai kebijakan, termasuk Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang mengharuskan semua aktivitas yang sebelumnya dilakukan di luar rumah untuk dilakukan di rumah, seperti bekerja, belajar, dan berbelanja. Kebijakan ini menyebabkan penurunan bahkan penutupan usaha UMKM di sektor kuliner. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner, terutama di Kota Bandar Lampung, perlu mengadopsi *digitalisasi* dalam setiap aspek jual beli dan interaksi. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah

memanfaatkan layanan pengantaran makanan *online*, seperti yang ditawarkan oleh aplikasi GoJek, untuk menjaga kelangsungan usaha dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan.

Layanan *online food delivery* semakin banyak digunakan di masa pasca pandemi saat ini terutama bagi para pelaku usaha UMKM di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut juga didukung oleh perilaku konsumen yang sudah terbentuk pada masa pandemi, yaitu memiliki kebiasaan berbelanja melalui media *online*. Penggunaan layanan *online food delivery* juga mempengaruhi pendapatan bagi para pelaku usaha UMKM, hal ini terbukti dengan adanya peningkatan pelaku UMKM setiap tahunnya sebesar 9-10% di Provinsi Lampung hingga tahun 2022.

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<sub>0</sub> : 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.

H1 : 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 memberikan manfaat sebagai referensi dan 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.

## **2.2 Layanan *Online Food Delivery***

Layanan *online food delivery* (OFD) telah berkembang pesat secara global, dengan peningkatan pengguna sebesar 25,0% sejak tahun 2019 dan diperkirakan akan mencapai 965,8 miliar dolar pada tahun 2024 (Statista, 2020). Indonesia adalah negara keempat terbesar dalam hal pengguna OFD, setelah China, India, dan Amerika Serikat (Clement, 2020). Meskipun kemajuan internet menjadi faktor utama dalam pertumbuhan OFD, ada faktor lain yang juga mempengaruhi peningkatan penggunaan jasa pengantaran makanan, termasuk pandemi Covid-19. Pandemi membuat masyarakat enggan keluar rumah, yang menyebabkan mereka lebih sering berada di rumah dan mendorong peningkatan penggunaan layanan OFD (Garcia, 2020).

Bisnis daring tidak hanya menguntungkan bagi produsen tetapi juga memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi bagi konsumen. Salah satu contohnya adalah layanan *online food delivery*. Riset menunjukkan bahwa 58 persen responden memanfaatkan layanan OFD untuk memesan makanan (Nielsen, 2019). Di Indonesia, layanan OFD seperti Go-food dan Grab-food bekerja sama dengan banyak restoran dan outlet makanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Meskipun beberapa restoran memiliki layanan pengantaran sendiri, Go-food dan Grab-food tetap menjadi pilihan utama konsumen.

Layanan pengantaran makanan daring memungkinkan konsumen Indonesia yang lebih memilih kenyamanan untuk menghindari antrian dan perjalanan ke restoran. Meskipun ada beberapa pengalaman negatif terkait pembelian makanan melalui OFD, penyedia layanan seperti Gojek dengan Go-food dan Grab dengan Grab-food tetap berhasil mempertahankan kepercayaan konsumen dan dominasi pasar di Indonesia. Konsumen cenderung memilih produk atau jasa berdasarkan kualitas layanan yang baik, sesuai dengan definisi bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016).

Dalam konteks sosial, harapan sering kali terbentuk dari perilaku orang di sekitar kita, yang mempengaruhi keinginan untuk meniru atau mengikuti perilaku tersebut (Ramdhani, 2011). Fenomena ini dikenal sebagai pengaruh sosial, di mana perilaku individu dipengaruhi oleh jaringan sosial mereka. Konsumen layanan OFD datang dari berbagai kalangan, termasuk karyawan, wiraswasta, dan pelajar/mahasiswa. Mahasiswa, yang sering kali peka terhadap tren dan lebih memilih kemudahan, menunjukkan kepercayaan tinggi terhadap e-wallet karena persepsi kemudahan dan kegunaannya. Menurut riset IDN Times (2019), mayoritas pengguna layanan OFD adalah generasi milenial, dengan 44,2 persen dari mereka adalah pelajar atau mahasiswa yang umumnya belum memiliki penghasilan sendiri.

### **2.3 Pendapatan**

Pendapatan adalah hasil yang diterima oleh individu atau rumah tangga sebagai imbalan dari usaha atau pekerjaan mereka. Masyarakat memiliki berbagai jenis pekerjaan, seperti bertani, menangkap ikan, beternak, bekerja sebagai buruh, berdagang, serta pekerjaan di sektor formal. Dumairy (1999) menjelaskan bahwa pendapatan mencakup berbagai bentuk balas jasa yang diterima, termasuk upah dan gaji, sewa tanah, bunga, modal, dan keuntungan dari proses produksi. Pendapatan mencerminkan posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Oleh karena itu, setiap orang yang bekerja, baik di sektor formal maupun informal, berusaha untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui kerja keras, yang berguna untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga dan meningkatkan taraf hidup mereka.

### 2.3.1 Konsep Pendapatan

Secara umum di dalam konsep pendapatan dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

#### 1. Konsep Pendapatan dalam Ekonomi Makro

Dalam hal ini konsep pendapatan biasanya diwujudkan dalam bentuk Gross National Produk (GNP) atau dalam bentuk pendapatan perkapita (*Income Perkapita*), yang dimana menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan dan kesejahteraan perekonomian suatu daerah atau suatu negara. Menyadari hal tersebut sehingga sangat penting untuk meningkatkan pendapatan masyarakat demi mencapai tingkat kesejahteraan yang maksimal. Soekartawi (1999) mendefinisikan bahwa pendapatan adalah selisih antara jumlah penerimaan dan jumlah biaya yang dikeluarkan hal tersebut sejalan dengan penelitian Qomariyah (2021) mengenai pendapatan UMKM dan dapat di hitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan} = \text{TR} - \text{TC}$$

Keterangan:

TR: Total Penerimaan (*Total Revenue*)

TC: Total Biaya (*Total Cost*)

#### 2. Konsep Pendapatan dalam Ekonomi Mikro

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan utang (Zulriski, 2008).

Pendapatan adalah keseluruhan penghasilan yang diterima baik dari sektor formal maupun nonformal yang dihitung dalam jangka waktu tertentu. Badan Pusat Statistik (2011), mengukur pendapatan masyarakat bukanlah pekerjaan yang mudah, oleh karena itu BPS melakukan perhitungan pendapatan dengan menggunakan pengeluaran/ konsumsi masyarakat. Hal ini didasari oleh paradigma bahwa bila pendapatan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh berbagai kebutuhan yang semakin banyak sehingga menuntut pengeluaran yang tinggi pula.

## 2.4 Biaya

Supriyono (1999) menjabarkan bahwa, Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Dunia dan Abdullah (2012) menyatakan bahwa, Akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen dimana merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Sedangkan dalam pengelolaan perusahaan, akuntansi biaya merupakan bagian penting dari ilmu akuntansi dan telah berkembang menjadi *tools of management*, yang berfungsi menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik.

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 dibagi menjadi dua macam pembiayaan yaitu bersifat tetap dan bersifat variabel. 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

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.

## 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, namun lamanya jam operasional akan tidak berpengaruh dikarenakan kondisi lokasi tempat berdagang banyak pesaing yang menjual menu yang sama, sehingga menyebabkan pedagang berpeluang kecil untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Damariyah (2015) dan Husaini (2017) yang menyatakan bahwa lama jam operasional tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

## 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) 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 adalah manusia atau orang yang bekerja atau jadi anggota suatu organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain (Simamora, 2005). 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 yang dapat mengukur keberhasilan suatu usaha adalah dengan peningkatan jumlah pekerja. 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). Lama usaha tidak berpengaruh karena walaupun pedagang yang baru berdagang belum mempunyai pengalaman banyak tetapi mereka sudah mempunyai pengetahuan dan inovasi tentang hal-hal dalam berdagang yang diperoleh dari meniru dan mengamati lingkungan sekitar. Selain itu pedagang yang baru berdagang lebih cenderung menerima perubahan sehingga mampu bertahan dan bersaing dengan pedagang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Damariyah (2015) dan Husaini (2017) yang menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

### **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

Judul penelitian	Tujuan dan Metode	Kesimpulan
(1)	(2)	(3)
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Social Influence</i> Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan <i>Online Food Delivery Service</i> (Kusuma dan Hermawan. 2020)	Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan <i>social influence</i> terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa layanan pesan-antar makanan daring. Penelitian ini menggunakan Analisis regresi linier berganda. Analisis ini dipakai untuk mengetahui pola pengaruh beberapa variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, yaitu berubahnya variabel terikat sebagai akibat adanya perubahan variabel bebas secara bersama.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian menggunakan <i>online food delivery service</i> , sesuai dengan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ . Kemudian secara simultan dengan nilai Fhitung $(31,411) > Ftabel(3,12)$ dengan sig. $0,000$ Artinya semakin penyedia jasa <i>online food delivery</i> memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan dan yang diterima bahkan melebihi maka semakin meningkat atau tinggi keputusan pembelian menggunakan <i>online food delivery service</i>
Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Makanan Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode <i>K-Means Cluster</i> (Fajrin, dkk. 2021)	Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil analisa yang mempengaruhi tingkat minat masyarakat terhadap pembelian makanan berbasis <i>online</i> yaitu dengan dengan ( <i>food delivery</i> ). Penelitian ini menggunakan metode <i>K-means</i> dan menggunakan faktor nama, umur, pengasilan, jumlah order, intensitas order dan kepuasan.	Menurut hasil dari proses clustering dengan menggunakan metode algoritma <i>K-means</i> dan dibantu juga perangkat lunak <i>rapidminer</i> maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: 1) Pada ketiga cluster tersebut, rata –rata umur yang sering mengorder makanan adalah umur 23, sejumlah 4 orang pada cluster 1, sejumlah 3 orang pada cluster 2, sejumlah 4 orang pada cluster 3 2) Pada ketiga cluster tersebut, rata – rata penghasilan pembeli yaitu pada golongan 6 dengan penghasilan 3.000.000 sampai 5.000.000. 3) Pada ketiga cluster terbut, jumlah order yang memiliki nilai paling banyak pada jumlah order 6, sejumlah 3 orang pada cluster 1, sejumlah 2 orang pada cluster 2, sejumlah 5 orang pada cluster 3. 4) Pada ketiga cluster tersebut, memiliki rata – rata kepuasan yang sangat puas.

Tabel 2. Lanjutan

(1)	(2)	(3)
Faktor yang Mempengaruhi Intensi Penggunaan Layanan <i>Online Food Delivery</i> Pada Masa Covid-19 (Liliasih, 2021)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan layanan <i>online food delivery</i> pada masa covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	1. Berdasarkan hasil pengujian statistik variabel <i>perceived trustworthiness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan OFD. 2. Berdasarkan hasil pengujian statistik variabel <i>service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan OFD. 3. Berdasarkan hasil pengujian statistik variabel <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan OFD.
Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan (Husaini, Ayu Fadlani, 2017)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal kerja, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang pakaian luar di Pasar Simalingkar Medan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah metode penelitian lapangan dengan pemilihan sampel menggunakan teknik <i>Convenience sampling</i> dan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 16.	Hasil uji simultan menunjukkan bahwa modal kerja, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan outwear pedagang di Pasar Simalingkar, Medan. Selanjutnya uji parsial modal kerja dan lokasi usaha menunjukkan adanya pengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian luar di Pasar Simalingkar, Medan, sedangkan lama kerja dan jam kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang pakaian luar di Pasar Simalingkar Medan.
Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Jumlah Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM Berbasis Kuliner di Kecamatan Banjarmasin Timur (Prawira, A., dan Mutmainah, Z. 2019)	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 data menggunakan 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.

Tabel 2. Lanjutan

(1)	(2)	(3)
<p>Analisis Pendapatan Warung Makan Sesudah dan Sebelum Menggunakan Layanan <i>Online Food Delivery Order</i> di Desa Mulyoagung Kabupaten Malang (MD Putra. 2020)</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pendapatan warung makan sesudah dan sebelum menggunakan layanan <i>online food delivery order</i> di Desa Mulyoagung. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif dan Uji beda Paired sample t test.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji beda paired sample t test pada tingkat pendapatan mendapatkan nilai thitung sebesar 5,869. Nilai thitung &gt; nilai ttabel 2,052, sehingga dapat diputuskan menolak H0 dan menerima H1. Maka dapat disimpulkan, terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan sesudah dan sebelum menggunakan layanan <i>online food delivery order</i> di Desa Mulyoagung Kabupaten Malang.</p>
<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan UMKM Kuliner Partner Gofood di Kota Solo (Wardiningsih. 2021)</p>	<p>Menganalisis pengaruh jam kerja operasional, jumlah pesanan, biaya produksi, dan biaya promosi terhadap omzet penjualan pada mitra kuliner GoFood di Solo. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda</p>	<p>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.</p>
<p>Dampak Layanan <i>Online Food Delivery</i> Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19 (Sari, dkk. 2022)</p>	<p>Tujuan penelitian menganalisis pendapatan usaha kuliner yang menggunakan layanan <i>online food delivery</i> dan usaha kuliner yang bukan pengguna layanan <i>online food delivery</i> pada masa pandemi Covid-19. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan dan Uji Independent T-Test untuk mengetahui besarnya perbedaan pendapatan usaha kuliner pengguna layanan <i>online food delivery</i> dengan usaha kuliner bukan pengguna layanan <i>online food delivery</i>.</p>	<p>Hasil penelitian pendapatan usaha kuliner menggunakan layanan <i>online food delivery</i> sebesar Rp 14.600.105,7 lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan usaha kuliner bukan pengguna layanan <i>online food delivery</i> sebesar Rp 7.265.263,267. Hasil dari nilai uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung <math>2,398 \geq t</math> tabel 2,00172 dan nilai sig (2-tailed) <math>0,02 &lt; \alpha</math> 0,05, sehingga terdapat perbedaan antara pendapatan pengusaha makanan pengguna layanan <i>online food delivery</i> dan bukan pengguna layanan <i>online food delivery</i>.</p>

Tabel 2. Lanjutan

(1)	(2)	(3)
Analisis Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram (Cahyani. 2021)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keberadaan Go Food dan Grab Food, bagaimana peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram setelah bergabung dengan Go Food dan Grab Food. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Go Food dan Grab Food sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan Go Food dan Grab Food.

Tabel 2 menunjukkan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan yaitu sebanyak sepuluh penelitian. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu diantaranya: penelitian ini berlokasi di Kota Bandar Lampung dan dilaksanakan pada pasca 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; serta sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya khusus UMKM yang menjual ayam geprek dan bakso yang menggunakan layanan *online food delivery* GoFood. Penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Sari, dkk (2022), yang membedakan antara penelitian ini dengan sebelumnya adalah penelitian ini dilakukan pada masa pasca pandemi Covid-19.