

Dampak Aplikasi Gofood Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Nagesushi

Thea Geby Ayu Santoso*¹, Soesilawati Soema Atmadja², Nanik Kustiningsih³, Egan Evanzha Yudha Amriel⁴

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

⁴Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*e-mail: theageby@gmail.com

Nomor Telepon Author: 0895357921810

Received: 07.01.2025	Revised: 20.01.2025	Accepted: 13.02.2025	Available online: 28.02.2025
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Abstract: *Nagesushi Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) take advantage of current technological sophistication, namely joining Gojek e-commerce which has the Gofood feature as an online food delivery service. Before joining Gofood, UMKM Nagesushi used the WhatsApp application to serve customers. This study aims to find the impact of the Gofood application in increasing the income of Nagesushi UMKM. The method used in this research is qualitative method. The data obtained from this study used interview data, observation, and documentation. There are data in the form of numbers that are used as supporting data. The data in the form of numbers are sales and income data for Nagesushi MSMEs from 2015 to 2022. The results obtained from this research are that the Gofood application can help increase sales and income for Nagesushi MSMEs every year, although not significantly.*

Keywords: *Application, E-commerce, Gofood*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Nagesushi memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini yaitu bergabung dengan *e-commerce* Gojek yang memiliki fitur *Gofood* sebagai pesan antar makanan secara *online*. Sebelum bergabung dengan *Gofood*, UMKM Nagesushi menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk melayani pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mencari dampak aplikasi *Gofood* dalam meningkatkan pendapatan UMKM Nagesushi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data-data yang didapatkan dari penelitian ini menggunakan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapaun data-data yang berupa angka yang digunakan sebagai data pendukung. Data berupa angka tersebut adalah data penjualan dan pendapatan UMKM Nagesushi dari tahun 2015 sampai tahun 2022. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah adanya aplikasi *Gofood* dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM Nagesushi disetiap tahunnya walaupun tidak signifikan.

Kata kunci: *Aplikasi, E-commerce, Gofood*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada zaman globalisasi seperti saat ini, akan berupaya untuk meningkatkan serta mengembangkan kegiatan usahanya dengan cara memanfaatkan sistem atau program yang dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM. Setiap UMKM tentunya mempunyai tujuan yang harus dicapai. Pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya dari usahanya itulah tujuan utama dari pelaku UMKM. Dengan adanya pekerja di UMKM akan mendukung usaha UMKM tersebut untuk mencapai tujuan dari UMKM itu sendiri. Pendapatan adalah hasil yang diperoleh dari suatu usaha bisnis dari aktivitas menjual jasa atau barang kepada orang lain. Dari pengertian pendapatan tersebut, pelaku UMKM melakukan cara agar usahanya bisa bertahan serta meningkatkan hasil dari penjualan agar tujuan UMKM bisa tercapai. Semakin berkembangnya zaman saat ini, masyarakat membutuhkan kebutuhan yang juga semakin tinggi, salah satunya kebutuhan dalam bidang kuliner.

Berkembangnya teknologi saat ini, tidak bisa terlepas dari usaha bisnis kuliner. Menurut Indraswari & Kusuma (2018:64-65) Berkembangnya teknologi saat ini mempunyai peran yang penting untuk mengimbangi zaman yang semakin maju yang mampu membuka cakrawala baru dalam membangun bangsa. Saat ini di jaman yang semakin maju, kehidupan manusia tentunya membutuhkan teknologi yang canggih untuk membantu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan sehari-hari. Munculnya teknologi yang canggih pada saat ini, membuat banyak perubahan yang baik pada sisi budaya, ekonomi, dan sosial. Teknologi canggih pada saat ini dapat membantu kegiatan yang sedang kita kerjakan pada saat ini, teknologi juga membantu dalam mengembangkan inovasi teknologi yang ada pada saat ini, perkembangan inovasi teknologi saat ini telah dinikmati atau telah dicoba oleh bisnis e-commerce bidang ritel atau pasar. Dan tidak hanya itu, e-commerce yang merasakan berkembangnya teknologi adalah bidang transportasi.

Sosial media berperan penting pada masa digital saat ini yang digunakan untuk berbagi atau memperoleh informasi. Menurut Amriel & Ariescy (2021:2) Sosial media tersebut dimanfaatkan oleh pelaku Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) untuk aktif dalam bersosial media serta melakukan kegiatan berdagang secara online. Adanya manfaat tersebut, pelaku UMKM mencoba menggunakan digital marketing untuk melakukan pemasaran dagangannya. Pelaku UMKM mengharapkan dengan adanya sosial media, maka komunikasi untuk pemasaran serta kegiatan transaksi jual beli dapat terlaksana kapanpun dan dimanapun. Para pelaku UMKM diharapkan mampu dalam penguasaan pemasaran digital agar dapat bersaing dalam kegiatan usaha dan lebih bagus untuk masuk dalam perdagangan internasional.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menggunakan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Menurut keterangan yang diambil penulis dari website Ikatan Akuntan Indonesia atau IAI dengan adanya keberadaan SAK EMKM yang telah disusun, agar mempermudah untuk menyusun laporan keuangan pada entitas mikro, kecil, dan menengah. Selain itu, Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) mengesahkan SAK EMKM tanggal 24 Oktober 2016 dan SAK EMKM dapat efektif pada per 1 Januari 2018. Pada tahun 2009, Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) diterbitkan oleh DSAK IAI untuk digunakan pada entitas kecil dan menengah. Berjalannya waktu, perkembangannya mulai terlihat sehingga membutuhkan tersedianya standar akuntansi yang bentuknya sangat sederhana dari SAK ETAP karena terbatasnya sumber daya manusia. Maka terbitlah SAK EMKM yang sangat sederhana daripada SAK ETAP karena pada SAK EMKM berisi transaksi yang diatur dengan sifat yang lebih umum untuk UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Namun pada tahun 2021 terdapat peraturan terbaru yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peraturan tersebut diatur oleh

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Pengertian layanan food delivery yaitu fasilitas yang dimanfaatkan oleh pemilik usaha agar bisa terhubung oleh konsumen secara online. Menurut Az-zahra, dkk. (2021:156) Online food delivery digunakan pelaku usaha untuk memasarkan produknya

Secara online. Cara ini digunakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang jumlahnya banyak sehingga menjadikan inovasi baru di dunia usaha UMKM. Saat ini Indonesia memiliki beragam aplikasi yang menawarkan jasa online food delivery, salah satunya adalah Gojek. Dengan adanya aplikasi tersebut pelaku usaha merasakan dibantu oleh aplikasi tersebut karena bisa memasarkan dan memperkenalkan produk UMKM. Selain itu, aplikasi tersebut berfungsi untuk menyampaikan produk UMKM secara langsung kepada konsumen.

2. METODE

A. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang membutuhkan pemahaman dari metodologi untuk menganalisis sebuah fenomena sosial serta masalah manusia. Menurut Darmadi (2014:287) di dalam bukunya menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dilaksanakan dalam situasi yang alamiah serta sifatnya sebagai penemuan. Pada penelitian kualitatif, peneliti sebagai instrumen kunci dari penelitian kualitatif. Hal tersebut mengharuskan peneliti memiliki persediaan teori serta wawasan yang luas sehingga dapat melakukan pertanyaan, menguraikan, serta menata objek penelitian agar menjadi lebih jelas.

Penelitian kualitatif dimanfaatkan untuk mendapatkan data lebih dalam yaitu data yang memiliki makna. Menurut Sugiyono (2020:18) dalam bukunya juga menjelaskan bahwa, metode ini digunakan untuk penelitian terhadap objek secara alamiah, serta peneliti dapat disebut dengan instrumen kunci dari penelitian ini, teknik untuk mengumpulkan data dengan cara triangulasi, sifat analisis data metode kualitatif adalah induktif atau disebut kualitatif, dan hasil dari penelitian metode kualitatif lebih mengarah ke makna daripada generalisasi.

Pada penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif, yang berarti teknik pengumpulan data dapat menggunakan cara triangulasi kemudian diolah menjadi penjelasan sehingga penulis dapat membuat kesimpulan dari hasil penelitian ini.

B. Jenis Data

Jenis data yang terdapat dalam penelitian ada dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2020:296) data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh pengumpul data. Contoh data primer adalah wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder data yang didapatkan secara tidak langsung oleh pengumpul data. Contoh data sekunder adalah data yang didapatkan melalui orang lain dan dokumen.

Pada penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Karena pada penelitian ini membutuhkan data primer yaitu wawancara dan observasi sebagai data utama. Sedangkan data sekunder yang berupa dokumen penjualan dan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Nagesushi sebagai data yang berupa angka untuk dijadikan data pendukung.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data yang akan digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah peneliti mengumpulkan data-data untuk penelitian secara mandiri yang bersumber dari sumber pertama yaitu pemilik UMKM Nagesushi. Data primer yang didapatkan untuk penelitian ini adalah melalui hasil wawancara dan

observasi. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang telah ada pada objek penelitian seperti dokumen tentang UMKM Nagesushi. Sumber data ini dapat digunakan langsung oleh peneliti. Data sekunder yang didapatkan untuk penelitian ini melalui hasil dokumentasi dan studi pustaka. Pada penelitian ini menggunakan 4 cara teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Teknik mengumpulkan data menggunakan cara observasi adalah teknik yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mengamati secara langsung aktivitas atau keadaan tempat yang sedang dilakukan penelitian.
2. Teknik mengumpulkan data menggunakan cara wawancara adalah teknik yang dilakukan peneliti agar menghasilkan keterangan dari kegiatan tanya jawab oleh peneliti kepada pemilik UMKM Nagesushi yang kemudian hasil keterangan dicatat penulis sehingga menghasilkan data penelitian yang dibutuhkan.
3. Teknik mengumpulkan data menggunakan cara dokumentasi adalah teknik mencatat data-data yang telah ada serta mempelajari data-data tersebut pada tempat yang dilakukan penelitian.
4. Teknik mengumpulkan data menggunakan cara studi pustaka adalah teknik mencari serta membaca jurnal, buku, referensi, literatur, penelitian terdahulu, dan sebagainya yang berkaitan dengan kegiatan penelitian yang sedang berlangsung ini.

D. Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif adalah kegiatan melacak dan mengatur secara sistematis catatan yang berada di lapangan yang didapatkan dengan cara wawancara, observasi, dan bahan yang lain agar peneliti dapat melaporkan atau memberikan hasil penelitiannya. Pada proses analisis data, kegiatan yang dilakukan adalah melakukan pelacakan, melakukan pengorganisasian, melakukan pemecahan dan sintesis, mencari pola dan juga menentukan bagian yang akan dilaporkan. Pengertian tersebut juga sama dengan pengertian menurut Sugiyono (2020:320) analisis data yaitu menggali dan membentuk data dengan sistematis yang didapatkan dari kegiatan dokumentasi, catatan lapangan, dan wawancara. Kegiatan ini dilakukan dengan cara menggolongkan data sesuai dengan golongannya kemudian mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, kemudian dilakukan sintesa yang kemudian menata ke dalam pola, memilih yang penting untuk dipelajari serta menarik kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri serta orang lain.

Setelah melakukan penggalian atau mencari data yang dibutuhkan dan data tersebut telah terkumpul, maka analisis data dapat dijalankan, berikut langkahnya :

1. Melakukan identifikasi permasalahan yang terdapat pada UMKM Nagesushi.
2. Melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk penelitian dengan cara wawancara, dokumentasi, dan observasi.
3. Menganalisa data yang terkumpul untuk mengetahui hasil dari penerapan aplikasi Gofood terhadap peningkatan pendapatan UMKM Nagesushi.
4. Menguraikan hasil analisa data apakah terdapat peningkatan pendapatan pada UMKM Nagesushi setelah bergabung dengan Gofood.
5. Memberikan kesimpulan dan saran terhadap UMKM Nagesushi yang bergabung dengan Gofood untuk meningkatkan pendapatannya.

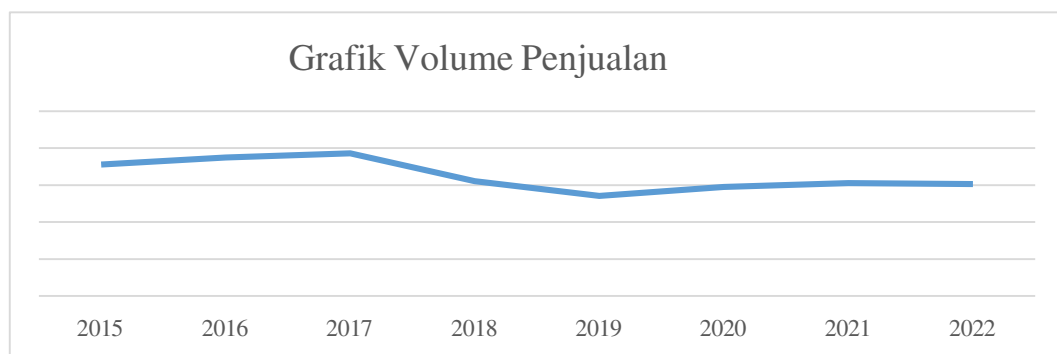
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.

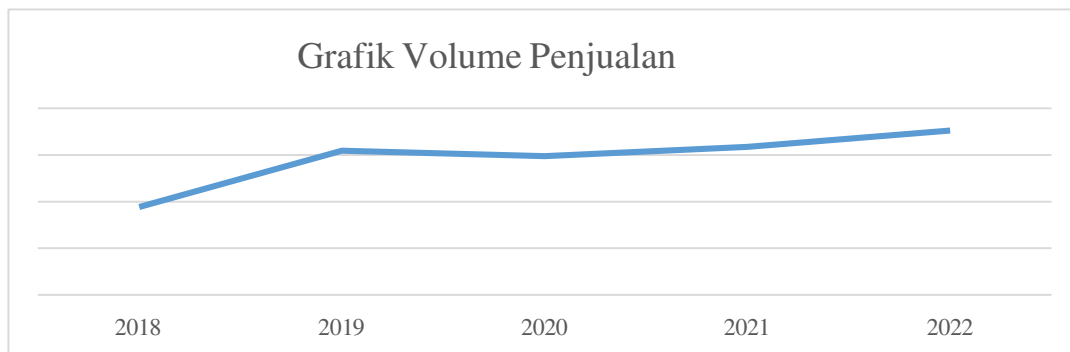
Volume Penjualan Sebelum dan Setelah Menggunakan *Gofood*

Volume Penjualan	Sebelum			Setelah									
	2015	2016	2017	2018		2019		2020		2021		2022	
				Reguler	Gofood	Reguler	Gofood	Reguler	Gofood	Reguler	Gofood	Reguler	Gofood
	X.116	X.500	X.720	X.215	X.885	X.415	X.091	X.896	X.980	X.110	X.176	X.061	X.528

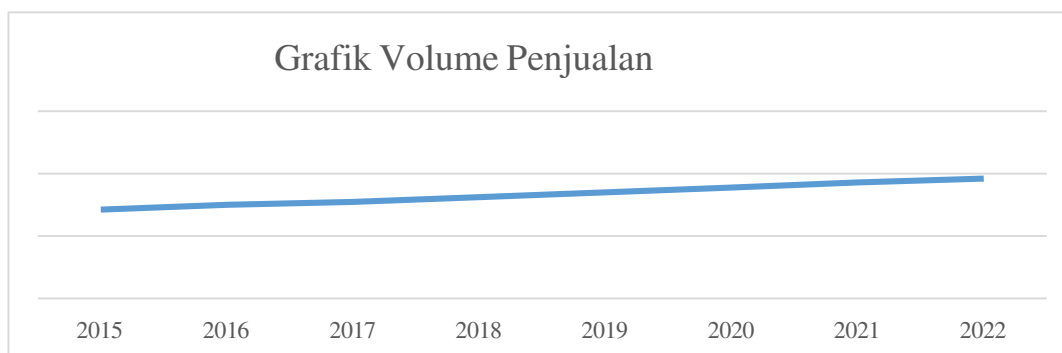
Sumber : Data Internal (Diolah)



Gambar 1. Grafik Volume Penjualan Reguler



Gambar 2. Grafik Volume Penjualan *Gofood*



Gambar 3. Grafik Volume Penjualan Gabungan

Dari Penjelasan tabel dan grafik yang telah diketahui, maka pada penjualan reguler di tahun 2015 sampai tahun 2017 mengalami kenaikan dan pada tahun 2018 sampai tahun 2022 mengalami naik turun atau tidak konsisten. Kemudian pada tahun 2018, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Nagesushi mulai bergabung dengan *Gofood* untuk meningkatkan penjualannya. Pada tahun 2018 sampai tahun 2019 volume penjualan *Gofood* mengalami kenaikan sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan namun tidak signifikan. Pada tahun 2021 sampai tahun 2022 volume penjualan *Gofood* mengalami kenaikan. Adanya gabungan volume penjualan di tahun 2018 sampai 2022 dari penjualan reguler dan penjualan *Gofood*, hal itulah yang menyebabkan adanya penurunan pada volume penjualan reguler pada tahun 2018 sampai tahun 2022. Karena UMKM Nagesushi telah bergabung dengan *Gofood* dimana masyarakat dapat memesan produk UMKM Nagesushi melalui *Gofood*. Dari permasalahan yang telah dijelaskan, volume penjualan UMKM Nagesushi mengalami kenaikan jika digabungkan dari penjualan reguler dan penjualan *Gofood*.

Tabel 2.
 Data Penjualan UMKM Nagesushi

No	Tahun Sebelum Menggunakan <i>Gofood</i>	Penjualan Awal Sebelum Menggunakan <i>Gofood</i>		Total Penjualan Awal Sebelum Menggunakan <i>Gofood</i>	Kenaikan
1	2015	X.116		X.116	-
2	2016	X.500		X.500	✓
3	2017	X.720		X.720	✓
No	Tahun Setelah Menggunakan <i>Gofood</i>	Penjualan Awal Melalui <i>Whatsapp</i>	Penjualan Awal Melalui <i>Gofood</i>	Total Penjualan Gabungan <i>Whatsapp</i> Dan <i>Gofood</i>	Kenaikan
1	2018	X.215	X.885	X.100	✓
2	2019	X.415	X.091	X.506	✓
3	2020	X.896	X.980	X.876	✓
4	2021	X.110	X.176	X.286	✓
5	2022	X.061	X.528	X.589	✓

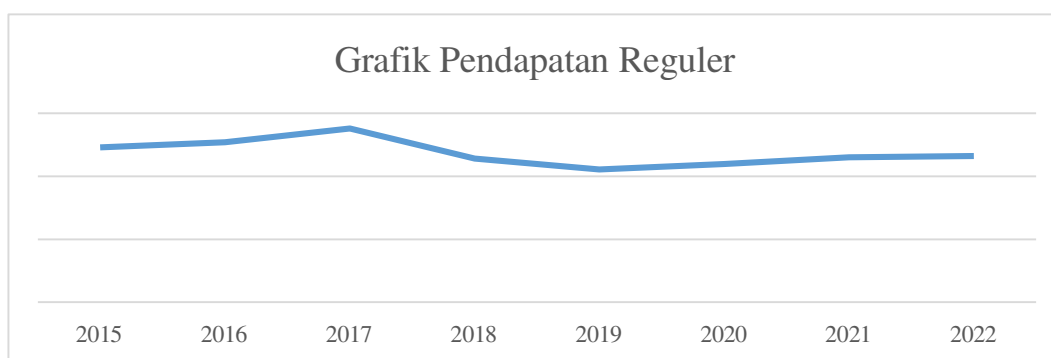
Sumber : Data Internal (Diolah)

Hasil dari pengolahan data volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Nagesushi menunjukkan bahwa bergabungnya UMKM Nagesushi dengan *Gofood* memberikan dampak yang positif bagi volume penjualan produk UMKM Nagesushi dari tahun 2015 sampai tahun 2022.

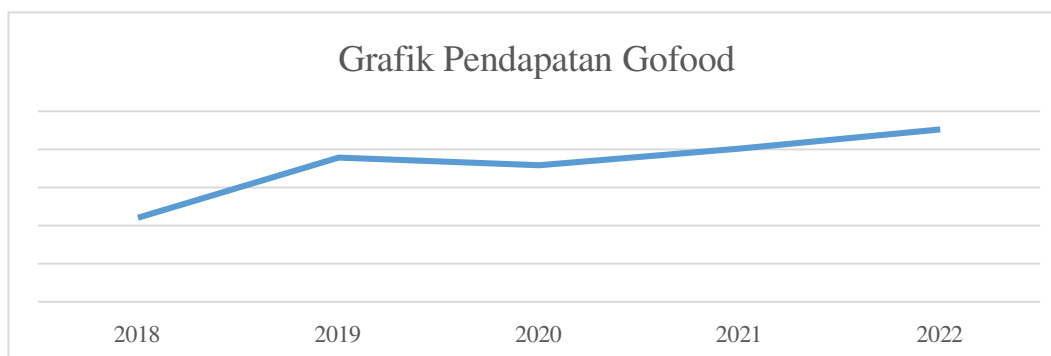
Tabel 3.
 Pendapatan Sebelum dan Setelah Menggunakan Gofood (dalam ribuan rupiah)

Pendapatan	Sebelum			Setelah									
	2015	2016	2017	2018		2019		2020		2021		2022	
				Reguler	Gofood	Reguler	Gofood	Reguler	Gofood	Reguler	Gofood	Reguler	Gofood
	XXX.298	XXX.112	XXX.511	XXX.578	XXX.198	XXX.074	XXX.228	XXX.749	XXX.438	XXX.297	XXX.183	XXX.432	XXX.490

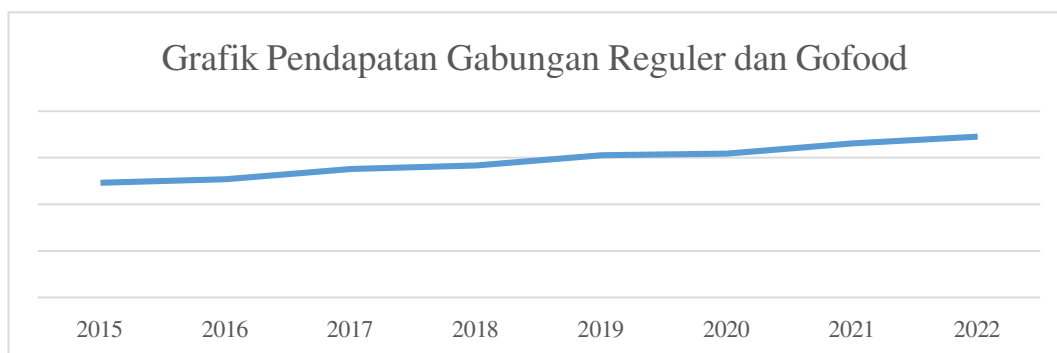
Sumber : Data Internal (Diolah)



Gambar 4. Grafik Pendapatan Reguler



Gambar 5. Grafik Pendapatan Gofood



Gambar 6. Grafik Pendapatan Gabungan

Dari Penjelasan tabel dan grafik yang telah diketahui, maka pendapatan reguler pada tahun 2015 sampai tahun 2017 mengalami kenaikan. Sedangkan pada tahun 2018 sampai 2022 pendapatan reguler mengalami penurunan yang terjadi selama satu tahun yaitu tahun 2019. Tahun 2020 sampai tahun 2022 pendapatan reguler mengalami kenaikan kembali. Pendapatan yang didapatkan dari *Gofood* pada tahun 2018 sampai tahun 2022 mengalami naik turun yang tidak konsisten seperti pada penjualan yang terjadi pada tahun 2018 sampai tahun 2022. Pendapatan yang dihasilkan dari *Gofood* mengalami naik turun, diakibatkan oleh penjualan reguler dan penjualan *Gofood* yang terjadi pada tahun 2018-2022. Jika pendapatan reguler dan pendapatan *Gofood* digabungkan, maka pada tahun 2015 sampai tahun 2022, UMKM Nagesushi memperoleh pendapatan yang mengalami kenaikan disetiap tahunnya.

Tabel 4.
 Data Pendapatan UMKM Nagesushi (Dalam Rupiah)

No	Tahun Sebelum Menggunakan <i>Gofood</i>	Pendapatan Awal Sebelum Menggunakan <i>Gofood</i>		Total Pendapatan Awal Sebelum Menggunakan <i>Gofood</i>	Kenaikan
1	2015	XXX.298.000		XXX.298.000	-
2	2016	XXX.112.000		XXX.112.000	✓
3	2017	XXX.511.000		XXX.511.000	✓
No	Tahun Setelah Menggunakan <i>Gofood</i>	Pendapatan Awal Melalui <i>Whatsapp</i>	Pendapatan Awal Melalui <i>Gofood</i>	Total Pendapatan Gabungan <i>Whatsapp</i> Dan <i>Gofood</i>	Kenaikan
1	2018	XXX.578.000	XXX.198.000	XXX.776.000	✓
2	2019	XXX.074.000	XXX.228.000	XXX.302.000	✓
3	2020	XXX.749.000	XXX.438.000	XXX.187.000	✓
4	2021	XXX.297.000	XXX.183.000	XXX.480.000	✓
5	2022	XXX.432.000	XXX.490.000	XXX.922.000	✓

Sumber : Data Internal (Diolah)

Hasil dari pengolahan data pendapatan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Nagesushi menunjukkan bahwa bergabungnya UMKM Nagesushi dengan

Gofood memberikan dampak yang positif bagi pendapatan yang didapatkan UMKM Nagesushi. Pendapatan pada UMKM Nagesushi mengalami kenaikan disetiap tahunnya dari tahun 2015 sampai tahun 2022.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa dampak aplikasi *Gofood* dalam meningkatkan pendapatan UMKM Nagesushi adalah terdapat peningkatan pada penjualan dan peningkatan pendapatan pada setiap tahunnya. Pernyataan tersebut memperoleh hasil yang positif meskipun kenaikan penjualan dan pendapatan tidak terlalu signifikan. Tetapi adanya aplikasi *Gofood* dapat membantu peningkatan pendapatan pada UMKM Nagesushi.

Dari hasil wawancara dengan pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Nagesushi sebagai informan, bahwa *Gofood* sangat membantu dalam hal pemasaran serta dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM Nagesushi. Hal tersebut dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh pemilik UMKM Nagesushi untuk mendapatkan keuntungan bagi usahanya. Karena pemilik UMKM Nagesushi tidak ingin menutup mata akan keberadaan teknologi yang canggih pada saat ini yang dengan sangat mudah digunakan kapanpun dan dimanapun, yaitu Instagram dengan user nagesushi, nomor Whatsapp 08155357xxxx, *Gofood* dengan user nagesushi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2).
- Az-zahra, H. N., Tantya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY DALAM MEMBANTU MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA MIKRO. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156.
- Darmadi, H. (2011). Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial. In *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial* (1st ed.). ALFABETA.
- Indonesia, I. A. (n.d.). Standar Akuntansi Keuangan entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. Indraswari, A., & Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2, 63–73.
- Pemerintah Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. 086507, 1–121.
- Sugiyono. (2020). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); kedua). ALFABETA BANDUNG.