

Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Pengguna Layanan *Online Food Delivery* di Kota Bandar Lampung

Factors Affecting the Income of MSMEs Using Online Food Delivery Services in Bandar Lampung City

Triyono^{1*}, Fadila Marga Saty², Teguh Budi Trisnanto³, dan Dayang Berliana⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Agribisnis Pangan, Politeknik Negeri Lampung

*E-mail : ttriono99@gmail.com

ABSTRAK

Dimasa pasca pandemi UMKM di Bandar Lampung masih tetap banyak yang menggunakan layanan *online food delivery*, 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*. Maka dari itu diperlukannya penelitian lebih lanjut terkait analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung, guna melihat bagaimana perkembangannya di masa pasca pandemi. Penelitian ini dilakukan di 58 outlet UMKM kuliner yaitu bakso dan ayam geprek di Bandar Lampung yang menggunakan layanan *online food delivery* (GoFood) dengan kriteria minimal *rating* bintang 4.3. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, analisis pendapatan, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* adalah harga dan jumlah order.

Kata kunci : Covid-19, *Online Food Delivery*, UMKM

ABSTRACT

During the post-pandemic period, many MSMEs in Bandar Lampung still use online food delivery services, because these services are a way for sellers to increase revenue. Consumer behavior has also begun to take its shape since the Covid-19 pandemic, namely shopping habits through online media. Therefore, further research is needed related to the analysis of factors affecting the income of culinary MSMEs using online food delivery services in Bandar Lampung City, to see how it would develop in the post-pandemic period. This research was conducted at 58 culinary MSME outlets, namely meatballs and geprek chicken in Bandar Lampung, which employ online food delivery services (GoFood) with a minimum criteria of 4.3 star rating. The data analysis methods used in this study are descriptive analysis method, income analysis, and multiple linear regression analysis. The results showed that the factors that have the most influence on the income of culinary MSMEs using online food delivery services are price and number of orders.

Keywords: Covid-19, *Online Food Delivery*, UMKM

Submitted:05-12-2023

Review:17-12-2023

Accepted:02-03-2024

Published:30-04-2024



Copyright © Tahun Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

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. Salah satu sektor yang terdampak dengan adanya wabah tersebut ialah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang juga menyebabkan 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 merupakan 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 sebagian besar masyarakat, sehingga banyak UMKM kuliner yang menjualnya. Adanya dukungan teknologi dan informasi pada pelaku usaha khususnya UMKM sebagai start up yang didukung oleh kebijakan pemerintah (Saty dkk, 2018) memudahkan konsumen dalam membeli makanan tersebut. Salah satu penyedia layanan jasa (start up) dalam kuliner adalah Gojek dengan layanan aplikasi pesan antar makan adalah GoFod. GoFood di Bandar Lampung menunjukkan bahwa mayoritas menu favorit adalah ayam geprek dan bakso.

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. Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota provinsi, menjadi pusat pergerakan ekonomi di Provinsi Lampung. 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).

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. Salah satu bentuk digitalisasi adalah dengan menggunakan teknologi internet. Internet tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi melainkan juga digunakan sebagai media transaksi. Dengan teknologi tersebut, manusia dapat melakukan kegiatan transaksi belanja *online* dengan mudah (Khasan, dkk., 2024). Salah satu bentuk teknologi yang digunakan untuk mempermudah proses penjualan dan pembelian adalah dengan adanya 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di beberapa outlet UMKM bakso dan ayam geprek yang menggunakan layanan *online food delivery* aplikasi *GoFood* di Kota Bandar Lampung. Penentuan daerah dilakukan secara purposive dengan pertimbangan jumlah UMKM kategori akomodasi makan dan minum terbanyak terdapat di kota Bandar Lampung. Proses pengambilan data dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan Mei 2024.

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara secara langsung dengan pengusaha makanan yang menggunakan layanan *online food delivery* dengan menggunakan kuesioner. Data sekunder didapatkan dari artikel, literatur, internet, instansi atau lembaga terkait yang relevan dengan penelitian.

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah UMKM sektor kuliner pengguna layanan *online food delivery* GoFood yang berada di Kota Bandar Lampung yang menjual menu ayam geprek sebanyak 237 UMKM dan bakso sebanyak 192 UMKM sehingga totalnya 429 UMKM. Populasi yang digunakan sebesar 429 dengan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi sebesar 15%, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : error

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 57,97 sehingga dibulatkan menjadi 58 responden. Hal ini sesuai dengan penelitian Mahmud (2011) yang menyatakan penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Selanjutnya ditentukan jumlah sampel untuk setiap menu makanan secara proporsional dan didapatkan hasil sampel UMKM kuliner yang

menjual menu ayam geprek sebesar 32 UMKM dan bakso sebanyak 26 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling yaitu pengambilan sampel dengan memperhatikan tingkatan (strata) yaitu berdasarkan rating di aplikasi GoFood dengan rating minimal 4,3.

Rating minimal 4,3 merupakan predikat yang cukup ideal dalam suatu usaha, dalam sebuah studi yang dilansir dari *widewail.com Spiegel Reasearch Center* menetapkan bahwa peringkat 4,2 – 4,5 dari 5 adalah yang paling terpercaya karena dianggap lebih transparan dan seimbang (Garfinkel, 2024). Rating bintang 4,2 sampai 4,5 juga dikenal dengan istilah area emas dimana ulasan masih sangat positif, jadi inilah sebabnya predikat tersebut menjadi yang paling menguntungkan (Gulbransen, 2014).

Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan online food delivery dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Faktor yang dianalisis yaitu harga (X1), lama jam operasional (X2), jumlah order (X3), jumlah karyawan (X4), dan lama usaha (X5). Model analisis faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan online food delivery adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

- Y : Pendapatan (Rp)
- b₀ : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- X₁ : Harga (Rp)
- X₂ : Lama jam operasional (jam)
- X₃ : Jumlah order (porsi)
- X₄ : Jumlah karyawan (orang)
- X₅ : Lama usaha (tahun)
- e : error

Tanda dan besaran parameter yang diharapkan adalah b₁, b₂, b₃, b₄, b₅> 0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik pengusaha UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dilihat berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan lama usaha yang dijalankan.

Tabel 1. Karakteristik Pengusaha UMKM Kuliner Pengguna Layanan *Online Food Delivery*

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Umur (tahun)		
19-28	18	31
29-38	11	19
39-48	19	33
49-58	7	12
59-68	3	5
2. Jenis Kelamin		
Laki-laki	35	60
Perempuan	23	40
3. Tingkat Pendidikan		
SD	4	6
SMP	12	21

SMA	30	52
Perguruan Tinggi	12	21
4. Lama Usaha (tahun)		
0-10	47	81
11-20	8	14
21-30	2	3
31-40	1	2

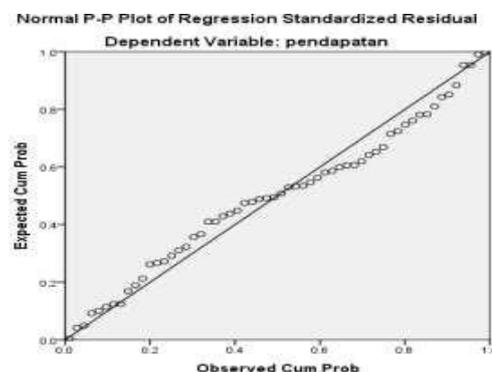
Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa pengusaha UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* mayoritas berumur 39-48 tahun, berjenis kelamin laki-laki, paling banyak memiliki tingkat pendidikan SMA, dan menjalankan usaha 0-10 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM kuliner memiliki umur yang produktif untuk mengembangkan usahanya, berperan sesuai dengan tugasnya yaitu seorang laki-laki yang biasanya mencari nafkah dan wanita biasanya hanya sebagai ibu rumah tangga di dalam ruang lingkup keluarga, memiliki tingkat pendidikan yang cukup baik sehingga mudah beradaptasi dengan perkembangan informasi dan teknologi, serta mayoritas baru memulai usaha dimasa pasca pandemi saat ini. Hal ini dikarenakan berbagai faktor, misalnya banyak orang yang mendapat pemutusan hubungan kerja (PHK) dari perusahaan tempat kerjanya karena Covid-19, orang banyak melakukan pekerjaan dari rumah (*work from home*), dan aktivitas masyarakat yang dibatasi sehingga mencari aktivitas lain yaitu dengan melakukan usaha untuk mengatasi kebosanan sekaligus menambah pendapatan pada masa saat ini.

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

Analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* adalah analisis regresi linier berganda. Variabel yang digunakan yaitu harga, lama jam operasional, jumlah order, jumlah karyawan, dan lama usaha. pengujian yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik dan uji kesesuaian model (uji R square, uji F, uji t). Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data/titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi yang baik adalah data normal atau mendekati normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan pengujian One- Sample *kolmogorov-smirnov*. Jika nilai sig lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan grafik terdapat pada Gambar 1 dan hasil uji kolmogorov-smirnov terdapat pada Tabel 2.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Gambar 1 menunjukkan bahwa uji normalitas terpenuhi atau data mendekati distribusi normal karena data/titik menyebar di sekitar garis diagonal. Sesuai dengan pernyataan Situmorang (2010) bahwa model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya.

Tabel 2. Uji Normalitas

Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,816

Sumber: Data primer diolah, 2024

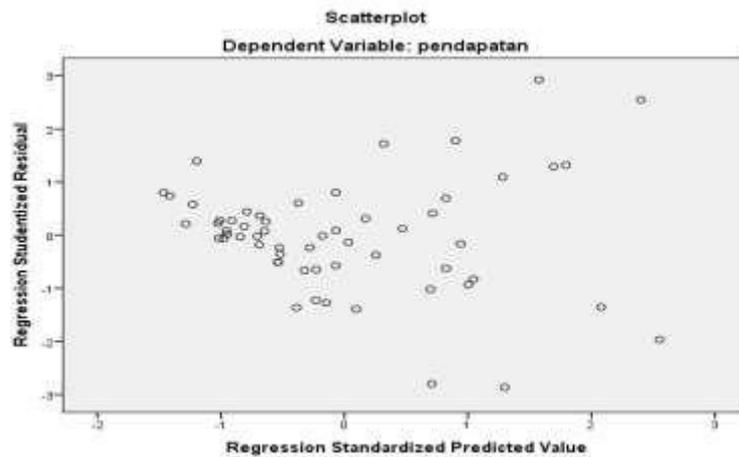
Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai sig pada uji *kolmogorov-smirnov* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,816 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas berdasarkan grafik dan uji *kolmogorov-smirnov* dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2018). Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai toleransi atau VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 0,1 atau lebih dari 10 mengindikasikan terjadinya multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas terdapat pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,624	1,601
Lama Jam Operasional (X2)	0,979	1,021
Jumlah Order (X3)	0,610	1,639
Jumlah Karyawan (X4)	0,602	1,660
Lama Usaha (X5)	0,713	1,402

Sumber: Data primer diolah, 2024



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 menunjukkan bahwa bahwa titik-titik menyebar tanpa ada pola yang jelas, serta menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y artinya data bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel 4 menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi

heteroskedastisitas atau model bersifat homoskedastisitas. Pengujian yang telah dilakukan berdasarkan grafik dan berdasarkan uji Glejser dapat disimpulkan bahwa data bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Konstanta	0,553
Harga (X1)	0,853
Lama Jam Operasional (X2)	0,691
Jumlah Order (X3)	0,454
Jumlah Karyawan (X4)	0,063
Lama Usaha (X5)	0,631

Sumber: Data primer diolah, 2024

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain. Kriteria pengujiannya dengan melihat nilai *Durbin Watson* (DW) yang kemudian dibandingkan dengan dua nilai *Durbin Watson* tabel, yaitu *Durbin Upper* (DU) dan *Durbin Lower* (DL). Jika $DW > DU$ maka tidak terdapat autokorelasi positif dan jika $(4-DW) > DU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif. Hasil uji autokorelasi terdapat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin Watson	
Durbin Watson	1,9890
Durbin Lower	1,3953
Durbin Upper	1,7673

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 5 menunjukkan nilai *Durbin Watson* 1,989. Nilai *Durbin Lower* (DL) dan *Durbin Upper* (DU) diketahui dari tabel *Durbin Watson* dengan jumlah sampel (n) adalah 58 dan jumlah variabel (K) yaitu variabel bebas 5 dan variabel terikat 1 sehingga nilai $K - 6$, serta nilai batas kritis 0,05. Nilai DL dan DU berdasarkan tabel *Durbin Watson* adalah 1,3953 dan 1,7673. Sehingga $DW > DU$ (tidak ada autokorelasi positif) dan $(4-DW) > DU$ (tidak ada autokorelasi negatif). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi yang telah dilakukan disimpulkan bahwa model regresi linier bebas dari uji asumsi klasik sehingga model dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik.

Setelah dilakukan uji asumsi klasik selanjutnya adalah melakukan uji kesesuaian model yaitu dengan melihat nilai R square, uji F, dan uji t. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	T hitung	Sig
Konstanta	-53442900,04	-3,199	0,002
Harga (X1)	4197,732	5,698	0,000
Lama Jam Operasional (X2)	-1232066,512	-1,303	0,198
Jumlah Order (X3)	6932,366	9,959	0,000
Jumlah Karyawan (X4)	827064,556	0,881	0,382
Lama Usaha (X5)	578498,080	1,658	0,103

$R^2 = 0,822$

F hitung = 48,180 Dengan Sig. = 0,000

F tabel = 2,39

T tabel = 1,67469

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0,822 yang berarti variabel bebas yaitu harga (X1), lama jam operasional (X2), jumlah order (X3), jumlah karyawan (X4) dan lama usaha (X5) mampu menjelaskan pendapatan UMKM kuliner pengguna *online food delivery* sebesar 82,2% sedangkan sisanya yakni sebesar 17,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan/serempak terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah jika nilai Fhitung Ftabel atau jika signifikansi F > a: Ho diterima, sedangkan jika nilai Fhitung Ftabel atau jika signifikansi Fa: H1 diterima. Hasil uji F terdapat pada Tabel 6 yang menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 48,180 dengan signifikansi F 0,000. Sehingga nilai Fhitung > Ftabel atau signifikansi F < a yaitu 48,180 > 2,39 atau 0,000 < 0,05 artinya H, diterima atau variabel harga, lama jam operasional, jumlah order, jumlah karyawan, dan lama usaha secara simultan/serempak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery*.

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kriteria uji t adalah jika thitung ttabel atau jika signifikansi ta: Ho diterima, sedangkan thitung > tabel atau jika signifikansi t ≤ a H, diterima. Pengujian parameter pada penelitian ini dilakukan pada taraf nyata (a) 5%. Tabel 6 menunjukkan nilai koefisien hasil analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 20 sehingga didapatkan persamaan:

$$\hat{Y} = -53442900,04 + 4197,732 X1 -1232066,512 X2+ 6932,366 X3+3827064,556 X4 + 578498,080 X5$$

Keterangan:

- Y : Pendapatan (Rp)
- b0 : Konstanta
- X1 : Harga (Rp)
- X2 : Lama jam operasional (jam)
- X3 : Jumlah order (porsi) ^
- X4 : Jumlah karyawan (orang)
- X5 : Lama usaha (tahun)

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

Harga 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 (Kotler dan Armstrong, 2012). Variabel harga merupakan besaran uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sejumlah makanan yang dibeli dari UMKM kuliner yang dinyatakan dalam satuan rupiah. Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05 artinya secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan nilai koefisien 4197,732. Sehingga semakin tinggi harga jual makanan per porsi maka pendapatan yang diterima juga akan meningkat.

Lama jam operasional merupakan lamanya jam kerja atau jam operasional UMKM kuliner untuk menjalankan usahanya dalam waktu satu hari yang dinyatakan dalam satuan jam. Tabel 6 menunjukkan nilai sig. variabel lama jam operasional sebesar 0,132 < 0,05 sehingga secara parsial variabel lama jam operasional tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* maka H1 ditolak. Jam kerja dinyatakan tidak berpengaruh terhadap pendapatan karena meskipun pedagang menggunakan waktu bekerja lebih banyak tetapi jumlah order yang tidak sesuai serta banyaknya pesaing antar pedagang yang sama, sehingga menyebabkan pedagang berpeluang kecil untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi, maka apabila dengan menambah jam kerja pun tidak mempengaruhi pendapatan pedagang.

Jumlah order adalah banyaknya makanan yang dibeli oleh konsumen atau dijual oleh UMKM kuliner. Hasil dari penelitian menunjukkan jumlah order secara parsial berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan

nilai koefisien 6932,366. Artinya semakin banyak jumlah order makanan dari konsumen maka akan semakin meningkatkan pendapatan yang diperoleh.

Jumlah karyawan adalah banyaknya tenaga kerja yang bekerja di UMKM kuliner dan mendapatkan gaji atau upah. Variabel jumlah karyawan memiliki nilai signifikansi 0,382 dan nilai koefisien 827064,556 sehingga variabel jumlah karyawan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery*. Hal ini sejalan dengan penelitian Prawira dan Mutmainah (2019), Iskandar dan Oktaviani (2021), dan Oktaviana et al (2021) bahwa tenaga kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan. Tenaga kerja tidak berpengaruh secara signifikan karena pengelolaan tenaga kerja yang tidak efisien sehingga menimbulkan pemborosan. Untuk memenuhi permintaan pasar, setiap pengusaha perlu mengatur waktu kerja para karyawan secara lebih tepat dan memperhatikan kualitas tenaga kerja guna menghasilkan produk sesuai yang diharapkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan para pengusaha tersebut (Mahayasa dan Yuliarmi, 2017).

Lama usaha adalah umur atau lamanya suatu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berdiri sampai pada saat penelitian dilakukan. Secara parsial lama usaha tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan nilai signifikansi $0,103 < 0,05$ dan nilai koefisien 578498,080. Lama usaha tidak berpengaruh karena walaupun pedagang yang baru berdagang belum mempunyai pengalaman banyak tetapi mereka sudah mempunyai pengetahuan 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. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Damariyah (2015) yang menyatakan bahwa lama usaha tidak berpengaruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui karakteristik responden UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* berdasarkan umur paling banyak berumur 39-48 tahun, berjenis kelamin terbanyak laki-laki sebanyak 35 orang, dengan tingkat pendidikan mayoritas yaitu SMA, dan lama usaha didominasi UMKM yang berjalan selama 0-10 tahun. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel harga, dan jumlah *order* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Journal Brand*, 123–130.
- Garfinkel. (2024). *What is Ideal Average Google Review Star Ranking?*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulbransen. (2014). *Penjelasan Peringkat Bintang 4,5: Mengapa ini Lebih Kuat dari Bintang 5*. <https://www-getweave-com>.
- Khasan, U., ; Muttaqin, I. A ; Sihabudin, M. A ; Khofifah, M. D. ; Amelia, R. R. ; Prayoga, R. A., ; Purbowo. (2024). Analisis Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian secara Online pada E-Commerce Shopee. *Agrimics Journal*, 1(1), 15–24.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Pustaka Setia.
- Panuhun. (2012). *Daging Sebagai Protein Hewani yang Aman, Sehat, Utuh, dan Halal*. <http://dagingsapi/protein/panuhun.html>.
- Sari. (2022). *Analisis Pendapatan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Online Food Delivery di Kota Bandar Lampung*. Politeknik Negeri Lampung.
- Saty, F. M.; Apriyani, M.; Supriyatna, A. . (2018). Persepsi Pelaku UMKM terhadap Penerapan e-Bisnis Pertanian di Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian VII*, 1–7.
- Situmorang. (2010). *Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS*. USU Press.
- Yeo, V. C. S.; Goh, S. K.; dan Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35(11), 150–162.