

**DAMPAK KETERSEDIAAN KURIR ONLINE TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER DI MASAMBA
(Studi Kasus Pelaku Usaha Makan Dan Minum)**

***IMPACT OF AVAILABILITY OF ONLINE COURIER ON INCREASING
SALES OF CULINARY BUSINESS IN MASAMBA
(Case Study of Food and Drink Business Actor)***

RIJAL R

¹Jurusan Program Studi Ekonomi Pembangunan, ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

³Universitas Muhammadiyah Palopo, Jl. Jend. Sudirman No. Km. 03, Binturu, Wara Selatan, Kota Palopo, Sulawesi Selatan 9122.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Dampak keberadaan kurir online terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yang berada di Masamba; dan 2) mengetahui tingkat penjualan usaha kuliner yang berada di Sentral UMKM Masamba sebelum dan sesudah menggunakan layanan kurir online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga-lembaga organisasi masyarakat (social), maupun lembaga pemerintah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan tujuh pelaku usaha kuliner di Sentral UMKM Masamba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan kurir online sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan signifikan dalam penjualan setelah bergabung menggunakan layanan pesan antar dengan kurir online.

Kata kunci: *Food Delivery, Kurir Online, Penjualan dan Bisnis Kuliner.*

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) The impact of the existence of online couriers on increasing sales of culinary businesses located in the Masamba; and 2) knowing the level of sales of culinary businesses in the Masamba MSME Center before and after using online courier services. This research uses a qualitative approach. And the type of research used is field research (field research) which is a research carried out in a certain community environment, both in community organization institutions (social), and government institutions. Data collection was carried out through interviews with seven culinary business actors in the Masamba MSME Center. The results showed that the existence of online couriers is very helpful for culinary entrepreneurs in the form of marketing and increasing sales. Culinary business people stated that there was a significant increase in sales after joining using delivery services with online couriers.

Keywords: *Food Delivery, Online Courier, Sales and Culinary Business.*

PENDAHULUAN

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling penting, dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi manusia yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan ekonomi juga meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Salah satu barang konsumsi masyarakat yang sangat penting untuk mencapai hal tersebut adalah pangan. Pemenuhan kebutuhan gizi juga dikaitkan dengan upaya peningkatan kualitas kesehatan masyarakat agar nantinya dapat menarik talenta (SDM) yang berkualitas. Penyediaan pangan yang cukup bagi seluruh warga negara Indonesia merupakan kewajiban bersama secara moral, sosial dan hukum antara pemerintah

dan masyarakat.

Mirip dengan transportasi berbasis internet saat ini, layanan on-demand sektor transportasi Indonesia didominasi oleh dua operator terbesar, Gojek dan Grab. Kehadiran layanan on-demand di sektor transportasi membawa kemudahan bagi konsumen, terutama yang tinggal di perkotaan. Mobilitas yang tinggi memudahkan untuk berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya.

Fitur *Kurir Online* jelas menguntungkan semua pihak. Bagi Gojek dan Grab, selain mampu memperkecil jumlah pengangguran juga bisa menambah pemasukan dengan banyaknya order yang masuk melalui via Go Food atau Grab Food. Sedangkan bagi pengusaha kuliner, ada potensi

kenaikan penjualan dari layanan *food delivery*.

Layanan *food delivery* ini juga kemudian diadopsi oleh pengusaha kuliner di sentral UMKM Masamba. Karena layanan Gojek dan Grab belum masuk ke Kota Masamba. Layanan *food delivery* memang langsung mendapat sambutan positif dari para pelaku pengusaha kuliner. Bagi konsumen, bisa dimudahkan dalam hal memesan makanan yang diinginkan. Melalui layanan *food delivery* ini, konsumen bisa membeli makanan yang diinginkan dengan harga yang relatif murah dari promo yang ditawarkan oleh pengusaha kuliner, konsumen juga bisa menghemat waktu, tenaga dan menghemat biaya transportasi.

Layanan *food delivery* yang dilakukan para pengusaha sentral

UMKM Masamba menggunakan aplikasi Lontara dan Lincah Bos. Konten yang ditawarkan kurang lebih sama dengan aplikasi *Gojek* dan *Grab*. Hanya saja cakupan layanannya masih terbatas untuk wilayah Masamba. Aplikasi ini masih terus dalam tahap pengembangan. Untuk mengantisipasi gangguan, konsumen dan pengusaha UMKM melakukan pemesanan melalui beberapa aplikasi pesan instan. *WhatsApp* dan aplikasi pesan bawaan gadget menjadi alternatif lain untuk melakukan transaksi. Aplikasi ini realtime dan mudah diakses masyarakat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dan jenis

penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga-lembaga organisasi masyarakat (*social*), maupun lembaga pemerintah. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan berkunjung langsung ke sentral UMKM Masamba, salah satu nama Kelurahan yang berada di Kecamatan Masamba sebagai tempat yang dijadikan penelitian.

Berdasarkan sifatnya penelitian ini merupakan penelitian “deskriptif kualitatif” yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang berwujud uraian dengan kalimat tertulis yang memusatkan pada fenomena yang sedang terjadi pada saat penelitian

dilakukan sesuai apa adanya pada waktu itu. Penelitian berpusat pada pandangan yang mungkin berbeda sesuai keunikan dan kepentingan pada masing-masing responden.

Penelitian kualitatif umumnya bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, dilakukan dengan situasi yang wajar dan data dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif.

Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha kuliner di Sentral UMKM Masamba, dengan rentang waktu selama 2 bulan, yaitu bulan Mei hingga Juni 2022.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah pelaku usaha

kuliner yang menggunakan jasa kurir online di Sentral UMKM Masamba.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data teoritis yang orisinal, dan sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari tempat yang menjadi objek penelitian guna untuk mendapatkan informasi secara langsung mengenai dampak keberadaan kurir online terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner yaitu dengan wawancara secara langsung ke pemilik atau pengusaha kuliner di sentral UMKM Masamba.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari literatur baik berupa

buku, karya ilmiah, kitab dan informasi lainnya yang berhubungan dengan judul penelitian. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha kuliner di sentral UMKM Masamba.

Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis

terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian. Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung yaitu dengan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Observasi dilakukan dengan mengamati pelaksanaan penjualan kuliner di sentral UMKM Masamba.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Wawancara dilakukan guna menggali informasi secara langsung kepada pihak yang bersangkutan yaitu pemilik

pengusaha kuliner di sentral UMKM Masamba.

c. Studi Pustaka

Yaitu penelitian ini didasarkan pada bahan-bahan dari buku bacaan dengan mengumpulkan data berupa teori-teori yang bersumber dari literatur, artikel, majalah, jurnal, website dan buku-buku yang berhubungan langsung dengan penelitian tersebut.

2. Metode Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan dengan lengkap selanjutnya adalah penulis akan mengolah data sesuai dengan permasalahannya. Data tersebut diolah dengan menggunakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis yaitu dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a. *Collecting* data adalah proses pengumpulan pertanyaan-pertanyaan informan yang memiliki tema yang sama dan berindikasi memberi jawaban atas pertanyaan penulisan berupa data-data para responden

b. *Editing* data adalah proses pembersihan data, artinya memeriksa kembali jawaban dari para responden tersebut apakah jawaban para responden tersebut sudah betul. Dalam proses ini data yang diperoleh baik melalui hasil observasi maupun wawancara akan dicek kembali. Membaca keseluruhan jawaban dari responden dan menentukan apa yang menjadi fokus dari responden untuk mengetahui tema jawaban secara umum.

c. *Coditing* data yaitu mengklarifikasi dengan cara menyeleksi hasil jawaban yang diberikan oleh responden sesuai dengan pertanyaan yang diajukan penulis.

Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode

ilmiah, karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Menganalisa data merupakan tindakan penelitian yang mempertemukan kesenjangan antara teori dan praktik. Pada penelitian kualitatif ini menggunakan analisis non statistik, artinya data yang diolah diuraikan (deskriptif) disertai penafsiran dengan mengandalkan daya imajinasi, intuisi dan daya kreasi peneliti yang ditafsirkan ke dalam kata-kata kemudian disajikan secara tertulis dalam bentuk laporan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

Kecamatan Masamba dengan luas wilayah 1.068,85 Km², berada di tengah wilayah Kabupaten Luwu

Utara. Posisi yang strategis ini menjadikan Masamba sebagai kecamatan yang ideal untuk dijadikan ibu kota Kabupaten Luwu Utara. Kecamatan ini berbatasan dengan Kecamatan Rampi di bagian Utara, Kecamatan Mappedeceng dan Kecamatan Malangke merupakan batas di bagian Timur dan Selatan. Sedangkan di bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Baebunta.

Pemerintah kecamatan Masamba membawahi 4 kelurahan, 15 desa dan 2 Unit Pemukiman Transmigrasi. Kecamatan ini berada pada wilayah dengan topografi yang beragam. Sebagian desa berada pada wilayah dengan topografi yang datar dan sebagian lainnya berada pada wilayah dengan topografi berbukit-bukit.

Keseluruhan wilayah Kecamatan Masamba berada pada ketinggian antara 50 sampai 300 meter di atas permukaan laut. Masamba terletak pada jalur Trans-Sulawesi yang menghubungkan Sulawesi Selatan dengan Sulawesi Tengah (poros Palopo - Poso) dan Sulawesi Tenggara (poros Palopo - Kolaka). Masamba memiliki sebuah bandar udara yang berada di pusat kota, yaitu Bandar Udara Andi Djemma.

Dampak Keberadaan Kurir Online

Kecamatan Masamba dikenal dengan pusat perdagangan untuk kabupaten Luwu Utara. Bisnis kuliner sangat menjamur di masyarakat luas. Saat ini banyak sekali usaha kuliner yang sudah menggunakan layanan kurir online. Jumlah kuliner yang menggunakan kurir online tahun 2022 dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.4
Daftar Kuliner Berdasarkan Ketersediaannya Pada Layanan Kurir Online

No	Nama Usaha Kuliner	Kurir Online
1	Tea House	Ada
2	Master Tea	Ada
3	Kopi Kemilau	Ada
4	Kau Tea	Ada
5	Yum Yum	Ada
6	Chalodo	Ada
7	Testy Juice	Ada

Sumber : Data pengelola Sentral UMKM Masamba
2022

Wawancara yang dilakukan terhadap 15 responden yang menggunakan kurir online bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan kurir online dalam meningkatkan penjualan usaha yang sedang mereka tekuni. Responden yang berhasil peneliti wawancarai dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Keterangan Responden

No	Nama Usaha Kuliner	Menu paling digemari	Harga Per Porsi (Rp)	Usaha	Waktu Operasional
1	Tea House	coklat	10.000	2 Tahun	10:00-23:00
2	Master Tea	Bakso bakar	10.000	2 Tahun	16:00-00:00
3	Kopi Kemilau	Kopi caramel	15.000	2 Tahun	10:00-22:00
4	Kau Tea	Coklat lava	15.000	2 Tahun	10:00-23:00
5	Yum Yum	Es krim goreng	15.000	2 Tahun	10:00-23:00
6	Chalodo	Mie coklat	15.000	6 Tahun	10:00-23:00
7	Testy Juice	Alpukat juice	20.000	2 Tahun	10:00-23:00

Sumber : data primer yang telah di olah

Tabel di atas merupakan tujuh responden yang berhasil diwawancarai terkait usaha kuliner di Semtral UMKM Masamba. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang dirasakan pengusaha kuliner dengan keberadaan kurir dapat dilihat dari hasil wawancara di bawah ini:

- a. Salah satu responden yang berhasil peneliti wawancarai ialah usaha kuliner Tea House

yang dikelola oleh Pak Rahmad Syahputra berdiri sejak tahun 2018. Menu utama Cafe Syahdan ialah Ayam Jingkrak dan Soto Ayam dan bergabung sejak tahun 2019 beliau mengatakan bahwa:

“ Keberadaan Go Food dan Grab Food sangat membantu usaha saya dan saya juga merasa ada peningkatan dalam penjualan saya. Sebelumnya penghasilan kami Rp. 250.000/hari setelah bergabung penjualan kami meningkat hingga rata-rata mencapai Rp. 700.000/hari.

- b. Usaha Master Tea merupakan usaha yang dikelola oleh Pak Kasmir bersama istri, menu utama Mater Tea ialah Indomie Goreng, Ayam Geprek, dan lainnya. usaha ini telah berdiri sejak tahun 2015 dan bergabung menggunakan kurir online sejak tahun 2018 Beliau mengungkapkan bahwa:

“Keberadaan kurir online ini sangat

membantu UMKM selain menambah peningkatan penjualan juga mempromosikan produk yang kita jual. lagi saat ini sangat banyak masyarakat yang menjalankan transaksi melalui aplikasi daring mungkin karena malas keluar, atau tempatnya jauh hingga ongkos lebih, kebanyakan masyarakat malas ngrantri hingga keberadaan aplikasi ini tentu sangat membantu kami. Penjualan kami juga mengalami peningkatan yang sebelumnya kami mendapatkan penghasilan Rp. 1.000.000/hari setelah bergabung menjadi Rp. 1.500.000/hari. Untuk menarik konsumen kami juga memberlakukan promo. Terkait hambatan, kami belum merasakan adanya hambatan sejak menjadi mitra kurir online.

- c. Usaha Kopi Kemilau yang telah berdiri sejak tahun 2004 hingga sekarang, usaha kopi merupakan sumber penghasil utama dalam keluarga Bu Erni. Menu utama yang dijual ialah aneka macam coffe dan lainnya. Tahun 2017 usaha ini bergabung menggunakan kurir online dan menjadi mitra sejak tahun 2018. Ibu Erni Mengungkapkan terkait dampak keberadaan kurir online

bahwa:

“Semenjak bergabung pendapatan kami mengalami peningkatan secara signifikan yaitu meningkat lebih dari 100% bila dibandingkan saat sebelum menggunakan kurir online pendapatan yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 2.500.000/hari hingga pernah mencapai Rp. 3.000.000/hari di mana sebelumnya hanya Rp. 400.000/hari. Pendapatan penjualan kami juga mengalami naik turun. Karena target pasar kami ialah mahasiswa yang berada di sekitar Kelurahan ini. selain itu mahasiswa juga salah satu pengguna aktif layanan kurir onlie.”

- d. Ibu Nina selaku penjual es Kau Tea yang telah membuka usaha sejak tahun 2014 dan bergabung ke dalam layanan kurir online pada tahun 2018-an. Usaha yang dilakukan dengan mengandalkan gerobak yang berada di depan halaman rumah sebagai lapak penjualan dengan menjual dua menu yaitu Es Kau Tea juga merasakan dampak keberadaan kurir online beliau mengatakan bahwa:

“Usaha saya sangat terbantu dengan keberadaan kurir online dan aplikasi online lainnya, penjualan saya juga Alhamdulillah ada peningkatan yang sebelum usaha saya bergabung ke dalam dengan tim kurir online penghasilan yang paling tinggi kami dapatkan rata-rata sebesar Rp. 350.000/hari. Setelah bergabung penghasilan yang kami dapatkan meningkat walau tidak terlalu signifikan kami mencapai rata-rata Rp. 400.000/ hari hingga Rp. 500.000/ hari. Selain itu usaha kecil saya ini belum pernah saya promosikan melalui media sosial lainnya berkat keberadaan kurir online usaha saya bisa di promosikan tanpa mengeluarkan budget. Kalau ditanya adakah hambatan yang kami rasakan selama bergabung ke dalam aplikasi saya rasa tidak ada hambatan.”

- e. Yum Yum, usaha yang telah berdiri dari tahun 1968 hingga sekarang telah menjalani 2 Generasi. Sejak tahun 1990-an Yum Yum dikelola oleh Pak Suhaimi dan memiliki 5 karyawan. Menu-menu yang ditawarkan oleh Yum Yum merupakan makanan yang diolah dan dicampurkan dengan berbagai macam buah-buahan

segar Makanan yang paling digemari dan sering dicari dalam cafe ini ialah es krim goreng dan lain sebagainya. Target pasar usaha ini adalah masyarakat umum, mahasiswa pekerja kantor. Yum Yum telah bergabung ke menggunakan kurir online sejak tahun 2018 beliau mengatakan:

“Keberadaan kurir online dan layanan aplikasi lain sangat membantu pengusaha kuliner dalam bidang pemasaran. Usaha kuliner Yum Yum semakin di kenal banyak orang dan membantu dalam meningkatkan penjualan yang biasa dalam sebulan kami mendapatkan 30 juta, sekarang kami bisa menghasilkan 40 sampai 50 juta dalam sebulan. Untuk menarik konsumen kami memberlakukan menu paket dengan promo 30%. Terkait hambatan yang kami alami selama bergabung ke dalam layanan kurir online saya rasa tidak ada hambatan sama sekali dan mudah-mudahan aplikasi ini akan semakin mengembangkan sayapnya sehingga semakin mampu membantu seluruh masyarakat dan Indonesia”

- f. Warung Chalodo yang dikelola

oleh Pak Muhammad Qadir beserta keluarga. Usaha yang berdiri sejak tahun 2000 hingga sekarang. Usaha yang menjual berbagai jenis makanan dan menu yang paling digemari ialah Nasi Goreng Kari, Mie Aceh dan lainnya. Usaha ini dilakukan bersama sang istri dan Sejak tahun 2017 Warung Chalodo bergabung menggunakan layanan kurir beliau mengungkapkan bahwa:

“Sebenarnya kami belum terlalu merasakan sekali dampak menjadi mitra ini, karena kami mulai bergabung menjadi mitra sejak tahun 2019 di bulan Desember. Meskipun begitu karena kami telah menggunakan layanan pengantaran mandiri sejak tahun 2017 kami juga merasakan ada peningkatan penjualan selama menggunakan layanan pesan antar kurir online walaupun kenaikannya tidak secara signifikan. sebelum bergabung kami mendapatkan hasil penjualan sebesar Rp. 800.000/hari setelah bergabung memperoleh pendapatan

sebesar Rp. 1.000.000/hari. Terkait hambatan kami belum merasakan adanya hambatan semenjak menggunakan aplikasi ini”.

- g. Testie Juice yang dikelola oleh ibu Umi berdiri sejak tahun 1980-an hingga sekarang telah menjalani dua generasi. Usaha ini memiliki 4 karyawan. Menu utama yang ditawarkan ialah berbagai jenis Martabak Telur. Mulai dari Martabak Mesir, Martabak Cane, Martabak Mie dan Matabak Kari. Selain itu Martabak Mak Yung juga menawarkan berbagai jenis makanan lainnya seperti Nasi Goreng Briyani, Dimsum dan berbagai jenis makanan lainnya. Martabak Mak Yung merupakan pekerjaan utama Ibu Umi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Usaha kuliner Martabak Mak Yung telah bergabung ke dalam

layanan kurir online sejak tahun 2016. Hasil wawancara peneliti kepada Ibu Umi selaku pemilik usaha, Testie Juice mewakilkan kepada anaknya yang ikut membantu usaha Ibu Umi beliau mengungkapkan bahwa:

“Mulanya pada tahun 2016 pihak kurir online mendatangi kami dan menawarkan kami untuk bergabung ke dalam aplikasi. Mereka mengungkapkan segala kelebihan dan keuntungan kami jika bergabung ke dalam aplikasi salah satunya ialah kenaikan pendapatan penjualan dan kami pun ikut bergabung. Karena kami merasakan pendapatan yang cukup signifikan kami juga bergabung ke dalam layanan lain di tahun yang sama. Setelah bergabung ke dalam dua aplikasi ini, Penghasilan kami semakin meningkat sebelum bergabung sekitar Rp. 2.000.000/hari dan setelah bergabung kami mendapatkan penghasilan sekitar Rp. 3.000.000/hari. Terkait hambatan, kami pernah mengalami sedikit kesalahan terkait hasil penjualan dari layanan pembayaran non tunai, hasil penjualan tidak masuk ke rekening saya dan ketika itu banyak transaksi penjualan melalui *transfer* hingga saya merasa sedikit rugi. Karena hal itu saya melaporkan kejadian yang saya alami ke pihak kurir. Dan setelah melakukan beberapa pemeriksaan Alhamdulillah kerugian

yang saya alami di bayar oleh pihak tersebut. Setelah kejadian itu saya tidak pernah mengalami hambatan lagi.

Dari hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa keberadaan kurir online jelas membawa dampak positif kepada pengusaha kuliner yang bergabung menggunakan jasa tersebut. Seluruh responden mengungkapkan kepuasan mereka semenjak menggunakan kurir online selain memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan *budget*, memasarkan produk walau tanpa dapur bahkan salah satu responden hanya menggunakan gerobak sebagai lapak penjualan. Terkait hambatan seluruh responden mengungkapkan Dari responden yang berhasil peneliti wawancarai hanya satu responden yang mengungkapkan adanya

hambatan sehingga mengalami tidak ada hambatan yang berarti selama bergabung ke dalam aplikasi.

sedikit kerugian dan pihak aplikasi sebagai penanggung jawab yang telah mengganti seluruh kerugian yang responden alami.

Perbandingan Hasil Penjualan Sebelum dan Sesudah menggunakan Kurir Online.

Sebagai salah satu kegiatan usaha, pemasaran melalui kurir online juga dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan, sehingga pendapatan usaha juga meningkat. Berikut perbandingan penjualan responden sebelum dan sesudah menggunakan kurir online:

Tabel 4.6

Perbandingan Penjualan Sebelum dan sesudah Sesudah Menggunakan Kurir Online Perhari

No	Nama Usaha Kulinier	Pendapatan sebelum bergabung (Rp/hari)	Pendapatan setelah bergabung (Rp/hari)	Persentase Kenaikan pendapatan (%)
1	Tea House	250.000	700.000	180 %
2	Master Tea	1.000.000	1.500.000	50 %
3	Kopi Kemilau	500.000	2.500.000	400 %
4	Kau Tea	350.000	500.000	43 %
5	Yum Yum	1.000.000	1.700.000	70 %
6	Chalodo	800.000	1.000.000	25 %
7	Testy Juice	2.000.000	3.000.000	50 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel di atas merupakan pendapatan rata-rata dalam sehari pengusaha kuliner sebelum dan sesudah menggunakan jasa kurir online. Dimana seluruh responden mengalami kenaikan setelah bergabung ke dalam aplikasi bahkan dari data di atas bahwa Erni's Burger selama bergabung pernah naik hingga melebihi 100%. Data di atas menunjukkan bahwa keberadaan kurir online sangat membantu usaha kuliner Bu Erni dalam memasarkan

produk yang dijual. Selanjutnya perbandingan pendapatan responden dalam sebulan dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 4.7
Perbandingan Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Kurir Online Perbulan

No	Nama Usaha Kuliner	Pendapatan sebelum bergabung (Rp/bulan)	Pendapatan setelah bergabung (Rp/bulan)	Persentase Kenaikan pendapatan (%)
1	Tea House	7.500.000	21.000.000	180 %
2	Master Tea	30.000.000	45.000.000	50 %
3	Kopi Kemilau	15.000.000	75.000.000	400 %
4	Kau Tea	10.500.000	15.000.000	43 %
5	Yum Yum	30.000.000	51.000.000	70 %
6	Chalodo	24.000.000	30.000.000	25 %
7	Testy Juice	60.000.000	90.000.000	50 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dari data yang penulis paparkan di atas dapat ditarik kesimpulan seluruh pengusaha mengalami peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dan menjadi mitra dari kurir online walau sebagian responden mengalami kenaikan yang belum signifikan. Dari data grafik di atas juga menjelaskan bahwa pendapatan dari usaha kuliner Mak Yung yang

memiliki pendapatan yang lebih tinggi karena sebelum bergabung ke dalam aplikasi penghasilan Mak Yung juga relatif lebih tinggi dibanding dengan usaha kuliner yang lain, ditambah lagi dibantu oleh ketersediaan kurir online walau tidak melebihi kenaikan yang didapat oleh Erni's Burger yang mendapat penghasilan lebih dari 100% setelah bergabung menggunakan jasa kurir online.

Keberadaan Kurir Online Dalam Meningkatkan Penjualan

Menjalankan sebuah usaha semakin menarik perhatian berbagai kalangan beberapa tahun belakangan. Usaha kuliner merupakan usaha yang menjanjikan jika dikemas dengan ide dan konsep yang menarik. Salah satu cara terampuh dalam pelanggan baru adalah dengan membuat promo. Promo merupakan salah satu variabel

di dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi adalah suatu kegiatan memberitahukan (*information*), membujuk (*persuasion*), dan mempengaruhi (*influence*). Saat ini, sangat mudah untuk mempromosikan dan menjual produk yang dijual melalui media sosial. Aplikasi ini dinilai sangat bermanfaat dan hanya akan mempercepat bisnis kuliner yang sedang berjalan hanya dengan bergabung di aplikasi dan menjadi kurir online yang menyediakan layanan pesan antar makanan di Masamba. Layanan ini ditawarkan sebagai layanan periklanan karena merupakan kegiatan untuk memberitahukan produk yang disajikan oleh produsen tertentu, dalam hal ini pengusaha kuliner.

Menurut survei Nielsen, 84% orang menggunakan beberapa aplikasi pengiriman bahan makanan. Bekerja dengan perusahaan kurir online. Pelaku usaha dapat menyadari beberapa manfaat. Hal ini dikarenakan sistem pemesanan makanan yang disediakan oleh keduanya sangat baik. Bisnis kuliner hanya bisa dijalankan dengan modal kecil. Selain layak secara ekonomi, pengusaha kuliner juga bisa mendapatkan keuntungan lain. Dahulu para pengusaha mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, namun kini dapat diatasi. Berikut beberapa keuntungan bergabung menggunakan jasa kurir online:

- a. Meningkatkan Popularitas

Sebuah popularitas restoran atau produk itu penting, dengan

bergabung dalam jasa kurir online, pengusaha kuliner bisa meningkatkan popularitas restoran atau *brand* dengan peluang yang telah disediakan oleh aplikasi ini. Sehingga restoran atau produk yang disediakan langsung bisa dilihat pengguna yang otomatis akan meningkatkan *eksposur* produk.

b. Ongkos Antar Lebih Murah

Bagi sebagian masyarakat sangat memperhitungkan berapa biaya atau ongkos untuk antar makanan ke para pengguna atau pelanggan. Dengan mendaftarkan restoran atau usaha kuliner ke jasa kurir online, masalah tersebut telah teratasi. Karena, pembayaran bisa dilakukan dengan menggunakan metode transfer

sehingga biaya yang dikeluarkan lebih murah.

c. Menjangkau Konsumen Lebih Luas

Hal yang sering menjadi hambatan dalam mengembangkan bisnis kuliner atau produk makanan itu biasanya karena terbatas jangkauan. Namun, hal tersebut tidak menjadi suatu hambatan.

Sebab jika pengusaha kuliner menjadi mitra dengan aplikator kurir online akan secara otomatis dibantu menjangkau para konsumen secara luas. Karena ada *driver* yang siap mengantar makanan dan minuman ke pelanggan.

d. Memberikan Kemudahan bagi Pelanggan

Masyarakat tidak akan merasa kesulitan menemukan restoran,

sebab berbagai hal penunjang pun sudah dilengkapi secara otomatis salah satunya GPS dan alamat lengkap, berapa jarak tempuh pun bisa langsung dilihat. Kemudian restoran atau kuliner yang didaftarkan akan masuk ke kategori *Near Me*. Artinya, para pengguna aplikasi yang berada di sekitar, akan dapat melihat restoran pada daftar kategori tersebut.

e. Kemudahan Mempromosikan Menu

Dengan mudahnya komunikasi bersama kurir, pembeli dapat mengetahui menu-menu terbaik yang ada di restoran. Hal tersebut bisa memberikan pilihan-pilihan menu kepada para pelanggan. Jika menu tersebut menarik, orang-orang akan tertarik untuk membelinya.

f. Tidak Memerlukan Kurir Sendiri

Hal menguntungkan lainnya yaitu pengusaha kuliner tidak perlu menyiapkan kurir antar. Sebab para *driver* siap kapan saja melayani. Pelaku usaha hanya perlu fokus memunculkan berbagai inovasi yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan menunggu orderan.

g. Meningkatkan Omzet Penjualan

Jika restoran, cafe atau jenis usaha kuliner lainnya sudah berjalan cukup lama, tentu saja akan banyak pelanggan khusus dan bisa lebih banyak menjangkau pelanggan dengan bergabung ke dalam layanan pesan antar, pangsa pasar semakin meluas dan mudah dalam memesan tentu akan meningkatkan penjualan.

h. Membantu Meningkatkan UKM Kuliner

Tidak hanya bisa membantu usaha Waralaba besar, layanan pesan antar bisa membantu mempromosikan makanan hasil karya pelaku UKM sehingga akses promosi lebih luas.

Selain itu tentunya diskon dan promosi gratis ongkos kirim dapat menghemat banyak uang bagi pengguna, sehingga pengguna lebih memilih untuk memesan sembako melalui kurir online.

Promosi yang diterapkan oleh pelaku usaha sangat beragam baik promosi pembelian paket, pengurangan biaya minimum, dan pengurangan biaya pengiriman. Promosi yang berlaku termasuk kupon, cashback, satu untuk setiap pembelian, atau potongan harga. Voucher promosi

merupakan salah satu cara bagi pengusaha kuliner untuk menawarkan diskon kepada pelanggannya. Semua promosi yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis kuliner melalui pemesanan online tentunya sangat menarik bagi konsumen selama menggunakan aplikasi berbasis internet ini. Oleh karena itu, pengguna lebih memilih untuk memesan makanan dan minuman melalui aplikasi yang memudahkan untuk menghemat biaya.

Untuk meningkatkan penjualan, kita membutuhkan sesuatu yang menarik konsumen. Salah satunya adalah keberhasilan pemasaran online suatu produk juga ditentukan oleh deskripsi yang menarik, tampilan visual produk/gambar. Dalam periklanan, bahasa dan citra saling berkaitan erat dan saling

menjelaskan. Dalam buku Zielke yang dikutip oleh Ira Indah Permatasari (2019, hal. 12) bahwa selain unsur-unsur *verbal* dalam iklan terdapat unsur-unsur *nonverbal* yang berperan penting dalam komunikasi dengan klasifikasikan berikut:

- a. *Key Visual*, gambar produk utama yang ingin ditampilkan, biasanya terletak di bagian paling depan gambar atau diposisikan lebih mencolok. Sebagai contoh pada produk makanan yang akan dijual.
- b. *Catch Visual*, gambar pendukung, memberikan asosiasi tambahan tanpa menutup daya tarik gambar utama tampilan.
- c. *Focus Visual*, gambar dalam potongan kecil yang berdiri

sendiri dan merupakan bagian penting sebuah produk.

Seperti dijelaskan di atas, elemen-elemen ini juga ada dalam layanan pengiriman. Dalam layanan pesan antar, makanan yang paling diminati berada di bagian atas menu, ditandai dengan menu favorit Anda, semua bertujuan untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Dampak Keberadaan Kurir Online Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di sentral UMKM Masamba dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kurir Online memiliki dampak dalam meningkatkan penjualan

di sentral UMKM Masamba bahwa keberadaan Kurir Online jelas membawa dampak positif kepada pelaku usaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra. Pengusaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi rata-rata mengungkapkan kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan budget, mempermudah transaksi, memasarkan produk walau tanpa dapur bahkan salah satu responden hanya menggunakan gerobak sebagai lapak penjualan.

- b. Tingkat penjualan usaha kuliner di sentral UMKM Masamba seluruh pelaku usaha

menyatakan mengalami peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dan mesnjadi mitra dari Kurir Online bahkan salah satu pengusaha yang berada di kelurahan tersebut ada yang mengalami peningkatan secara signifikan hingga melebihi 100%.

Saran

Setelah mengadakan penelitian dampak ketersediaan kurir online terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Masamba (Studi Kasus Pelaku Usaha Makanan dan Minum sentral UMKM Msamba) peneliti ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan dari pihak yang terkait.

- a. Untuk Pelaku Usaha Kuliner

Pelaku usaha kuliner harus dapat memanfaatkan keberadaan

perusahaan kurir online untuk mendukung tumbuh kembang usaha yang dijalankan serta meningkatkan penjualan.

b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk meningkatkan peneliti sebelumnya dengan meminta lebih banyak peneliti memuat data yang lebih lengkap, termasuk lebih banyak responden, dan mencakup masalah lain dari sistem perdagangan digital.

c. Untuk vendor aplikasi kurir online

Aplikasi kurir online sangat membantu dalam perpindahan masyarakat. Kami berharap penyedia dapat mengembangkan aplikasi yang mudah diakses oleh publik, memiliki beragam fitur, dan menawarkan beragam layanan.

DAFTAR RUJUKAN

Andreas, Y. V. (2019). Analisis

Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Layanan Food Delivery (Go-Food Dan Grabfood) Di Kota Yogyakarta.

Arifin, H. S. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Deepublish.

Gilarso, T. (2003). *SJ. 2003. Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Hidayatullah, S., Waris, A., Permata, Y., Adrian, T., Sarwinda, N., Lestari, F. W., & Eka, A. A. G. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 2, 1423–1429.

Indraswari, A., & Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2(1), 63–73.

Lestarini, W. (2008). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Pemilihan Moda Transportasi Untuk Perjalanan Kerja (Studi Khusus Karyawan PT. SSSWI Kabupaten Wonosobo)*. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*.

Masogi, M. A. (2014). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Telkomsel Pada Pt. Ardan Masogi Di

- Kabupaten Pinrang.
- NSS, R. L. P., & Rahoyo, R. (2019). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120–133.
- Nurul Almariah, Pangiuk, A., & Baining, M. E. (2019). *Pengaruh Layanan Go-Food, Harga Dan Jumlah Order Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Jambi*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin.
- Palupi, H. D., & Nugraheni, M. (2017). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Usaha Food Truck Di Chic Chop Yogyakarta. *E-Journal Student PEND. TEKNIK BOGA-SI*, 6(5).
- Pratama, Y., Ferawati, R., & Rusliani, H. (2018). *Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar di Go-Food/Go-Jek Jambi)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar ilmu ekonomi (mikroekonomi & makroekonomi)*.
- Saputra, M. A. (2019). *Eksistensi Ukm Pada Era Market Place (Studi Kasus Pasar Tanah Abang)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta.
- Sarinastiti, E. N., & Vardhani, N. K. (2019). Co-Branding Online Food Delivery: Perubahan Model Bisnis Wisata Kuliner Lokal Khas Yogyakarta. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 177–194.
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi pemasaran online UMKM makanan (Studi kasus di kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 116–126.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern Liberty: Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa–prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Gojek, 2019. Dilihat di <https://www.gojek.com/blog/gofood/gofood-tetap-no-1/> Diakses pada tanggal 05 Desember 2021.
- Kementrian Perindustrian, *Industri Makanan dan Minuman Jadi Sektor Kampiun*, lihat di <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman>. Di akses pada 20 Januari 2022.
- Wikipedia lihat di https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Luwu_Utara diakses pada 13 Januari 2022.

Wikipedia lihat di
[https://id.wikipedia.org/wiki
/Kabupaten_Luwu_Utara](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Luwu_Utara)
diakses pada 13 Januari
2022.