

**ANALISIS PENDAPATAN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI USAHA  
MIKRO KECIL MENENGAH KULINER PENGGUNA LAYANAN  
ONLINE FOOD DELIVERY DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

***INCOME ANALYSIS AND FACTORS AFFECTING MICRO SMALL MEDIUM  
ENTERPRISES CULINARY SERVICE USERS ONLINE FOOD DELIVERY  
IN BANDAR LAMPUNG CITY***

**DEWI MELIANA SARI\*<sup>1</sup>, TEGUH BUDI TRISNANTO<sup>2</sup>, NUNI ANGGRAIN<sup>3</sup>,  
FADILA MARGA SATY<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>\* Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung

<sup>2</sup> Dosen Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung

<sup>3</sup> Dosen Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung

<sup>4</sup> Dosen Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung

\*E-mail corresponding: dewimelianasari185@gmail.com

**ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 menyebabkan ketidakstabilan perekonomian terutama pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor usaha kuliner makanan. Adanya Covid-19 membuat pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan yang membatasi pergerakan masyarakat sehingga pelaku UMKM kuliner perlu melakukan digitalisasi pada kegiatan jual belinya. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pendapatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung. Sampel yang digunakan sebanyak 70 UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* yang menjual menu ayam geprek dan bakso. Metode analisis data menggunakan analisis pendapatan dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pendapatan UMKM Kuliner pengguna layanan *online food delivery* dalam satu bulan sebesar Rp 12.743.172. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* adalah harga, lama jam operasional, jumlah order, dan lama usaha.

**Kata kunci:** layanan *online food delivery*, pendapatan, UMKM

**ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic has caused economic instability, especially for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary food business sector. The existence of Covid-19 has made the government issue various policies that limit the movement of people so that culinary MSME actors need to digitize their buying and selling activities. This study aims to analyze the income and the factors that influence the income of culinary SMEs using online food delivery services in Bandar Lampung City. The sample used as many as 70 culinary SMEs users of online food delivery services that sell geprek chicken and meatball menus. Methods of data analysis using income analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that the income value of Culinary MSME users of online food delivery services in one month was Rp. 12,743,172. Factors that have a significant effect on the income of culinary SMEs using online food delivery services are price, length of operating hours, number of orders, and length of business.*

**Keywords:** *online food delivery service, income, MSME*

## PENDAHULUAN

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

Kuliner adalah hasil olahan pangan berupa makanan, lauk pauk, dan minuman yang diolah sedemikian rupa untuk metabolisme tubuh manusia. Oleh karena itu, usaha kuliner sangat dibutuhkan karena manusia selalu membutuhkan makanan (Ariansyah *et al.*, 2020). Kuliner terdiri dari kuliner olahan pangan nabati dan olahan pangan hewani. Panuhun (2012) mengungkapkan pangan hewani lebih berkualitas karena mengandung komposisi asam amino yang lengkap. Pangan hewani selain memiliki protein yang tinggi juga mengandung berbagai nutrisi mineral yang tinggi (kalsium, zat besi, seng, dan

selenium), dan vitamin B12. Kuliner dari olahan pangan hewani yang mudah didapatkan adalah ayam geprek dan bakso. Kemudahan dalam mendapatkan ayam geprek dan bakso dikarenakan menu tersebut populer di kalangan masyarakat dan banyak diminati sehingga banyak UMKM kuliner yang menjualnya. Adanya dukungan teknologi dan informasi pada pelaku usaha khususnya UMKM sebagai *start up* yang didukung oleh kebijakan pemerintah (Saty, 2018) memudahkan konsumen dalam mendapatkan 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.

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

Dunia usaha Lampung saat ini didominasi oleh usaha yang tergolong dalam Usaha Mikro Kecil (UMK). Hasil Sensus Ekonomi Tahun 2016 (SE2016) lanjutan dari Badan Pusat Statistika, Tahun 2017 menunjukkan jumlah UMK mencapai 770 ribu usaha atau mencapai 99,17% dari seluruh usaha di Lampung. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar penduduk Lampung bekerja pada usaha mikro dan kecil, di seluruh kabupaten/kota tanpa terkecuali. Jika dilihat dari lapangan usahanya, kegiatan usaha perdagangan merupakan usaha yang paling banyak diminati masyarakat dalam Usaha Mikro Kecil. UMK kategori Akomodasi Makan Minum terbanyak terdapat di Kota Bandar Lampung yaitu sekitar 20 ribu usaha (24 persen). Sebagai kota yang memiliki persentase tertinggi UMK kategori akomodasi makan minum di Lampung pada Tahun 2017 dan tentunya akan semakin berkembang, Kota Bandar Lampung pasti terkena dampak yang signifikan dari adanya pandemi Covid-19 yang tengah menyerang.

Adanya Covid-19 membuat pemerintah menetapkan berbagai peraturan untuk meminimalisir penyebaran Covid-19, mulai dari *lockdown*, *social distancing*, dan *physical distancing*. Akibat permasalahan masyarakat yang terkena

Covid-19 terus mengalami peningkatan secara cepat, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 berkenaan dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Setelah pemberlakuan PSBB, pemerintah menerapkan kebijakan PPKM (Pelaksanaan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Seluruh sektor industri, bidang pendidikan, pelayanan publik, tempat ibadah, pusat perbelanjaan, rumah makan, hingga tempat wisata terpaksa dihentikan akibat terdampak Covid-19 (Misno *et al.*, 2020).

Ariansyah *et al.* (2020) mengungkapkan peraturan PSBB berpengaruh terhadap proses jual beli produk usaha kuliner, yang biasanya jual beli dilakukan secara langsung, akan tetapi saat ini perlu menggunakan jasa transportasi *online*. Aturan PSBB pada masa pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan pendapatan bahkan sampai penutupan usaha (Amri, 2020). Kondisi ini membuat pelaku usaha kuliner perlu menerapkan digitalisasi di setiap kegiatan jual beli dan interaksi lainnya. Salah satu alternatif solusi yang dapat digunakan oleh pengusaha kuliner yaitu layanan pesan antar makanan secara *online* yang ditawarkan aplikasi Grab dan GoJek (Suryadi dan Ilyas, 2018).

Anwar (2017) menyatakan penggunaan layanan transportasi *online* oleh UMKM kuliner membuat pengantaran makanan menjadi lebih mudah dan praktis, sehingga memperluas jangkauan sasaran konsumen. Hasil temuan studi empiris Laksamana dan Giovanni (2019); Sari dan Yuedrika (2019) layanan transportasi *online* memudahkan pelaku usaha dalam mengantarkan makanan ke pelanggan, meningkatkan pendapatan usaha kuliner dengan adanya berbagai layanan di aplikasi ojek *online*. Berbagai kemudahan yang dirasakan oleh UMKM sektor kuliner setelah menggunakan layanan *online food delivery* diharapkan dapat meningkatkan pendapatan saat pandemi Covid-19. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis pendapatan UMKM kuliner yang telah menggunakan layanan *online food delivery*.

Wardiningsih (2021) menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap omzet penjualan UMKM kuliner partner GoFood di Kota Solo adalah jam kerja operasional, jumlah order, dan biaya produksi. Penelitian yang telah dilakukan Indraswari dan Kusuma (2018) menyatakan faktor harga, jam operasional, dan jumlah order berpengaruh bagi pendapatan pengusaha rumah makan pengguna aplikasi GoFood. Oktaviana *et*

*al.* (2021) mengatakan bahwa modal, biaya produksi, jumlah tenaga kerja, serta tingkat pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Mustofa dan Arief (2021) menyatakan pendapatan UMKM di Kelurahan Bubutan Kota Surabaya dipengaruhi oleh modal, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha.

Hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan Wardiningsih (2021), Indraswari dan Kusuma (2018), Oktaviana *et al.* (2021), serta Mustofa dan Arief (2021) menunjukkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner. Sehingga analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM sektor kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung perlu dilakukan untuk melihat apakah faktor harga, lama jam operasional, jumlah order, tenaga kerja, dan lama usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

Tujuan penelitian adalah menganalisis pendapatan UMKM sektor kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Penelitian dilakukan di Kota Bandar Lampung. Penentuan daerah dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan jumlah UMK kategori Akomodasi Makan Minum terbanyak terdapat di Kota Bandar Lampung. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2022 – Juli 2022.

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 125 UMKM dan bakso sebanyak 106 UMKM sehingga totalnya 231 UMKM. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin (Silaen, 2014) yaitu sebagai berikut.

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

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel  
 $N$  : Jumlah populasi  
 $e$  : *error*

sehingga didapatkan sampel sebanyak 70 UMKM. 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 38 UMKM dan bakso sebanyak 32 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memperhatikan tingkatan (*strata*) yaitu berdasarkan *rating* di aplikasi GoFood dengan *rating* minimal 4,5.

Analisis Pendapatan dilakukan untuk mengetahui pendapatan UMKM kuliner yang menggunakan layanan *online food delivery* di Kota Bandar Lampung yang dihitung dengan penerimaan yang diterima dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan. Rumus untuk mencari pendapatan adalah sebagai berikut:

$$\Pi = TR - TC$$

dengan:  $TR = P \cdot Q$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

$\Pi$  : 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 Variable Cost* atau Total Biaya Variabel

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 ( $X_1$ ), lama jam operasional ( $X_2$ ), jumlah order ( $X_3$ ), jumlah karyawan ( $X_4$ ), dan lama usaha ( $X_5$ ). Model analisis faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* adalah sebagai berikut:

$$\ln \hat{Y} = b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5 + e$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  : Pendapatan (Rp)  
 $b_0$  : Konstanta  
 $X_1$  : Harga (Rp)  
 $X_2$  : Lama jam operasional (jam)  
 $X_3$  : Jumlah order (porsi)  
 $X_4$  : Jumlah karyawan (orang)  
 $X_5$  : Lama usaha (tahun)  
e : error

Tanda dan besaran parameter yang diharapkan adalah  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 > 0$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

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)		
21-30	9	13
31-40	34	48
41-50	23	33
51-60	4	6
2. Jenis Kelamin		
Laki-laki	41	59
Perempuan	29	41
3. Tingkat Pendidikan		
SD	2	3
SMP	15	21
SMA	45	64
Perguruan Tinggi	8	12
4. Lama Usaha (tahun)		
0-10	56	80
11-20	7	10
21-30	4	6
31-40	3	4
Total	70	100

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

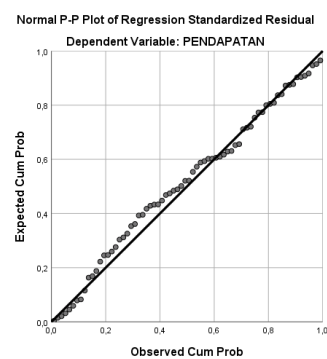
Tabel 1 menunjukkan bahwa pengusaha UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* mayoritas berumur 31-40 tahun, berjenis kelamin laki-laki, paling banyak memiliki tingkat pendidikan SMA, dan menjalankan usaha 0-10 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM kuliner memiliki umur yang produktif 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 meskipun pada masa pandemi Covid-19. 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 pandemi Covid-19.

### **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 sig lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Basuki dan Prowoto, 2016). 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 memenuhi asumsi

normalitas jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

<b>Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov</b>	
Nilai signifikansi	0,200

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

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

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel bebas. Model regresi yang baik yaitu tidak ada korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2018). Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*) jika kurang dari 0,1 dan lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas tetapi jika lebih dari 0,1 dan kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Toleransi	VIF
Harga (X <sub>1</sub> )	0,675	1,480
Lama Jam Operasional (X <sub>2</sub> )	0,892	1,121
Jumlah Order (X <sub>3</sub> )	0,533	1,875
Jumlah Karyawan (X <sub>4</sub> )	0,671	1,490
Lama Usaha (X <sub>5</sub> )	0,652	1,533

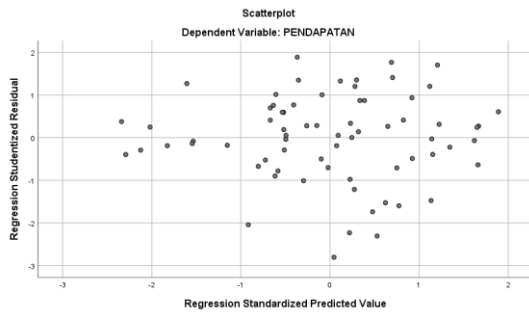
Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai toleransi dan VIF dari masing-masing variabel yaitu variabel harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,675 dan 1,480, lama jam operasional (X<sub>2</sub>) sebesar 0,892 dan 1,121, jumlah order (X<sub>3</sub>) sebesar 0,533 dan 1,875, jumlah karyawan (X<sub>4</sub>) sebesar 0,671 dan 1,490, dan lama usaha (X<sub>5</sub>) sebesar 0,652 dan 1,533. Nilai toleransi > 0,1 dan VIF < 10 dari masing-masing variabel sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah terjadi perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Gujarati, 1995). Cara mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas dalam model regresi dengan program SPSS adalah dengan analisis grafik dengan kriteria uji jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas juga bisa dilakukan dengan uji *Glejser* yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai



sig. > 0,05 maka terjadi homoskedastisitas, tetapi apabila nilai sig. < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik terdapat pada gambar 2 dan uji Glejser terdapat pada tabel 4.



**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Gambar 2 yaitu hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik menunjukkan 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.

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.
Konstanta	0,619
Harga (X <sub>1</sub> )	0,672
Lama Jam Operasional (X <sub>2</sub> )	0,824
Jumlah Order (X <sub>3</sub> )	0,345
Jumlah Karyawan (X <sub>4</sub> )	0,469
Lama Usaha (X <sub>5</sub> )	0,753

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Tabel 4 menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 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.

Uji autokorelasi bertujuan 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 pengujian autokorelasi dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi**

Keterangan	Nilai
Durbin Watson	2,067
Durbin Lower	1,433
Durbin Upper	1,802

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai DW yaitu 2,067 sehingga lebih besar dari DU, dan nilai 4-DW yaitu 1,933 sehingga lebih besar dari DU. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif dan tidak terjadi autokorelasi negatif, sehingga bebas dari autokorelasi.

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 Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien	T	Sig.
Konstanta	3,772	1,842	0,070
Harga (X <sub>1</sub> )	0,882	4,454	<b>0,000</b>
Lama Jam Operasional (X <sub>2</sub> )	0,242	2,604	<b>0,011</b>
Jumlah Order (X <sub>3</sub> )	0,711	7,059	<b>0,000</b>
Jumlah Karyawan (X <sub>4</sub> )	-0,068	-1,094	0,278
Lama Usaha (X <sub>5</sub> )	0,096	2,617	<b>0,011</b>

$R^2 = 0,704$

F hitung = 30,489 dengan Sig. = 0,000

F tabel = 2,358

T tabel = 1,998

Sumber: Analisis Data Primer (2022)

*R square* atau disebut koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi seluruh variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas (*explanatory variables*). Hasil koefisien determinasi pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,704 yang berarti variabel bebas yaitu harga (X<sub>1</sub>), lama jam operasional (X<sub>2</sub>), jumlah order (X<sub>3</sub>), jumlah karyawan (X<sub>4</sub>) dan lama usaha (X<sub>5</sub>) mampu menjelaskan pendapatan UMKM kuliner pengguna *online food delivery* sebesar 70,4% sedangkan sisanya yakni sebesar 29,6% 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  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau jika signifikansi  $F > \alpha$  : H<sub>0</sub> diterima, sedangkan jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau jika signifikansi  $F < \alpha$  : H<sub>1</sub> diterima. Hasil uji F terdapat pada Tabel 6 yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 30,489 dengan signifikansi F 0,000. Sehingga nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau signifikansi  $F < \alpha$  yaitu 30,489 > 2,358 atau 0,000 < 0,05 artinya H<sub>1</sub> 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  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau jika signifikansi  $t > \alpha$  : H<sub>0</sub> diterima, sedangkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau jika signifikansi  $t \leq \alpha$  : H<sub>1</sub> diterima. Pengujian dilakukan pada taraf nyata ( $\alpha$ ) 5%. Tabel 6 menunjukkan nilai koefisien dari fungsi cobb-douglas (b) sehingga didapatkan persamaan:

$$Y = 3,772 + 0,882 X_1 + 0,242 X_2 + 0,711 X_3 - 0,068 X_4 + 0,096 X_5$$

Keterangan:

- Y : Pendapatan (Rp)  
b<sub>0</sub> : Konstanta  
X<sub>1</sub> : Harga (Rp)  
X<sub>2</sub> : Lama jam operasional (jam)  
X<sub>3</sub> : Jumlah order (porsi)  
X<sub>4</sub> : Jumlah karyawan (orang)  
X<sub>5</sub> : Lama usaha (tahun)

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

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 (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 20 menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan nilai koefisien 0,882. Sehingga semakin tinggi harga jual makanan per porsi maka pendapatan yang

diterima juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rasyid *et al.* (2012) bahwa variabel harga jual dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pengumpul ayam potong di Kota Makassar. Indraswari dan Kusuma (2018) menyatakan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang.

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 20 menunjukkan nilai sig. variabel lama jam operasional sebesar  $0,011 < 0,05$  sehingga secara parsial variabel lama jam operasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan koefisien sebesar 0,242. Artinya semakin lama jam operasional UMKM kuliner menjalankan usahanya dalam satu hari, maka pendapatan yang akan didapatkan juga akan meningkat. Frekuensi lama jam operasional dapat mempengaruhi jumlah order, karena dengan semakin besar jam kerja yang dimanfaatkan akan berpotensi untuk menerima order yang lebih banyak

sehingga pendapatan yang dicapai akan semakin besar. Sesuai dengan temuan Indraswari dan Kusuma (2018) dan Wardiningsih (2021) yang menyatakan lama jam operasional berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan.

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 sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien 0,711. Artinya semakin banyak jumlah order makanan dari konsumen maka akan semakin meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Hal ini sesuai dengan penelitian Wardiningsih (2021) dan Indraswari dan Kusuma (2018) yang menyatakan bahwa jumlah order berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, sehingga apabila jumlah order meningkat maka pendapatan juga akan meningkat.

Jumlah karyawan adalah banyaknya tenaga kerja yang bekerja di UMKM kuliner dan mendapatkan gaji atau upah. Variabel jumlah karyawan memiliki nilai sig. 0,278 dan nilai koefisien -0,68 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 berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery* dengan nilai sig.  $0,011 < 0,05$  dan nilai koefisien 0,096. Artinya semakin lama usaha didirikan akan meningkatkan pendapatan usaha. Hal ini karena semakin lama usaha maka akan lebih dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih

memilih untuk membeli di tempat tersebut daripada di tempat yang baru diketahui. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Zulfikar (2020) dan Mustofa dan Arief (2021) yang menyatakan bahwa lama usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian adalah hasil perhitungan pada analisis pendapatan didapatkan nilai pendapatan UMKM Kuliner pengguna layanan *online food delivery* dalam satu bulan adalah sebesar Rp 12.743.172. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel harga, lama jam operasional, jumlah order, dan lama usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner pengguna layanan *online food delivery*.

### Saran

Peran pemerintah sangat diharapkan di jaman modern ini, guna menumbuh kembangkan iklim usaha yang kondusif bagi pelaku UMKM. Selanjutnya, diharapkan bagi para pembaca, terutama pihak yang berkepentingan bisa mengerti mengenai UMKM. Adanya pemahaman yang lebih akan mendorong masyarakat untuk mengembangkan dan memajukan

UMKM sehingga dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja, mampu mengurangi pengangguran dan dapat mengurangi kemiskinan serta majunya perekonomian masyarakat.

Penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel-variabel lain yang belum diamati pada penelitian ini misalnya modal usaha, tingkat pendidikan, keikutsertaan organisasi dan variabel lainnya dengan penggunaan sampel penelitian yang lebih banyak.

## 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.
- Ariansyah, Najib, M., dan Munandar, J. M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Konsumen untuk Membeli Produk Melalui *E-Commerce*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*. 11 (2): 83–90.
- Badan Pusat Statistika. 2019. *Usaha Mikro Kecil (UMK) Menurut Sektor Dominan dan Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung*.
- Basuki, A.T., dan Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Jakarta : Rajawali Pers.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (1995). *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa Sumarno Zain. Jakarta : Erlangga.
- Indraswari, A., dan Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi GoFood bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*. 2 (1) : 63-73.
- Iskandar, D., dan Octaviani, A. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Kuliner Pasca Dibukanya Jalan Tol di Wilayah Surakarta. *AKTUAL : Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 6 (1) : 40–46.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2019. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 – 2019*.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Laksamana, R., dan Giovanni, J. (2019). Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap Transportasi Online di Wilayah Kalimantan. *Jurnal Motivasi*. 15 (1) : 48-54.
- Mahayasa, I. B. A., & Yuliarmi, N. N. (2017). Pengaruh Modal, Teknologi dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi dan Pendapatan Usaha Kerajinan Ukiran Kayu di Kecamatan Tembuku. *EP UNUD*. 6(8) : 1510–1543.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Pustaka Setia.
- Misno, A. B. P., Junediyono., Nurhadi. (2020). *Covid-19*. Pustaka Amma Alamiah. ISBN: 978-623-92323-5-1.
- Mustofa, M. A., dan Arief, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kelurahan Bubutan Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 6(1) : 53–62.
- Oktaviana, W., Ansofino, dan Putri, Y.E. (2021). Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Jumlah Tenaga Kerja dan Tingkat Pendidikan terhadap Pendapatan UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Horizon Pendidikan*. 1 (2) : 367–383.
- Panuhun. (2012). *Daging sebagai Protein Hewani yang Aman, Sehat, Utuh, dan Halal*. <http://daging sapi/protein/Panuhun.htm>. Diakses pada Desember 2021.
- Prawira, A., dan Mutmainah, S. (2019). Pengaruh Modal, Jam Kerja, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM Berbasis Kuliner Di Kecamatan Banjarmasin Timur. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. 2(3) : 576–589.
- Rasyid, T., Kasim, S. N., Kurniawan, M. E. (2012). Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Pedagang Pengumpul Ayam Potong. *Universitas Hasanuddin, 1*, 1–8. Retrieved from <http://docplayer.info/37702988->

Pengaruh-harga-jual-dan-volume-  
penjualan-terhadap-pendapatan-  
pedagang-pengumpul-ayam-  
potong.html

- Sari, E.P., dan Yuedrika, T. (2019). Analisis Pengaruh Transportasi *Online* terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 4 (2) : 100–113.
- Saty, F. M., Apriyani, M., Supriyatna, A. R. (2018). Persepsi Pelaku UMKM terhadap Penerapan e-Bisnis Pertanian di Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian VII*. Politeknik Negeri Lampung. pp. 1-7.
- Situmorang. (2010). *Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS*. Medan: USU Press.
- Suryadi, D. F., dan Ilyas, M. I. F. (2018). Adopsi *Online Food Delivery Service* bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Big Bananas). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP2M)*. 75–80.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal brand*. 2(1): 147–153.
- Wardiningsih, S. S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan UMKM Kuliner Partner Gofood di Kota Solo. *e-Journal UINSRI*. doi : 10.33061
- Zulfikar. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha UMKM Sektor Kuliner di Kota Medan. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara.