

DAMPAK LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI BANDAR LAMPUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19

IMPACT OF ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES ON CULINARY BUSINESS INCOME IN BANDAR LAMPUNG DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ANISA PRATIWI, DEWI MELIANA SARI*, AULIA ISMIYANI MUBARIQOH, M GUSTI ANDIKA, SILVIA AYU NURAINI, ANNISA FITRI

Program Studi Agribisnis Pangan, Politeknik Negeri Lampung

Email: anisatiwi1999@gmail.com, auliaismiyanimubariqoh@gmail.com,

andikalampung45@gmail.com, silviaayu0401@gmail.com, annisafitrihasibuan@polinela.ac.id

*E-mail corresponding: dewimelianasari185@gmail.com

ABSTRAK

Peraturan pembatasan sosial berskala besar mengharuskan masyarakat melakukan segala aktivitas di dalam rumah yang awalnya dilakukan di luar rumah, keadaan tersebut mengharuskan pengusaha kuliner untuk mencari solusi alternatif yang dapat digunakan pelaku usaha kuliner yaitu dengan menggunakan layanan *online food delivery* yang ditawarkan oleh aplikasi Grab dan GoJek. Tujuan penelitian menganalisis pendapatan usaha kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* dan usaha kuliner yang bukan pengguna layanan *online food delivery* pada masa pandemi Covid-19. Responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang pengusaha kuliner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan dan Uji Independent T-Test untuk mengetahui besarnya perbedaan pendapatan usaha kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan usaha kuliner bukan pengguna layanan *online food delivery*. Hasil penelitian pendapatan usaha kuliner menggunakan layanan *online food delivery* sebesar Rp 14.600.105,7 lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan usaha kuliner bukan pengguna layanan *online food delivery* sebesar Rp 7.265.263,267. Hasil dari nilai uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,398 \geq t$ tabel 2,00172 dan nilai *sig* (2-tailed) $0,02 < \alpha$ 0,05, sehingga terdapat perbedaan antara pendapatan pengusaha makanan pengguna layanan *online food delivery* dan bukan pengguna layanan *online food delivery*.

Kata Kunci: Uji Independent T-Test, Usaha kuliner, Layanan online food delivery, Covid-19

ABSTRACT

Large-scale social restriction regulations require people to do all activities in the house that were originally done outside the home, the situation requires culinary entrepreneurs to find alternative solutions that can be used by culinary businesses, namely by using online food delivery service offered by Grab and Gojek applications. The purpose of the study analyzed the income of culinary businesses that use online food delivery service and culinary businesses that are not users of online food delivery service during the Covid-19 pandemic. Respondents in this study as many as 60 culinary entrepreneurs. The analysis methods used in this study are revenue analysis and Independent T-Test Test to find out the magnitude of the difference in culinary business income of online food delivery service users with culinary businesses non-online food delivery service users. The results of the culinary business income research using online food delivery service amounted to Rp 14,600,105.7 higher than the income of culinary business non-online food delivery service users of Rp 7,265,263,267. The results of the t test value showed that the t value calculated $2.398 \geq t$ table 2.00172 and sig (2-tailed) value of $0.02 < \alpha$ 0.05, so there is a difference between the income of food entrepreneur online food delivery service users and non-online food delivery service users.

Keywords: Independent T-Test Test, Culinary business, Online food delivery service, Covid-19

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan masalah yang serius bagi bangsa Indonesia. Pemerintah menetapkan Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai upaya untuk menekan kenaikan kasus masyarakat yang terpapar Covid-19 yang terjadi sangat cepat. Dampak dari PSBB tersebut seluruh bidang industri, sektor pendidikan, layanan publik, seluruh tempat ibadah, pusat perbelanjaan, rumah makan, dan tempat wisata terpaksa dihentikan (Misno *et al.*, 2020). Indonesia menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan penyebaran virus ini dengan *physical distancing*. Penerapan PSBB di beberapa wilayah di Indonesia berakibat pada terkendalanya beberapa pasokan bahan pangan di Kota Bandar Lampung (Fitri *et al.*, 2020). Sektor utama yang mengalami ketidakstabilan akibat dari adanya pandemi global adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama sektor usaha kuliner makanan (Amri, 2020).

Sektor perdagangan dalam kategori industri olahan makanan merupakan salah satu sektor UMKM unggulan dalam struktur ekonomi provinsi Lampung (Bangsawan *et al.*, 2020). Berdasarkan data

Dinas UMKM dan Koperasi Provinsi Lampung (2020) jumlah UMKM di Provinsi Lampung sampai dengan Desember 2020 berjumlah 110.359 unit, dengan bidang usaha kuliner makanan sebanyak 355 unit. Hasil penelitian dari Amri (2020) pandemi Covid-19 berdampak pada penurunan pendapatan hingga penutupan usaha akibat aturan PSBB. Peraturan PSBB mengharuskan masyarakat melakukan segala aktivitas di dalam rumah yang awalnya dilakukan di luar rumah. Selain bekerja dan belajar dari rumah, masyarakat melakukan belanja dari rumah secara *online* (Ardianti *et al.*, 2020). Kondisi ini mengharuskan pelaku usaha kuliner menerapkan digitalisasi pada setiap kegiatan jual beli dan interaksi lainnya. Ariansyah (2020) menyatakan 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*. Kemampuan teknologi dan inovasi serta kreativitas pengusaha diperlukan dalam membaca peluang yang ada seperti dalam aspek distribusi produk (Chaerani, 2020). Salah satu solusi alternatif yang dapat digunakan pelaku usaha kuliner adalah layanan *online food delivery* yang ditawarkan oleh

aplikasi Grab dan GoJek (Suryadi & Ilyas, 2018).

Suryadi dan Ilyas (2018) suksesnya bisnis Pisang Besar merupakan dampak dari penerapan layanan pesan antar makanan secara *online* karena pendapatan terbesar diperoleh dari layanan layanan *online food delivery*. Pendapatan adalah biaya atau tunjangan dari unsur produksi (Helmalia, 2018). Pergantian total unsur barang yang dimanfaatkan dan pergantian ketahanan masing-masing unit faktor produksi dalam menghasilkan pendapatan (Rosyidi, 2003). Hasil analisis Walia (2017) membuktikan faktor *e-commerce* memberikan perubahan pada kenaikan anggaran. Orang wajib membuktikan untuk mengubah situasi mereka menjadi lebih baik, sama seperti penggunaan *e-commerce* berdampak pada perubahan dalam bisnis. Sekitar 75%-80% pendapatan berasal dari konsumen yang menggunakan aplikasi *Go Food* dan *Grab Food* memberikan kontribusi 40% dari total pendapatan sementara *Grab Food* menyumbang 60%. Salah satu penyebab perbedaan pendapatan adalah perbedaan jumlah kewajiban bagi hasil yang disetujui.

Hasil temuan studi empiris Laksamana (2019); Sari & Yuedrika (2019) transportasi *online* sangat membantu pengusaha dalam mendistribusikan

makanan ke pelanggan, meningkatkan pendapatan UMKM usaha kuliner melalui berbagai layanan dengan aplikasi ojek *online*. Menurut Anwar (2017) dengan menggunakan layanan transportasi *online*, pengantaran makanan oleh UMKM. Sektor kuliner dapat lebih mudah dan praktis, sehingga memperbesar jangkauan sasaran konsumen. Namun, tidak selamanya transportasi *online food* dan usaha *online* berdampak positif terhadap pengusaha kuliner. Menurut Yulianti (2019) di balik maraknya layanan *online food delivery*, terdapat risiko dan dampak yang signifikan. Harga produk yang dipesan *online* biasanya menjadi lebih murah dibandingkan harga di toko *offline*. Hal ini dapat membuat usaha *offline* menjadi sepi pembeli dan mengubah pola pikir masyarakat Indonesia untuk tidak lagi belanja secara *offline*. Hal tersebut disebabkan dengan belanja *online* lebih menguntungkan bagi masyarakat. Berdasarkan penelitian Laksamana (2019); Sari & Yuedrika (2019); Anwar (2017); dan Yulianti (2019) belum menunjukkan hasil yang konsisten mengenai dampak layanan *online food delivery*. Dengan pengusaha kuliner menggunakan layanan *online food delivery*, seharusnya memberikan dampak yang baik terhadap pendapatan. Hal ini dikarenakan dengan

adaya layanan *online food delivery* produk yang di jual dapat dikenal masyarakat luas melalui aplikasi *online*, sehingga jangkauan pasar semakin luas dan dapat meningkatkan pendapatan. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan usaha kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* dan usaha kuliner yang tidak menggunakan layanan *online food delivery* pada masa pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dideskripsikan dengan data kualitatif. Penggunaan metode kuantitatif dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Jenis penelitian ini adalah ekplanatif atau yang bersifat menerangkan, yaitu penelitian yang membahas mengenai adanya fenomena sosial yang terjadi. Penelitian eksplanatori dapat menguji korelasi antara dua atau lebih variabel baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya.

Lokasi dan Waktu Penelitian Penelitian ini berlokasi di Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* dipilih karena: 1) Jumlah UMKM usaha makanan di Bandar Lampung tertinggi, 2) Jumlah pengguna jasa *delivery online* tertinggi. Waktu

penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2021.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara pelaku usaha makanan yang menggunakan jasa *delivery online* dengan menggunakan kuesioner. Sebanyak 60 orang pengusaha kuliner dijadikan sampel dalam penelitian ini. Dimana 30 orang menggunakan jasa *delivery online* dengan asumsi populasi menyebar normal. Menurut teorema batas sentral (*central limit theorem*) untuk ukuran sampel yang cukup besar ($n \geq 30$), rata-rata sampel terdistribusi di sekitar rata-rata populasi yang mendekati distribusi normal (Cooper dan Emory, 1996). Sebagai pembanding yaitu pelaku usaha kuliner *non-delivery online* dengan cara *snowball* sebanyak 30 orang. Data sekunder diperoleh dari artikel, media masa, literatur-literatur, internet, serta instansi atau lembaga untuk mendapatkan data yang relevan dengan penelitian ini.

Pendapatan pengusaha makanan yang menggunakan layanan *online food delivery* dan pengusaha makanan yang tidak menggunakan layanan *online food delivery* pada masa pandemi Covid-19 dengan penerimaan yang diterima dikurangi dengan total biaya yang ada.

Rumus untuk mencari pendapatan adalah sebagai berikut:

$$\Pi = TR - TC$$

$$\text{Rumus } TR = P \cdot Q$$

$$\text{Rumus } TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

π = Pendapatan atau keuntungan

TR = *Total revenue* atau total penerimaan

TC = *Total cost* atau total biaya

P = *Price* atau harga

Q = *Quantity* atau jumlah

TFC = *Total Fixed Cost* atau total biaya tetap

TVC = *Total Variabel Cost* atau total biaya variabel

Analisis perbandingan dengan menggunakan (Uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perbedaan pendapatan antara pengusaha makanan yang menggunakan layanan *online food delivery* dan pengusaha makanan yang tidak menggunakan layanan *online food delivery*. Analisis uji perbandingan (Uji t) dapat digunakan dengan asumsi apabila dalam sebuah penelitian dalam objek yang sama dengan subjek yang berbeda. Seperti dalam penelitian ini dimana objek dari penelitian ini adalah usaha makanan di Kota Bandar Lampung dan subjeknya adalah pengusaha makanan yang menggunakan layanan *online food delivery* dan pengusaha makanan yang tidak

menggunakan layanan *online food delivery*. Pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS 24 adalah *Independent Sample T Test*. Interpretasi pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai uji statistik yang sesungguhnya dengan kriteria:

- a. $t_{hit} \leq t_{tabel}$, α 0,05 maka H_0 diterima H_1 ditolak, berarti tidak ada perbedaan antara pendapatan pengusaha makanan yang menggunakan layanan *online food delivery* dan pengusaha makanan yang tidak menggunakan layanan *online food delivery*
- b. $t_{hit} \geq t_{tabel}$, α 0,05 maka H_0 ditolak H_1 diterima, berarti ada perbedaan antara pendapatan pengusaha makanan yang menggunakan layanan *online food delivery* dan pengusaha makanan yang tidak menggunakan layanan *online food delivery*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di masa pandemi Covid-19, layanan pesan antar makanan *online* memberikan banyak keuntungan bagi para pengusaha kuliner. Salah satunya adalah pengusaha dapat menjangkau pelanggan secara luas, akibat adanya pembatasan interaksi yang disebabkan pandemi Covid-19 membuat

pelanggan yang awalnya sulit untuk membeli secara langsung, dengan tersedianya layanan *Go Food* dan *Grab Food* pelanggan bisa membeli hanya melalui aplikasi. Selain itu, layanan *food delivery* memiliki akses pendaftaran yang cukup mudah, sehingga pengusaha makanan dengan skala kecil maupun besar dapat bermitra dengan *Go Food* dan *Grab Food*.

Berdasarkan data yang didapatkan saat pengumpulan data diketahui usaha kuliner

yang menggunakan layanan *online food delivery* rata-rata penerimaannya sebesar Rp 23.826.000, rata-rata total biayanya adalah Rp 9.225.894,3 dan rata-rata pendapatan sebesar Rp 14.600.105,7. Sedangkan bukan pengguna layanan *online food delivery* rata-rata total penerimaannya sebesar Rp 15.577.250, rata-rata total biaya Rp 8.311.986,733, dan rata-rata pendapatan adalah Rp 7.265.263,267.

Tabel 1. Rata-rata Penerimaan, Total Biaya, dan Pendapatan Layanan *online food delivery* dan *Non-Layanan online food delivery*

Uraian	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
Layanan <i>online food delivery</i>	23.826.000	9.225.894,3	14.600.105,7
<i>Non-Layanan online food delivery</i>	15.577.250	8.311.986,733	7.265.263,267

Sebelum melakukan analisis *Independent Sample T Test* dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal apabila taraf signifikansinya $\geq 0,05$, sedangkan data yang tidak berdistribusi normal apabila taraf signifikansinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil uji normalitas didapatkan nilai *Kolmogrov-Smirnov Z* sebesar 1,162 dan nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,134, yang artinya bahwa data pendapatan pengusaha makanan dengan pengguna layanan *online*

food delivery dan bukan pengguna layanan *online food delivery* berdistribusi normal.

Setelah dilakukan uji normalitas dilanjutkan dengan Uji *Independent Sample T Test* atau uji perbandingan dilakukan untuk mengetahui tingkat perbandingan antara dua kelompok sampel yaitu perbedaan pendapatan antara pengusaha makanan pengguna layanan *online food delivery* dan *non layanan online food delivery*. Hasil perhitungan nilai uji t tabel 2 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,398 \geq t$ tabel 2,00172 dan nilai *sig (2-tailed)* $0,02 < \alpha 0,05$, sehingga

H1 diterima yaitu terdapat perbedaan antara pendapatan pengusaha makanan pengguna layanan *online food delivery* dan bukan pengguna layanan *online food delivery*.

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat perbedaan secara signifikan antara pengusaha makanan pengguna layanan *online food delivery* dan bukan pengguna layanan *online food delivery*. Dengan bermitra *Go Food* tidak memerlukan syarat-syarat yang sulit, bahkan cara penggunaan aplikasinya mudah, adanya *Go Food* dapat meningkatkan jumlah order harian, tidak kurang dari 50% merupakan pembeli melalui jasa *Go Food*, hal ini tentu meningkatkan jumlah pendapatan usahanya. *Go Food* dan *Grab Food* dinilai sangat memudahkan dan efisien, walaupun beberapa pengusaha makanan merupakan usaha rumahan, tetapi produknya dapat dikenal dengan luas karena tersedianya jasa iklan layanan *Go Food* dan *Grab Food*, dengan adanya *food delivery*, jumlah penjualan dan pendapatannya meningkat. Melalui aplikasi layanan *online food delivery* pelanggan dapat memesan makanan kapan saja dan dimana saja tanpa perlu mengunjungi usaha kuliner. Selain

itu, proses transaksinya pun singkat karena menggunakan bantuan internet. Hal ini akan membuat pelanggan merasa terbantu dan terstimulasi untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian ini sejalan dengan Pratama (2018), terdapat pengaruh positif layanan *food delivery* terhadap peningkatan pendapatan pengusaha kuliner yang bermitra di *Go Food*. Kegiatan promosi *Grab Food* dapat meningkatkan penjualan UMKM kuliner (Hermanto 2020). Dengan promosi melalui aplikasi, UMKM kuliner akan menarik pelanggan untuk membeli produknya lebih cepat. Wahyuni (2020) menyatakan seluruh responden mengungkapkan kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan biaya, memasarkan produk walau tanpa dapur bahkan salah satu responden hanya menggunakan gerobak sebagai lapak penjualan. Terkait hambatan seluruh responden mengungkapkan tidak ada hambatan yang berarti selama bergabung ke dalam aplikasi.

Tabel 2 Hasil Uji Independent Samples Test Layanan *online food delivery* dan *Non-Layanan online food delivery*

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Pendapatan	Equal variances assumed	9.563	.003	2.398	58	.020	7334842.433	3059165.832	1211256.701	13458428.17
	Equal variances not assumed			2.398	40.112	.021	7334842.433	3059165.832	1152573.185	13517111.68

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian membuktikan bahwa pendapatan usaha kuliner menggunakan layanan *online food delivery* sebesar Rp 14.600.105,7 yang menunjukkan lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan usaha kuliner bukan pengguna layanan *online food delivery* sebesar Rp 7.265.263,267.

Hasil uji nilai t menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,398 \geq t$ tabel 2,00172 dan nilai *sig (2-tailed)* $0,02 < \alpha$ 0,05, sehingga terdapat perbedaan antara pendapatan pengusaha makanan pengguna layanan *online food delivery* dan bukan pengguna layanan *online food delivery*.

Saran

Pengusaha kuliner yang tidak menggunakan layanan *online food delivery* sebaiknya beralih menggunakan layanan *online food delivery* karena berdasarkan penelitian ini terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan

antara pengusaha kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan bukan pengguna layanan *online food delivery*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Vokasi dan Profesi yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan dengan skema riset PKM-RSH tahun 2021, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. 2020. Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal brand*. 2 (1):123–130.
- Anwar, A. A. 2017. Online vs Konvensional Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar. *Jurnal Etnografi Indonesia*. 2 (2):220–246.
- Ardianti, P. N. H., Suwandewi, P. A. M., & Danini, A. R. D. 2020. Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19. Prosiding Webinar Nasional Peranan Perempuan/Ibu dalam Pemberdayaan Remaja di Masa Pandemi COVID-19. Universitas Maha Saraswati. Bali: Indonesia.

- Ariansyah, Najib, M., & Munandar, J. M. 2020. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Konsumen untuk Membeli Produk Melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*. 11 (2):83–90.
- Bangsawan, S., Mahrinasari, M.S., Susilawati, Saftarina, F. 2020. Pengembangan Kemasan Zero Plastic Serta Label Sehat-Halal Produk Tahu Tempe (Zero Plastic Packaging And Halal-Healthy Label Development Of Tahu Tempe Products). Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi, dan Komunitas 4. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. 2020. Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*. 9 (4):275-282.
- Cooper DR, Emory CW. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid 1. Gunawan E, penerjemah. Jakarta (ID): Erlangga.
- Dinas Koperasi dan UMKM, “Capaian Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung Tahun 2020”. (Renstra 2020).
- Fitri, A., Margasaty F., Kusmaria, Desfaryani, R., Dewi, V. U. 2020. Peramalan Harga Minyak Goreng di Tengah Pandemi Covid-19 Kota Bandar Lampung. *DwijenAGRO*. 10 (1):21–26
- Helmalia. 2018. Pengaruh E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 3 (2):237-246.
- Hermanto, D. 2020. *Analisa Strategi Co Branding dan Online Delivery Food dalam Peningkatan Pendapatan pada Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) Kuliner Khas Kudus*. Doctoral dissertation. IAIN KUDUS.
- Laksamana, R., & Giovanni, J. 2019. Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap Transportasi Online di Wilayah Kalimantan. *Jurnal Motivasi*. 15 (1):48-54.
- Misno, A. B. P., Junediyono., Nurhadi. 2020. *Covid-19*. Pustaka Amma Alamiah. ISBN: 978-623-92323-5-1.
- Pratama, Y., Ferawati, R., & Rusliani, H. (2018). *Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Go-Jek Jambi)* (Doctoral dissertation, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI).
- Rosyidi, S. 2003. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta (ID): Grafindo Persada. Jakarta.
- Sari, E. P., & Yuedrika, T. 2019. Analisis Pengaruh Transportasi Online Terhadap Kesempatan Kerja Dan Kesejahteraan Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. 4 (2):100–113.
- Suryadi, D. F., & Ilyas, M. I. F. 2018. Adopsi Layanan online food delivery Service Bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Big Bananas). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP2M)*. 2018. 75–80.
- Wahyuni, S. 2020. Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di

- Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan). Doctoral dissertation. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Walia, N. 2017. Pengaruh E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Kripik Pisang Bandar Lampung ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, Bandar Lampung.
- Yulianti, E. 2019. Dampak Online Shop, Keuntungan dan Risikonya. Republik.co.id. URL: <https://republika.co.id/berita/kolom/wacana/19/05/10/pra2b0257-dampak-online-shop-keuntungan-dan-risikonya>. Diakses tanggal 13 Maret 2021.