
Dampak Penggunaan Aplikasi Berbasis *Online Food Delivery* Atas Tingkat Pendapatan Usaha Kuliner di Kota Makassar

Suriyadi Nur[✉] Juliana Sartika Djafar

Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Fajar

Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk hasil wawancara antara peneliti dan informan. Proses pengumpulan informasi dikumpulkan dari para pelaku usaha kuliner yang memasarkan produknya melalui aplikasi berbasis *online food delivery* dalam hal ini Gofood dan Grabfood yang sudah beroperasi lebih dari satu tahun di Kota Makassar. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *online food delivery* bagi para pelaku usaha kuliner di Kota Makassar sangat menunjang peningkatan pendapatan usaha mereka. Sehingga dengan adanya kenaikan omzet pendapatan yang diperoleh bukan tidak mungkin mereka akan terus menggunakan fitur *online food delivery* tersebut. Meskipun ada beberapa pelaku usaha memutuskan untuk tidak melanjutkan kerja sama dengan pihak *online food delivery*. Adanya penggunaan aplikasi *online food delivery* tersebut tidak hanya meningkatkan pendapatan usaha kuliner, meningkatkan perekonomian, memberikan kemudahan bagi para konsumen, namun juga menjadi salah satu motivasi bagi para pengusaha kuliner untuk mampu memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada demi mempertahankan kelanjutan bisnis mereka.

Kata Kunci: *Online, Food, Delivery, Gofood, Grabfood*

Abstract

This research is a type of qualitative descriptive research, namely research on data collected and expressed in the form of interviews between researchers and informants. The process of collecting information is collected from culinary business actors who market their products through online food delivery-based applications, in this case Gofood and Grabfood, which have been operating for more than one year in Makassar City. The results of the study show that the use of online food delivery applications for culinary business actors in Makassar City greatly supports increasing their business income. So with the increase in revenue turnover, it is not impossible that they will continue to use the online food delivery feature. Although there are several business actors who have decided not to continue their cooperation with online food delivery parties. The use of the online food delivery application not only increases the income of the culinary business, improves the economy, provides convenience for consumers, but also becomes one of the motivations for culinary entrepreneurs to be able to take advantage of existing technological developments in order to maintain the continuity of their business..

Keywords: *Online, Food, Delivery, Gofood, Grabfood*

Copyright (c) 2022 Suriyadi Nur

✉ Corresponding author :

Email Address : nur43@gmail.com

PENDAHULUAN

Selama dua dasawarsa terakhir perekonomian dunia telah mengalami revolusi dengan adanya perkembangan informasi dan teknologi yang semakin pesat. Ekonomi digital yang sepenuhnya disokong oleh lahirnya internet sekaligus mengubah pola berbelanja masyarakat, yakni dengan adanya *e-commerce* (Prapti, Rr lulus, 2018). Hadirnya *Digital economy* atau ekonomi digital yang sepenuhnya disokong oleh lahirnya internet telah mengubah pola berbelanja masyarakat terutama dengan semakin berkembangnya *E-commerce* salah satu revolusi dalam bidang perdagangan. Penggunaan *E-commerce* ini merambah berbagai sektor mulai dari buku sampai alat berat; dari mulai makanan sampai asesoris pakaian. Salah satu bidang usaha yang tumbuh pesat di era internet ini adalah bisnis kuliner.

Di Indonesia kemunculan perusahaan teknologi berbasis digital seperti Gojek dan Grab menjadi pelopor salah satu ekonomi dengan memanfaatkan perkembangan digital dan internet sebagai penunjang dalam sistem kerjanya, dimana layanan Gojek dan Grab dapat diakses oleh masyarakat dengan melalui sebuah aplikasi dalam *operating system smartphone*. Perusahaan Gojek dan Grab merupakan perusahaan transportasi online yang bertujuan memberi banyak manfaat bagi masyarakat Indonesia, terutama untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup. Gojek dan Grab merupakan sebuah brand yang memberikan pelayanan dengan menawarkan banyak fitur di dalam aplikasinya. salah satu fiturnya yang saat ini sedang marak yaitu layanan Gofood serta Grabfood. Gofood dan Grabfood merupakan sebuah jenis layanan *online food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah restoran atau rumah makan yang sudah ada sebelumnya. Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur Gofood atau Grabfood di dalam aplikasi Grabfood atau Grab, konsumen bisa memesan makanan dari restoran atau rumah makan yang sudah bekerja sama dengan Grabfood ataupun Grab, makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh para *driver*.

Kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh layanan *online food delivery* membuat banyak usaha kuliner yang memilih untuk bergabung menjadi mitra layanan Gofood atau Grabfood. Dibalik maraknya usaha kuliner yang memilih menjadi mitra layanan Gofood atau Grabfood, ternyata tidak semua usaha kuliner di Kota Makassar melakukan hal tersebut. Walaupun sudah terdapat kurang lebih 100 ribu usaha kuliner yang menjadi mitra layanan Gofood dan Grabfood, namun di Kota Makassar masih ditemukan dan mungkin cukup banyak juga pemilik usaha kuliner yang memilih untuk menjalankan usahanya tersebut secara konvensional dan tidak bergabung menjadi mitra dari layanan Gofood atau Grabfood.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi *online food delivery* (Gofood dan Grabfood) atas pendapatan usaha kuliner bagi mitra layanan dan bagi usaha konvensional yang tidak tergabung sebagai mitra di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan (observasi) dan wawancara untuk menjaga konsistensi dan validitas informasi yang diberikan informan atau partisipan, serta dalam hal ini peneliti selama melakukan wawancara dan pengamatan akan membuat catatan-catatan lapangan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana dampak penggunaan aplikasi berbasis *online food delivery* dalam hal ini Gofood dan Grabfood terhadap tingkat pendapatan usaha kuliner di Makassar yang mendaftarkan usahanya pada Gofood dan Grabfood.

Ekonomi Digital

Ekonomi digital lahir dan berkembang seiring penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang juga semakin mengglobal di dunia. Ekonomi digital didefinisikan sebagai aktivitas atau kegiatan ekonomi yang lebih menitikberatkan pada sarana digital dan mempunyai dampak pada perekonomian yang harapannya bisa meningkatkan keuntungan bagi yang melakukannya. Ekonomi digital berarti, penggunaan teknologi informasi secara

luas meliputi pemanfaatan *software*, *hardware*, aplikasi, serta telekomunikasi pada setiap aspek perekonomian (Rahmana, 2009).

Saat ini hampir setiap lapisan masyarakat memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan berbagai hal, termasuk jual beli. Selain karena pasar ekonomi digital cenderung lebih luas, kepraktisan merupakan alasan kenapa sistem ini begitu sering dimanfaatkan masyarakat. Melalui ekonomi digital, mereka dapat berinteraksi langsung dengan konsumen melalui *e-commerce* yang saat ini sedang menjamur. Ekonomi digital yang sepenuhnya disokong oleh lahirnya internet sekaligus mengubah pola berbelanja masyarakat, yakni dengan adanya *e-commerce*. *E-commerce* sebagai salah satu revolusi dalam bidang perdagangan telah menjadi media jual-beli dari mulai buku sampai alat berat; dari mulai makanan sampai asesoris pakaian.

Online Food Delivery

Layanan *online food delivery* adalah sebuah layanan *online-to-offline (O2O)*. *Platforms* layanan *online online food delivery* memiliki banyak restoran, melayani dan menghubungkan antara restoran dengan konsumen. Partner restoran tersebut menampilkan menu-menu restoran tersebut pada aplikasi mereka untuk lebih menarik minat konsumen, dan konsumen bisa memesan makanan secara online dan mengirimkannya pada lokasi yang telah ditentukan dalam waktu yang singkat (Sarinastiti & Vardhani, 2018).

Terdapat dua jenis layanan pengantaran makanan secara online menurut hasil penelitian Nugroho (Nugroho, 2021). Tipe pertama adalah *aggregators*. Kedua adalah *new delivery* yang muncul pada tahun 2013. Keduanya memperbolehkan *consumers* untuk membedakan menu, melihat dan memposting *review*, dan memesan makanan dari beragam *restaurant* dengan satu klik. Agregator merupakan kategori pengantaran tradisional yang hanya mengambil pesanan dari *customer* dan mengarahkan mereka ke *restaurant* tersebut untuk pihak *delivery* yang dimiliki *restaurant* mengantarkan makanan. Sebaliknya, pada pemain "*new delivery*" membangun jaringan *logistic* mereka sendiri, menyediakan pengantaran untuk tempat-tempat makan yang tidak memiliki *driver* sendiri.

Gojek - Gofood

Gojek adalah sebuah perusahaan berbasis teknologi digital yang berjiwa sosial dengan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia (Arisanty & Farida, 2018). Gojek bermitra dengan sekitar 200.000 pengendara ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan. Kegiatan Gojek bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Gojek mulai beroperasi di Makassar tahun 2015. Selanjutnya berkembang menjadi beberapa pilihan filter yang dapat digunakan oleh pengguna aplikasi ini. Semakin berkembangnya fitur-fitur ini semakin menambah banyaknya *driver* (Yasmi et al., 2021) Gojek menawarkan sistem kerja yang efektif dan efisien dimana Gojek merupakan sebuah brand yang memiliki beberapa produk layanan jasa, satu diantaranya adalah Gofood.

Gofood merupakan jenis layanan antar yang melayani pemesanan makanan. Gofood merupakan sebuah fitur layanan *online food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur Gofood di dalam aplikasi Gojek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Gojek. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh Grabfood. Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran. Bagi pengusaha kuliner, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki budget terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*, Gofood bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu (Dewi & Sumbogo, 2018). Pengusaha UMKM bisa memiliki layanan *deliver order* tanpa harus menyiapkan armada. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu *hire* atau menggaji SDM untuk *delivery*. Lebih ekstrim lagi, pengusaha bahkan tidak perlu memiliki store atau toko untuk berjualan. Gofood juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas.

Grab - Grabfood

Grab (sebelumnya dikenal sebagai GrabTaxi) merupakan salah satu *platform* layanan *on demand* yang bermarkas di Singapura (Nurvaedah, 2021). Berawal dari layanan transportasi, perusahaan tersebut kini telah mempunyai layanan lain seperti pengantaran makanan dan pembayaran yang bisa diakses lewat aplikasi mobile. Pada awalnya, Grab didirikan di Malaysia, sebelum kemudian memindahkan kantor pusat mereka ke Singapura. Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek (Grab Bike), mobil (Grab Car), taksi (Grab Taksi), kurir (Grab Express), pesan-antar makanan (Grabfood), dan *carpooling* (Grab Hitch Car).

Grabfood merupakan salah satu layanan pesan antar makanan milik perusahaan transportasi berbasis online asal Singapura. Dengan Grabfood, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat ponsel pintar, tak perlu berjalan jauh ke warung makan yang diinginkan. Sementara itu, untuk penjual atau pemilik usaha, bisa menjual dan mengatur pengantaran makanan hanya lewat aplikasi. Tugas antar mengantar akan dikerjakan oleh driver mitra dari Grab.

Usaha Sektor Kuliner

Kegiatan perdagangan pada usaha kuliner saat ini sedang ramai di kalangan masyarakat. Perkembangan jumlah pelaku bisnis kuliner merupakan fenomena yang terjadi akibat adanya dukungan untuk kemudahan membuka bisnis kuliner (Indraswari & Kusuma, 2018). Bisnis kuliner menjadi pilihan banyak orang dengan alasan jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Selain itu bisnis kuliner banyak diminati oleh masyarakat karena tidak memerlukan biaya modal yang terlalu besar dan tidak mengharuskan seseorang yang menjalankannya harus berpendidikan tinggi.

Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan pesatnya perkembangan teknologi, berdampak sangat ketatnya persaingan, dan cepatnya terjadi perubahan lingkungan usaha (Azhar & Arifin, 2011). Faktor yang menjadi pendukung pertumbuhan bisnis kuliner saat ini adalah tingginya tingkat mobilitas kesibukan masyarakat yang menuntut kecepatan dan kepraktisan dalam hal apapun tidak terkecuali pada pemenuhan kebutuhan pokok seperti makanan (Almariah et al., 2019). Kota Makassar merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing yang kuat melalui produk-produk industri kreatif terbaiknya. Data BPS kota Makassar tahun 2020 jumlah penduduk kota Makassar dengan angka mencapai 1,5 juta jiwa penduduk menyebabkan meningkatnya mobilitas masyarakat di kota Makassar. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis kuliner untuk membuka rumah makan sebagai salah satu alternatif pilihan bagi masyarakat yang sibuk dengan segala aktifitasnya namun membutuhkan hal yang praktis dalam pemenuhan kebutuhan pokok.

Di Kota Makassar bisnis kuliner dengan membuka usaha rumah makan sangat menjamur di masyarakat luas. Kegiatan bisnis ini dapat berlangsung selama 24 jam dalam sehari. Hal ini tentu saja juga akan berdampak pada pendapatan usaha termasuk bidang usaha kuliner ini. Menurut SFAC No.6, pendapatan adalah arus masuk atau penambahan lainnya pada aktiva suatu satuan usaha atau penyelesaian kewajiban-kewajibannya (atau kombinasi keduanya) dari pengiriman atau produksi barang, pemberian jasa, atau kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama atau pusat dari satuan usaha yang berkesinambungan (FASB, 2021).

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk hasil wawancara antara peneliti dan informan. Penelitian kualitatif ini ditujukan untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori (Sujarweni, 2019).

Dalam penelitian ini, kehadiran peneliti sebagai pengguna aplikasi sekaligus pengumpul data. Keuntungan yang diperoleh dari kehadiran peneliti sebagai pengguna sekaligus pengumpul data agar subjek lebih tanggap akan kehadiran peneliti dan penelitian dapat diambil dengan cepat dan terarah. Begitupun informasi dapat di peroleh dengan tepat melalui sikap dan cara informan dalam memberikan informasi. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kelompok fokus, serta data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sujarweni, 2019 metode pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi. Oleh karena itu, tahap pengumpulan data tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat sesuai dengan prosedur dan ciri-ciri penelitian kualitatif. Di dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian, atau merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. Proses pengumpulan informasi akan dikumpulkan dari para pelaku usaha kuliner yang memasarkan produknya melalui aplikasi berbasis *online food delivery* dalam hal ini Gofood dan Grabfood yang sudah beroperasi lebih dari satu tahun di Kota Makassar.

Teknik Analisis Data

Teknis analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah (Mertha Jaya, 2020). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*qualitative method*) melalui pendekatan dengan metode naratif. Metode kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini, dimana peneliti bermaksud menggambarkan dan menjelaskan bukan mencari hubungan antar variabel. Pada dasarnya data atau informasi akan dikumpulkan melalui pengamatan (observasi) dan wawancara guna menjaga konsistensi dan validitas informasi yang diberikan informan atau partisipan, serta dalam hal ini peneliti selama melakukan wawancara dan pengamatan akan membuat catatan-catatan lapangan. Langkah terakhir dari penelitian kualitatif adalah sintesa data. Langkah ini merupakan "cerita" peneliti mengenai temuan-temuan yang dihasilkan selama penelitian supaya bisa dibaca oleh khalayak (Fatihudin, 2015). Teknik analisis terfokus yang dilakukan di lapangan dengan kegiatan pengumpulan data melalui wawancara. Peneliti melakukan wawancara terhadap pengusaha kuliner yang memasarkan produknya melalui media *Gofood* dan *Grabfood merchant* yang lebih dari satu tahun di Kota Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu sektor penggerak perekonomian kota Makassar adalah sektor Usaha Kecil Menengah atau disebut UKM, karena sektor inilah yang paling banyak menyerap tenaga kerja dan mendorong peningkatan investasi. UKM memiliki banyak sektor unit usaha, salah satunya adalah sektor kuliner. Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar mencatat jumlah UKM yang tersebar di Kota Makassar sebanyak 449 unit usaha dan sekitar 250 lebih di antaranya ialah usaha pada sektor kuliner. Dengan jumlah ini, membuktikan bahwa peran Usaha Kecil Menengah terhadap pertumbuhan ekonomi di kota Makassar sangat berperan penting. Indonesia terkenal dengan beraneka ragam kuliner yang dimilikinya. Masing-masing daerah memiliki ciri khas tersendiri terkait cita rasa dari setiap kuliner yang ada, begitu pula di Kota Makassar. Beberapa kuliner khas yang ada di Kota Makassar yaitu coto Makassar, sop konro, mie titi, sop saudara dan masih banyak lagi. Melimpahnya kuliner tersebut tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen yaitu penduduk asli maupun pendatang.

Tingginya minat konsumen merupakan peluang bagi para pengusaha kuliner dari yang berskala kecil hingga berskala besar. Hal ini terlihat dari jumlah usaha kecil kuliner yang diperoleh peneliti berjumlah 289 usaha kecil dari berbagai kecamatan di Kota Makassar.

Terdapat 74 usaha kecil kuliner yang dijadikan sebagai sampel oleh peneliti. Penetapan responden yang akan dijadikan obyek penelitian dilakukan secara acak sesuai dengan karakteristik responden yang telah ditentukan. Dari 74 sampel, peneliti berhasil melakukan wawancara dengan 13 responden. Berikut beberapa hasil wawancara dari para responden;

1. Warung Bakso Granat Pettarani

Nur Hikmah (36 tahun) merintis usaha Bakso Granat semenjak tahun 2016 di daerah Pettarani. Ibu Nur bergabung salah satu aplikasi *food delivery* karena "*awalnya disarankan oleh beberapa customer untuk mendaftar sebagai Go-Food partner agar memudahkan customer lainnya yang ingin memesan namun tidak sempat untuk mendatangi warung tersebut secara langsung*" sehingga Ibu Nur mencari informasi dan segera mendaftarkan usahanya pada Go-Food agar tak kehilangan customer-nya. Menurut Ibu Nur, usahanya sudah "*Bergabung sejak 2018, kurang lebih akan memasuki tahun yang ke-4*". Setelah bergabung menjadi partner Go-Food usaha ibu Nur mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibanding sebelum bergabung menjadi partner Go-Food. Sebelum bergabung dalam Go-Food partner penghasilan usaha per hari berkisar Rp. 600.000 – Rp. 800.000. Setelah mendaftarkan usahanya menjadi partner Go-Food kisaran penghasilannya menjadi Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 per harinya.

2. Sate Taichan Pettarani 2

Pak Haerul, menyatakan bahwa saat pembukaan cabang Pettarani, pemilik usaha langsung mendaftarkan usahanya pada *Grab food* seperti pada cabang-cabang lainnya dan dampak yang dirasakan hanya saat beberapa bulan setelah pembukaan cabang Pettarani. Banyak yang memesan melalui aplikasi dan makan secara langsung di lokasi untuk menikmati promo-promo selama pembukaan cabang ini dan banyak juga yang menikmati promo melalui aplikasi. Setelah promo berakhir, mulai perlahan berkurangnya orang yang memesan, namun tetap masih ada yang datang dan melakukan pemesanan melalui aplikasi tapi tak seramai awal-awal pembukaan. Sehingga untuk porsi yang masih tinggal langsung diahlikan ke cabang di tempat lainnya yang mengalami kekurangan sehingga tidak menimbulkan kerugian. Menurut Pak Haerul kisaran pendapatan perhari saat mendapat banyak pelanggan yaitu Rp 1.800.000 – Rp 2.500.000 dan saat pelanggan berkurang kisaran pendapatannya Rp 300.000 – Rp 700.000.

3. Mister Thai Tea

Dwi (23 tahun), seorang mahasiswa yang sedang menjalankan bisnis sampingan yaitu dengan menjual minuman yang sedang naik daun di kalangan masyarakat saat ini yaitu Thai Tea, mengungkapkan bahwa "*Selama bergabung menjadi partner Grab food, usahanya mendapatkan respon positif dari para pembeli. Sehingga dari hasil usaha yang ditekuni ini sudah kembali modal*". Menurut Dwi, ia telah melakukan langkah yang tepat untuk mendaftarkan usahanya sebagai partner *Grab food* karena banyak *customer* yang ternyata penikmat dari usaha Thai Tea tersebut. Menurut narasumber kisaran pendapatan dalam sehari selama bergabung menjadi partner *Grab food* yaitu Rp 400.000 – Rp 700.000. Terjadi peningkatan dari yang sebelumnya hanya berkisar Rp 250.000 – Rp 400.000.

4. Pisang Goreng Nugget Pettarani

Narasumber keempat yaitu Wahyu, karyawan di Pisang Goreng Nugget cabang Pettarani menyatakan bahwa selama bergabung menjadi partner Go-Food, usahanya mengalami perkembangan yang signifikan walau sebelum bergabung sudah banyak peminatnya, sehingga setelah bergabung itu menjadi poin plus untuk usaha tersebut karena *customer* merasa senang bisa menikmati tanpa harus jauh-jauh ke lokasi untuk memesan. Alasan ikut bergabung menjadi Go-Food partner agar menjangkau *customer* lebih banyak lagi serta ikut dalam perkembangan teknologi sekarang yang memberikan

- kemudahan dalam menjual produk usahanya. Kisaran pendapatan per hari sebelum bergabung *Go-Food partner* yaitu Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 dan setelah bergabung di *Go-Food partner* pendapatannya naik kisaran 20% - 30%.
5. RM Denai
Ibu Rita, seorang ibu rumah tangga yang sedang menjalankan usaha Rumah Makan Padang. Selama bergabung menjadi partner *Go-Food* usaha RM Denai mengalami peningkatan yang cukup tinggi, pemilik usaha mengatakan bahwa di jam-jam seperti makan siang dan makan malam banyak yang memesan. Sebelum bergabung menjadi partner *Go-Food* pendapatan perharinya kisaran Rp. 400.000 – Rp. 600.000 dan setelah bergabung pendapatan yang diterima kisaran Rp. 800.000 – Rp. 1.500.000.
 6. Bakso Goreng Baper
Usaha ini dimiliki oleh Muh Setiawan dan Islam Soma, berada di Kecamatan Rappocini. Bakso Goreng Baper bergabung dengan *Grab Food* di tahun 2016 dan *Go-Food* di tahun 2020. Omzer yang dimiliki sebelum bermitra dengan kedua perusahaan ini yaitu Rp. 2.000.000/hari. Penghasilan ini diperoleh dari salah satu cabang mereka yang ada di Gowa. Setelah bermitra mereka memperoleh Rp. 6.000.000 – Rp. 7.000.000/hari. Walaupun penghasilan mengalami kenaikan untuk periode jangka panjang mereka tidak akan menggunakan jasa dari *online food delivery* tersebut. Mereka mengatakan bahwa “*untuk jangka pendek kami akan terus bermitra dengan mereka, namun untuk jangka panjang harapannya tidak akan bergantung lagi*”.
 7. Temu Kopi
Temu kopi merupakan usaha yang dimiliki oleh Nursyahfitri, terletak di Kecamatan Manggal. Mereka membuka usaha tersebut di bulan Maret dan bermitra dengan *Grab Food* serta *Go Food* di bulan April tahun 2022. Setelah menjalankan usaha, omzet yang mereka peroleh hanya berdampak 10% setelah menggunakan jasa tersebut. Dengan kondisi seperti ini, Temu Kopi tidak akan menggunakan jasa dari *Grab Food* dan *Go-Food*. Mereka mengungkapkan bahwa “*tidak, karena mereka mengambil fee jasa terlalu tinggi dan pengadaan promo yang ditawarkan jasa online food delivery 55% ditanggung oleh resto*”.
 8. Klinik Koptea
Bermitra dengan *Grab Food* sejak tahun 2019. Usaha ini dimiliki oleh Muh. Fadly Tri Irawan yang berada di Kecamatan Mamajang. Omzet yang diterima setiap bulannya sebelum bermitra yaitu Rp. 8.000.000 dan sesudah yaitu Rp. 9.000.000. Adanya peningkatan penghasilan membuat pihak Klinik Koptea mengatakan “*iya, masih akan bermitra dengan online food delivery*”.
 9. Porta Terrace
Sekitar tahun 2020 atau 2021, Porta Terrace bermitra dengan *Grab Food*. Pemilik dari usaha ini yaitu Hermawan Hamzah, terletak di Kecamatan Manggala. Omzet yang diperoleh sebesar 70% dari pembelian langsung ditempat dan 30% dari penggunaan *online food delivery*. Melalui wawancara, mereka mengatakan bahwa “*kami masih akan lanjut bermitra*”.
 10. Bakso MM45
Bermitra dengan *Grab Food* sejak tahun 2022, pemilik bernama Anjelin Anastasya, terletak di Kecamatan Manggala. Sebelum bermitra omzet yang diperoleh sekitar Rp. 8.000.000. Setelah bermitra sekitar Rp. 9.000.000. Dengan peningkatan ini, mereka mengatakan “*terus bermitra untuk memudahkan pelanggan apabila tidak sempat keluar*”.
 11. Dessert By Fihers
Herliyanti Rahman yang merupakan pemilik usaha yang terletak di Kecamatan Tallo bermitra dengan *Grab Food* dan *Go-Food* sejak awal tahun 2020. Omzet yang diperoleh sebelum menggunakan jasa sebesar kurang lebih Rp. 2.000.000 setiap bulannya. Setelah menggunakan jasa sebesar Rp. 8.000.000 untuk per bulannya. Mereka mengatakan “*tentu saja, kedepannya akan terus bermitra dengan online food delivery*”.
 12. Ayam Bakar dan Lalapan

Sejak tahun 2017, pemilik usaha yaitu Devitha yang terletak di Kecamatan Makassar, bermitra dengan *Grab Food* dan *Go-Food*. Omzet yang mereka peroleh sebelum bermitra kurang lebih Rp. 50.000.000 tiap bulannya. Setelah bermitra dengan jasa *online food delivery* mereka memperoleh omzet kurang lebih Rp. 150.000.000 tiap bulannya. Terdapat kenaikan yang sangat signifikan, sehingga mereka mengatakan “*sejauh ini masih akan terus bermitra*”.

13. Roti Bakar Adakah

Anugerah Ismail merupakan pemilik usaha yang berlokasi di Kecamatan Panakkukang, mereka bermitra dengan jasa *online food delivery*, *Grab Food* dan *Go-Food* sejak tahun 2017. Omzet yang mereka peroleh sebelumnya yaitu Rp. 2.000.000 tiap bulannya. Setelah bermitra mereka memperoleh omzet Rp. 60.000.000 tiap bulan. Perbedaan omzet yang sangat signifikan tentunya membuat mereka memutuskan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, seperti yang mereka katakan “*terus, terus, dan terus akan bermitra*”.

Pembahasan

PT. Go-Jek Indonesia membuka cabang di Makassar sejak Januari 2015 dan *Grab Indonesia* membuka cabang di Makassar pada tahun 2016. Hadirnya *Go-Jek* dan *Grab* di Makassar memicu berbagai respon positif di sisi konsumen maupun produsen. Layanan *Go-Food* dan *Grab food* meningkatkan pertumbuhan konsumen dan produsen. *Go-Food* dan *Grab food* juga merupakan peluang usaha baru bagi siapa saja yang ingin memiliki layanan *delivery* pada usaha kulinernya. Dengan demikian produsen usaha kuliner akan terus meningkat. Hampir semua usaha kuliner menjadi mitra *Go-Food* dan *Grab food*, bahkan bukan hanya restoran besar saja tetapi usaha UMKM juga dapat bergabung menjadi mitra *Go-Food* ataupun *Grab food* dan memiliki layanan *delivery order*.

Seperti kerja sama pada umumnya, *Go-Food* juga menetapkan sistem bagi hasil untuk seluruh usaha makanan dan minuman yang telah memperoleh kontrak kerja sama dengan *Go-Food*. Sistem tersebut memotong sebesar 20% secara otomatis yang ditanggung kepada pemilik usaha kuliner. Rinkasnya, 80% pendapatan hasil penjualan makanan adalah milik usaha kuliner dan 20% sisanya akan diberikan kepada *Go-Food*. Misalnya, jika harga makanan atau minuman yang sebuah usaha promosikan melalui *Go-Food* sebesar Rp10 ribu, maka penghasilan usaha tersebut dari produk tersebut akan terpotong 20% atau Rp. 2.000 apabila pelanggan memesan lewat layanan *Go-Food* (www.gojek.com).

Dalam hal ini adalah hal yang wajar karena usaha tersebut bisa dikatakan sedang “ikut” dalam tempat jualan secara online dengan sistem *food delivery*. Apabila usaha kuliner tersebut membentuk jenis UKM, sebaiknya menyoroti dalam harga makanan atau minuman yang akan dipromosikan lewat aplikasi *Go-Food*. Apakah 20% tersebut dibebankan ke pembeli dengan memasang harga normal atau UKM akan tanggung sendiri demi mengejar harga murah dengan harapan cepat laris sehingga rating produk UKM naik di aplikasi *Go-Food*. Sementara *Grab* menjelaskan jika profit sharing yang dibebankan kepada usaha/restoran partner *Grab food* adalah 30% (tidak termasuk PPN), sesuai pesanan yang masuk. Jadi misalkan, dalam satu hari usaha/restoran memperoleh total pesanan sebesar Rp. 100.000, maka 30% diantaranya yakni mencapai Rp. 30.000 jadi milik *Grab*.

Analisis dampak penggunaan aplikasi *online food delivery* atas Pendapatan Usaha Kuliner

Banyaknya usaha kecil kuliner yang ada di Kota Makassar, menjadikan para pemilik usaha harus mampu memberikan terobosan-terobosan tersendiri yang nantinya akan menarik minat para konsumen. Pemberian diskon atau pemberian promo merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen. Selain itu, para pengusaha juga harus memperhatikan hal-hal yang menarik minat masyarakat saat ini. Salah satunya yaitu munculnya *Go-Food* dan *Grab Food*, dimana fitur ini memberikan dampak yang sangat signifikan.

Penggunaan aplikasi *online food delivery* ini, tentunya memberikan dampak yang sangat positif. Tidak hanya buat pengusaha namun juga untuk para konsumen. Saat ini, siapa

yang bisa menyangka membeli makanan bisa hanya dengan melihat gambar visual, lantas dengan hanya dengan meng-klick makanan tersebut, kemudian makanan beberapa saat kemudian hadir dihadapan kita. Dulunya, hal ini hanya ada dalam imajinasi manusia yang hadir pada film fiksi, akan tetapi di abad 21 hal itu benar-benar terjadi. Dengan adanya aplikasi tersebut bukan hanya memberikan keuntungan bagi para pengusaha namun juga sekaligus memudahkan konsumen untuk menikmati cita rasa setiap makanan yang berbeda dengan hanya menggunakan *smartphone* tanpa harus mengeluarkan biaya yang lebih banyak.

Setelah peneliti berhasil melakukan wawancara pada beberapa pemilik usaha kuliner di Kota Makassar yang menggunakan aplikasi *online food delivery* mereka mengungkapkan bawah dampak yang diperoleh dari penggunaan aplikasi tersebut sangat menunjang peningkatan pendapatan usaha. Salah satunya, usaha *Dessert By Fihers*, peningkatan omzet yang diperoleh sebesar Rp. 6.000.000. Dimana sebelum menggunakan jasa *online food delivery* hanya berkisar Rp. 2.000.000, namun setelah menggunakan mereka memperoleh Rp. 8.000.000 untuk tiap bulannya. Sehingga dengan adanya kenaikan omzet pendapatan yang diperoleh bukan tidak mungkin mereka akan terus menggunakan fitur *online food delivery* tersebut.

Selain itu, para responden juga memberikan alasan mengapa menggunakan aplikasi *Food Delivery*. 90% dari narasumber menyebutkan, biasanya mereka menggunakan *Go-Food* dan *Grab food* karena:

- a. Meningkatkan Popularitas
Menurut beberapa narasumber, sebuah popularitas usaha kuliner atau produk itu penting. Dengan terdaftar pada aplikasi *Go-Food*, bisa meningkatkan popularitas usaha kuliner dengan peluang ini. Sehingga usaha kuliner atau produk langsung bisa dilihat pengguna yang otomatis akan meningkatkan eksposur produk.
- b. Meningkatkan omzet
Jika usaha kuliner sudah berjalan cukup lama, tentu saja akan banyak pelanggan khusus dan bisa lebih banyak menjangkau.
- c. Menjangkau konsumen lebih luas
Hal yang sering menjadi hambatan dalam mengembangkan bisnis kuliner atau produk makanan itu biasanya karena terbatas jangkauan. Tapi hal tersebut kini menjadi bukan kendala lagi.
- d. Kemudahan mempromosikan usaha
Dengan banyaknya fitur dari aplikasi *Go-Food*, dapat menampilkan menu-menu terbaik yang dimiliki. Hal tersebut bisa memberikan pilihan-pilihan menu kepada para pelanggan. Jika menu tersebut menarik orang-orang akan tertarik untuk membelinya. Sehingga pemilik usaha kuliner dituntut bisa memberikan inovasi-inovasi dalam hal menu untuk menarik perhatian para pelanggan.
- e. Tak perlu kurir sendiri
Hal menguntungkan lainnya bagi usaha kuliner yaitu tidak memerlukan kurir antar, sebab para driver siap kapan saja melayani. Jadi tak perlu lagi repot-repot mencari ojek atau kurir karena layanan *GoFood* siap mengantarkan pesanan dalam waktu 24 jam. Sehingga usaha kuliner tinggal fokus berinovasi dengan makanan yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan tinggal menunggu orderan.

Narasumber juga menyebutkan, biasanya mereka menggunakan aplikasi *food delivery* karena memiliki kelebihan dibanding sebelum menggunakan aplikasi

- a. *Go-Pay* menjadi magnet bagi customer *Go-Food*
Go-Pay adalah sistem pembayaran elektronik yang disediakan oleh *Go-Jek* sebagai sarana pembayaran bagi mereka yang telah mengisi saldo di *Go-Jek*, tak terkecuali *Go-Food* dapat dibayar dengan sistem *Go-Pay*, selain lebih murah dari membayar cash, *Go-Pay* juga memberikan kemudahan transaksi bagi pengguna *Go-Food*. Saldo yang mengendap dalam *Go-Pay*, ternyata mampu menjadi magnet tersendiri bagi *partner Go-Food*, hasil wawancara yang peneliti peroleh bahwa mereka bisa

mendiamkan dana yang diperoleh dari hasil penjualan mencapai nominal tertentu kemudian dicairkan dengan mengirim pada nomor rekening yang sudah dimasukkan sejak awal pendaftaran atau mencairkan dana pada Go-Pay hitungan perhari agar dapat memutar dana hasil penjualan.

Selain itu, pembelian dengan Go-Pay menurut pengakuan beberapa narasumber, membawa keuntungan tersendiri, selain nanti akan dapat rating dari transaksi, juga bisa memperoleh poin token, yang dapat dimainkan dan ditukar dengan hadiah-hadiah menarik yang disediakan oleh perusahaan *Go-Food*.

b. *Daya tarik OVO pada Grab*

OVO merupakan platform digital yang berdiri secara mandiri namun turut bekerjasama dengan aplikasi transportasi online Grab. OVO aplikasi smart yang memberikan kesempatan lebih besar mengumpulkan poin di banyak tempat. Bisa menggunakan OVO untuk bertransaksi di semua merchant bertanda *OVO Accepted Here* dan mengumpulkan serta menggunakan OVO Points di merchant bertanda *OVO Zone*. Metode pembayarannya pun ada dua jenis, yakni OVO Cash dan OVO Points. Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO Points adalah loyalty rewards bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di merchant-merchant rekanan OVO. Untuk OVO Points sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di merchant rekanan OVO.

OVO menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa cash terlalu banyak. Salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo cash maupun point.

c. *Diskon makanan dan Voucher pada Aplikasi Go-Food dan Grab food*

Sebagian narasumber mengakui, lancarnya usaha kuliner mereka didorong oleh seringnya memberikan potongan harga pada usaha kulinernya hasil kerjasama antara pihak *Go-Food* dan usaha kuliner, dimana pihak *Go-Food* memberikan potongan ongkos kirim pada hari-hari tertentu atau pada hari nasional tertentu serta usaha kuliner yang bersangkutan juga memberikan potongan harga makanan di beberapa menu yang terpilih, sehingga banyak customer yang tertarik dengan banyaknya diskon makanan dan voucher pada aplikasi *Go-Food*.

d. *Visualisasi pada aplikasi food delivery menjadi daya tarik tersendiri*

Pernahkah anda mendengar, bahwa manusia menilai sesuatu berawal dari indra mata? Lantas baru kemudian menilainya bagus atau tidak, hal itulah yang digunakan oleh perusahaan *Go-Jek* dan *Grab* pada *Go-Food* dan *Grab food*nya, jika customer membuka aplikasi dan kemudian memilih *Go-Food* atau *Grab*, maka akan disuguhkan berbagai macam gambar visualisasi makanan, beserta harga, nama restoran, dan hal lain sebagai pendukung informasi seputar makanan tersebut.

Visualisasi makanan pada kedua aplikasi tersebut, menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka yang akhirnya memutuskan untuk bergabung jadi *partner Go-Food* dan *Grab food*. Hasil wawancara yang saya peroleh dari pemilik usaha kuliner mengatakan bahwa menurut mereka, visualisasi atau tampilan yang diberikan pihak *Go-Food* dan *Grab food* pada aplikasi memberikan nilai tambah dalam customer terpengaruh gambar visualisasi makanan pada aplikasi tersebut. Sebagian *customer* menjawab, berawal dari iseng membuka salah satu aplikasi tersebut, lantas kemudian mampu mempengaruhi minat mereka untuk membeli.

Ketika peneliti bertanya, dari mana pertama kali mengetahui *Go-Food* dan *Grab food*, kebanyakan dari mereka yakni, menjawab dari iklan di media sosial maupun di tv, namun setelah dibarengi dengan jawaban, dari teman atau saudara di lingkungannya, artinya referensi dari orang terdekat menjadi salah satu alasan kuat kebanyakan *partner Go-Food* dan *Grab food* percaya akan kualitas aplikasi *food delivery* tersebut.

Walaupun tak sedikit dari mereka, yang memaparkan bahwa pernah kecewa dengan *driver Go-Food* ataupun *Grab food*, karena kesalahan pada pemesanan, selain itu kecewa karena GPS pada aplikasi rusak mengakibatkan perbedaan lokasi usaha kuliner berbeda letaknya dengan aplikasi, mengakibatkan usaha kuliner bersangkutan mendapat komplain dari *customer*. Namun selebihnya ketika ditanya apakah masih mau menggunakan jasa *Go-Food* atau *Grab food*, rata-rata jawaban mereka menunjukkan hal yang positif, artinya *human error* pada *driver* dan aplikasi tidak membuat mereka jera untuk menggunakan jasa *Go-Food* atau *Grab food*.

Beberapa alasan yang dikemukakan diatas telah menunjukkan mengapa para narasumber menggunakan fitur jasa *online food delivery*. Hal-hal tersebut tentunya mampu menjelaskan bagaimana dampak penggunaan aplikasi tersebut terhadap pendapatan usaha yang mereka jalankan. Meskipun ada beberapa pelaku usaha memutuskan untuk tidak melanjutkan kerja sama dengan pihak *online food delivery*. Adanya penggunaan aplikasi *online food delivery* tersebut tidak hanya meningkatkan pendapatan usaha kuliner, meningkatkan perekonomian, memberikan kemudahan bagi para konsumen, namun juga menjadi salah satu motivasi bagi para pengusaha kuliner untuk mampu memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada demi mempertahankan kelanjutan bisnis mereka.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dampak penggunaan aplikasi *online food delivery* atas pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Berdasarkan sampel dalam hal ini responden yang berhasil diwawancarai oleh peneliti mengakui bahwa pendapatan usaha yang mereka terima setelah bergabung menjadi partner *online food delivery* baik di Gofood maupun Grabfood mengalami peningkatan yang cukup tinggi rata-rata berkisar 30%-40%. Peningkatan pendapatan usaha ditandai dengan banyaknya *customer* yang melakukan pemesanan melalui aplikasi *online food delivery*. Rata-rata responden menjawab bahwa mereka juga akan terus bermitra dengan layanan *online food delivery* karena banyaknya manfaat yang mereka terima. Meskipun demikian masih ada responden yang mengatakan bahwa penggunaan aplikasi *online food delivery* ini tidak terlalu berdampak pada pendapatan usaha mereka. Menurut mereka penyedia jasa aplikasi *online food delivery* terlalu banyak mengambil fee jasa yang cukup tinggi sehingga *customer* akan melihat adanya perbedaan harga yang lumayan besar dibandingkan jika mengunjungi *outlet* secara langsung. Selain itu mereka juga ada yang mengatakan bahwa pernah kecewa dengan *driver* Gofood ataupun *Grab food*. Akibat kesalahan pada pemesanan, atau kecewa karena GPS pada aplikasi rusak mengakibatkan perbedaan lokasi usaha kuliner berbeda letaknya dengan aplikasi, mengakibatkan usaha kuliner bersangkutan mendapat komplain dari *customer*. Namun lebih jauh menurut mereka, dengan adanya penggunaan aplikasi *online food delivery* tersebut tidak hanya meningkatkan pendapatan usaha kuliner, meningkatkan perekonomian, memberikan kemudahan bagi para konsumen, namun juga menjadi salah satu motivasi bagi para pengusaha kuliner untuk mampu memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada demi mempertahankan kelanjutan bisnis mereka.

Referensi :

- Rr. Lulus Prapti NSS, Rahoyo. Dampak Bisnis Kuliner Melalui Gofood Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal dinamika sosial budaya*. 2018:20(2): 120-133
- Arief Rahmana. Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009)*. Yogyakarta 2009.
- Eska Nia Sarinastiti, Nabilla Kusuma Vardhani. *Co-Branding Online Food Delivery: Perubahan Model Bisnis Wisata Kuliner Lokal Khas Yogyakarta*. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. 2018: 3 (3)

: 177-193

- Rio Satria Nugroho. Menelaah Kembali Perilaku Belanja Makanan Online Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal komunikasi profesional*. 2021: 5(5) :443-450
- Della Arisanty, Lea Emilia Farida. Perkembangan Layanan Transportasi Masyarakat di Era Digital (Studi Tentang Ojek Online "Go-Jek" Di Banjarmasin). *Prosiding Seminar Nasional Asbis Politeknik Negeri Banjarmasin*. 2018
- Yasmi, Muhammad Cahyadi, A. Bobby Rista Aulia. Sistem Pengendalian Internal Dalam Mitigasi *Fraud* Orderan Transportasi Berbasis Online Pada PT Gojek Makassar. *Accounting, Accountability and Organization System (AAOS) Journal*. 2021 : 2 (2): 160-178
- Sepriliani Rosanda Dewi, Ignatius Ario Sumbogo. Kajian Tingkat Kepuasan Konsumen Go-Food Di DKI Jakarta, Dengan Tinjauan Pengaruh Bauran Promosi Dan Kualitas Layanan. *National conference of creative industry: Sustainable tourism industry for economic development.t Universitas Bunda Mulia*. 2018
- Nurvaedah. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Online Era New Normal Covid 19 (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Frabfood di Kota Palopo). *Repository.umpalopo*. 2021
- Arum Indraswari, Hendra Kusuma. Analisa Pemanfaatan Aplikasi *Go-Food* Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 2018 : 2(1) : 63 – 73
- Kholidah Azhar, Zainal Arifin. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Industri Tenga Kerja Manufaktur Besa dan Menengah Pada Tingkat Kabupaten/Kota di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 2011 : 9 (1) : 91-106
- Nurul Almariah, Ambok Pangiuk, Mellya Embun Baining. Pengaruh Layanan Go-Food, Harga Dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Jambi. *Repository.uinjambi*. 2019
- Financial Accounting Standart Board. Statement Of Financial Accounting Concepts No. 6*. 2021
- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru. 2019
- I Made Laut Mertha Jaya. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia. 2020
- Didin Fatihudin. *Metode Penelitian : Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Zifatama Jawara. 2015