



# International Journal Administration, Business & Organization

E-ISSN 2721-5652

Available at <https://ijabo.a3i.or.id>

International Journal Administration, Business and Organization, Vol. 2 (1), 2021: 44-50

## **Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Food Delivery Services Terhadap Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Kota Bandung, Indonesia)**

*Analysis of The Effect of Using Food Delivery Services Applications on The Sales Of SMES During The Covid-19 Pandemic (Study In Bandung City, Indonesia)*

**Alinda Devi Sofia<sup>1</sup>; Sепthara Adhityo Rohman<sup>2</sup>, Harmon Chaniago<sup>\*3</sup>**

Email: 1). [alinda.devi.abs18@polban.ac.id](mailto:alinda.devi.abs18@polban.ac.id); 2). [septhara.adhityo.abs18@polban.ac.id](mailto:septhara.adhityo.abs18@polban.ac.id);

<sup>\*3</sup>[Corresponding author: harmon@polban.ac.id](mailto:harmon@polban.ac.id)

Commerce Administration Department, Politeknik Negeri Bandung, Indonesia<sup>123</sup>

### **ABSTRACT**

The current COVID-19 pandemic has forced some businesses to reduce their business activities and some even have to close their businesses. One of the businesses that is directly affected is the culinary field of Small and Medium Enterprises. However, the application of food delivery services is like a breath of fresh air for business people, people still use this service to meet their needs. The purpose of this study was to see how much influence the use of food delivery services applications for Small and Medium Enterprises during the COVID-19 pandemic took place. The method used is linear regression analysis. The results showed that the application of food delivery services can increase the sales of MSME in the food sector in Bandung, Indonesia.

**Keywords:** SMEs, Food Delivery Services Application, Sales Increase

JEL Classifications: L29, L87, M31

### **ABSTRAK**

Pandemi COVID-19 yang sedang melanda saat ini membuat sebagian usaha harus mengurangi kegiatan usahanya bahkan ada yang harus menutup usahanya. Salah satu usaha yang terdampak langsung adalah Usaha Kecil Menengah bidang kuliner. Namun adanya aplikasi *food delivery services* seperti menjadi angin segar bagi para pelaku usaha, masyarakat masih menggunakan jasa ini untuk memenuhi kebutuhannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh dari penggunaan aplikasi *food delivery services* pada Usaha Kecil Menengah saat pandemik COVID-19 berlangsung. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan aplikasi *food delivery services* dapat meningkatkan penjualan UMKM sektor makanan di Kota Bandung, Indonesia.

**Kata Kunci:** UMKM, Aplikasi *Food Delivery Services*, Peningkatan Penjualan

JEL Klasifikasi: L29, L87, M31

## LATAR BELAKANG

Pada masa pandemik covid-19, ekonomi merupakan aspek yang terkena dampak cukup besar selain aspek kesehatan. Dampak yang dirasakan di Indonesia mulai dari kinerja pasar modal yang turun, angka pengangguran yang naik, kemiskinan bertambah, dan dunia usaha yang merugi. Kondisi ini jelas membuat produksi para pelaku usaha pun menurun, diperparah lagi dengan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membatasi gerak masyarakat dan diminta berdiam diri dirumah.

Penerapan PSBB yang dilakukan pemerintah mengakibatkan sebagian besar orang melakukan kegiatan sehari-hari didalam rumah, entah itu bekerja maupun sekolah. Pengaruh pandemik ini tidak hanya terasa di sisi pekerjaan saja, tetapi dirasakan juga oleh semua orang pada semua lini perkerjaan. Ada beberapa akibat pandemik Covid-19, diantaranya konsumen *offline* mulai beralih menjadi *online*. Adanya perubahan yang dilakukan, mengindikasikan para pelaku usaha mengubah strateginya untuk bertahan dan mengembangkan usahanya. Artinya strategi tersebut tidak dapat dikategorikan kepada fokus harga, produk bahkan keunggulan bersaing, karena penggunaannya sangat bergantung pada keadaan masing-masing UMKM (Efawati & Harmon, 2018).

Beberapa kebutuhan yang diperlukan seperti perlengkapan sehari-hari, makanan, pakaian, perlengkapan kesehatan dan sebagainya mereka harus beli secara online, atau *home delivery*. Pembelian makanan di restoran ini dilakukan melalui *delivery order* atau via ojek online yang menjadi kebiasaan baru dan diprediksi akan berlangsung cukup lama. Kedua, konsumen cenderung menjaga jarak dan semakin senang dengan kesendiriannya dan menjauhi dengan orang lain secara langsung sebagai bentuk pengamanan dirinya. Ketiga, timbulnya kepedulian gaya hidup sehat semakin tinggi. Konsumen semakin kritis memperhatikan barang dan pelayanan yang diterima, apakah sesuai standar kesehatan atau tidak. Sebagian orang menjaga kesehatannya dengan mengkonsumsi makanan sehat, minuman sehat, suplemen dan vitamin, melakukan olahraga dan meditasi.

Efek pandemik di atas, membuat para pelaku usaha beradaptasi dan bertahan di tengah pandemik. Ada yang mulai membatasi jam buka usaha hingga gulung tikar karena sepiya pelanggan. Namun seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, terdapat banyak aplikasi yang dapat memudahkan untuk memenuhi kebutuhan manusia, seperti *food delivery services* yang terdapat pada aplikasi ojek online. Aplikasi ini digunakan oleh konsumen untuk memesan makanan yang aman dan terjamin kebersihannya. Disatu sisi pelaku usaha tetap menjalankan usahanya di masa pandemik dan juga membantu para ojek online mendapatkan penghasilan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### UMKM dan Penjualan

Pengertian UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah suatu jenis kegiatan bisnis yang dijalankan dengan skala kecil atau menengah dan bukan bagian dari anak perusahaan. Usaha kecil ini memiliki pendapatan kurang dari

200 juta dan memiliki jumlah karyawan kurang dari 20 orang (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008: UMKM).

### **Penjualan UMKM**

Penjualan adalah aktivitas perusahaan/perorangan untuk mencari pembeli, merencanakan kegiatan promosi, dan memotivasi konsumen agar segera melakukan transaksi sesuai harga tertentu. Konsep penjualan berasumsi bahwa konsumen akan membeli barang selama harga bersaing dan barang berkualitas (Chaniago, 2020). Penjual sebaiknya menginformasikan dan mempromosikan barang-barangnya dengan berbagai cara, termasuk menyediakan aplikasi untuk mempermudah konsumen melakukan transaksi. Swasta (2001) menyatakan penjualan seni dan ilmu mempengaruhi seseorang dengan tujuan agar bersedia membeli dan membayar barang yang ditawarkan. Penjualan UMKM yang dimaksudkan disini adalah usaha menjual berbagai hasil produk perusahaan UMKM, mempromosikannya dan berusaha mendorong konsumen untuk bertransaksi sesuai harga yang ditawarkan.

### **Aplikasi Komputer**

Aplikasi komputer (biasanya disebut dengan sebutan “aplikasi” saja) adalah perangkat lunak yang dirancang untuk memproses data yang berfungsi untuk tujuan tertentu. Biasanya aplikasi juga dapat digabungkan dengan perangkat tertentu yang dapat memunculkan makna baru sehingga dapat menangani suatu masalah tertentu. Dijaman serba canggih ini, ada aplikasi yang disebut dengan aplikasi mobile.

Aplikasi mobile berasal dari kata *application dan mobile*. *Application* yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan (Buyens, 2001). Sehingga aplikasi menurut istilahnya yang berarti perangkat lunak, dirancang untuk menjalankan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain. Sedangkan mobile dapat diartikan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Mobile sendiri mengandung arti bergerak atau berpindah. Sehingga aplikasi mobile adalah aplikasi yang dapat berjalan di perangkat lunak. Dengan menggunakan aplikasi mobile, pengguna dengan mudah melakukan berbagai macam aktivitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, browsing dan lain sebagainya (Purnama, 2010). Beberapa aplikasi mobile ada yang spesifik kegunaannya, seperti: untuk pemesanan makanan, pembelian barang-barang tertentu atau jasa.

Penjelasan di atas memberikan pengertian aplikasi mobile adalah sebuah perangkat lunak yang dirancang untuk melakukan suatu kegiatan, dilakukan dimana saja dan kapan saja dan dalam pengopersiannya berjalan melalui perangkat mobile. Melalui aplikasi mobile, pengguna dengan mudah mengakses sejumlah informasi penting melalui handphone atau smartphone yang sudah terkoneksi dengan internet. Aplikasi mobile memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk mendapatkan informasi terbaru secara portable dimana pun dan kapan pun, selama pengguna perangkat mobile berada pada area yang terjangkau oleh internet. Manfaat lain dari aplikasi mobile ini adalah mempermudah proses pemasaran bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dengan mudah memasarkan produknya menggunakan aplikasi mobile. Produk-produk mereka dengan mudah

di tampilkan dan dipromosikan. Pelaku usaha pun bisa mendesain tampilan aplikasi penjualannya dan mencantumkan harga dari produk mereka.

Hal lainnya konsumen juga bisa dengan mudah menemukan produk yang mereka inginkan menggunakan aplikasi mobile, seperti: pemesanan makanan secara online. Saat masa pandemik yang belum bisa diprediksi, pemesanan makanan atau barang secara online merupakan solusi yang tepat tanpa takut untuk keluar rumah.

### ***Food Delivery Services***

Dalam istilah aplikasi mobile, Hermawan & Kurnia (2014), mengartikan pemesanan adalah proses, pembuatan, cara memesan atau memesankan. Istilah *booking* sama artinya dengan pemesanan. Pemesanan barang merupakan salah satu proses bisnis, dimana konsumen memesan sejumlah barang pada penjual. Pemesanan merupakan kegiatan yang melampirkan sejumlah daftar barang/jasa yang diminta beserta jumlah atau kriteria kepada pihak yang menyediakan barang/jasa tersebut (Hery, 2015:165). Kesimpulannya pemesanan barang adalah suatu kegiatan transaksi yang melampirkan serangkaian daftar barang/jasa yang telah diminta untuk dikirimkan kepada pihak yang membutuhkan. Dalam transaksi jual beli ada pula kegiatan pemesanan jasa. Salah satunya adalah layanan pengiriman makanan. Pengertian jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2009:6).

Pengiriman jasa makanan adalah layanan kurir yang diberikan oleh restoran, toko, atau perusahaan makanan yang berfungsi untuk mengirimkan makanan atau produk ke pelanggan yang memesan. Pemesanan makanan biasanya dilakukan melalui restoran, situs web, telepon toko, atau bahkan bisa dengan aplikasi. Produk yang akan dikirim dapat berupa makanan pembuka, makanan pendamping, minuman, makanan penutup, atau bahan makanan dan biasanya dikirim dalam kotak atau tas. Petugas pengirim barang biasanya akan mengirimkan barang menggunakan transportasi seperti mobil, tetapi di kota-kota besar di mana rumah dan restoran berdekatan, mereka dapat menggunakan sepeda atau skuter bermotor.

Pada pemesanan makanan, pelanggan dapat melakukan pembayaran secara *online* atau secara langsung, dengan uang tunai atau melalui kartu kredit. Biaya pengiriman tarif tetap dan sering kali dibebankan dengan apa yang telah dibeli oleh pelanggan dan biasanya terdapat tarif lebih untuk pembayaran jasa pengiriman. Terkadang juga tidak ada biaya pengiriman yang dibebankan tergantung pada situasinya. Tip sering menjadi kebiasaan konsumen yang diberikan untuk petugas dalam mengirimkan pesanan yang telah dipesan. Pengiriman nirsentuh juga bisa menjadi pilihan. Adanya layanan ini merubah perilaku belanja masyarakat dari konvensional ke elektronik.

Sejumlah aplikasi menawarkan jasa pesan antar makanan. Mereka bekerja sama dengan berbagai *merchant* salah satunya UMKM kuliner dan mengantarkan produknya ke konsumen. Aplikasi terbesar pada saat ini adalah Go-Food dari Gojek dan GrabFood dari Grab. Layanan GrabFood telah menggandeng ratusan ribu mitra di 178 kota di Indonesia. Selain di Indonesia, GrabFood hadir di negara lain yang menjadi cakupan Grab, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Vietnam.

Sementara itu, layanan pesan-antar makanan milik Gojek yaitu Go-Food sudah merangkul 800 ribu mitra di Indonesia. Total transaksi Go-Food mencapai US\$ 2 miliar sepanjang 2018. Gojek yang beroperasi di Indonesia mengklaim Go-Food sebagai layanan pesan-antar makanan terbesar di Asia Tenggara.

## METODOLOGI

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Variabelnya terdiri atas Aplikasi *Food Delivery Services sebagai indenpendet variabel* dan Penjualan UMKM *sebagai variable dependent*.

Penelitian dilakukan pada pengguna Aplikasi Food Delivery Service yang berlokasi Kota Bandung, Indonesia. Populasinya seluruh konsumen UMKM yang menggunakan aplikasi tersebut. Karena data jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti dan keterbatasan waktu dimasa Covid-19, maka jumlah sampel ditetapkan 120 responden. Penetapan sampel sejumlah demikian berdasarkan pendekatan internal, yaitu jumlah indikator di kali 7, jika kurang dari seratus maka sampel minimal harus > 100 (Gursida & Harmon, 2017). Pada penelitian ini jumlah sampel sudah lebih dari 100. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner dan skala yang dipakai skala Likert's 1 sampai 5. Data yang diperoleh dari responden di analisis menggunakan analisis regresi. Pada tabel 1 disajikan operasional variabel penelitian

Tabel 1: Operasional Variabel

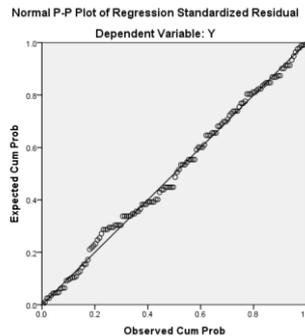
Variabel dan Konsep	Indikator	Skala
Penggunaan Aplikasi Delivery Service (X) adalah suatu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan pesanan kebutuhan makanan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan menggunakan Aplikasi Food Delivery Service</li> <li>• Kegunaan menggunakan Aplikasi Food Delivery Service</li> <li>• Kepercayaan Menggunakan Aplikasi Food Delivery Service</li> </ul>	Likert's Likert's Likert's
Penjualan UMKM (Y) adalah usaha menjual berbagai hasil produk perusahaan UMKM, mempromosikannya dan berusaha mendorong konsumen untuk bertransaksi sesuai harga yang ditawarkan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga penjualan yang terdapat pada aplikasi</li> <li>• Produk yang ditawarkan pada aplikasi</li> <li>• Promosi yang ada pada aplikasi</li> </ul>	Likert's Likert's Likert's

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh Penggunaan Food Delivery Service terhadap Penjualan UMKM di Masa

Pandemik COVID-19 di Kota Bandung. Adapun hasil pengujian regresi seperti terlihat pada gambar 1 dan tabel 2 serta 3.



Gambar 1: Distribusi Data Penelitian

Tabel 2: Model Summary Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.431	2.59960	.435	103.184	1	134	.000

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Tabel 3: Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.823	1.718		3.390	.001
	X	.688	.068	.660	10.158	.000

a. Dependent Variable: Y

Pada gambar 1 memperlihatkan data yang diperoleh berdistribusi normal, artinya proses pengolahan data memenuhi syarat untuk dilanjutkan dan di analisis dengan regresi. Tabel 2 dan 3 memberikan informasi bahwa total pengaruh penggunaan aplikasi food delivery service pada penjualan UMKM sebesar 0,435 atau 43,5% signifikan pada 0%. Ini artinya aplikasi food delivery terbukti dapat meningkatkan penjualan UMKM sebesar 43,5%. Tabel 3 memberikan informasi nilai koefisien korelasi sebesar 0,660. Bila dimasukkan ke persamaan regresi, maka menjadi:

$$Y = 5.823 + 0,660X$$

Pada persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa:

- Angka konstan dari *Unstandardized Coefficients*, bernilai sebesar 5,823 yang dapat diartikan bahwa jika tidak adanya Penggunaan Aplikasi (X) maka nilai Penjualan UMKM (Y) adalah sebesar 5,823.
- Angka koefisien regresi bernilai 0,660 dapat dijelaskan bahwa setiap penambahan 1% Penggunaan Aplikasi (X) maka nilai Penjualan UMKM (Y) akan meningkat sebanyak 0,660.
- Pada data di atas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai (+), atau Penggunaan Aplikasi Food Delivery Services (X) berpengaruh positif terhadap Penjualan UMKM (Y).

## KESIMPULAN

Walaupun di masa pandemik Covid-19 ini masyarakat melaksanakan pembatasan jarak dan mengurangi interaksi secara langsung, sebagai solusi belanja kebutuhan makanannya sebahagian beralih menggunakan aplikasi *food delivery services*. Dampaknya usaha UMKM tetap mendapatkan penghasilan walaupun tidak sebanyak pada kondisi normal. Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa penggunaan aplikasi *food delivery services* akan dapat meningkatkan penjualan UMKM di Kota Bandung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Begini Pergeseran Perilaku Konsumen Baru selama Pandemi [Internet] [Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020] Tersedia pada <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200515/12/1240921/begini-pergeseran-perilaku-konsumen-baru-selama-pandemi-covid-19>
- Buyens, Jim. (2001). *Web Database Development*. Elex Media Komputindo. Jakarta: Graha Ilmu.
- Chaniago, Harmon. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 2020, Vol. 1 (2), 2020: 59-69
- Efawati, Y & Harmon, H. (2018). The Strategies of Small Business in Floriculture Industry, in: *The 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2017)* -. pp. 118–124. <https://doi.org/10.5220/0007115801180124>
- Food Delivery [Internet] [Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020] Tersedia pada [https://en.wikipedia.org/wiki/Food\\_delivery](https://en.wikipedia.org/wiki/Food_delivery)
- Gursida, Hari & Harmon (2017). *Metode Penelitian Bisnis dan Keuangan. Konsep dan Implementasinya*. Bogor: Paspi.
- Hermawan, Indra & Kurnia, Dian Ade. (2014). *Sistem Informasi Pemesanan Paket Pengantin Berbasis WEB Pada Yuni Salon Duku Puntang Kabupaten Cirebon: Jurnal Online ICT STMKI IKMI* 12 (2), 39-40 | vol: | issue : | 2014. 7.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.
- Purnama, Rangsang. (2010). *Mari Mengenal J2ME Java 2 Micro Edition*. Jakarta: PrestasiPustaka
- Suryana. (2000). *Ekonomi Pembangunan: Problematika dan Pendekatan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang No 20 Bab 1 Pasal 1 Tahun 2008 Tentang Usaha Minkro, Kecil Dan Menengah (UMKM)