

## ANALISIS PERKEMBANGAN BISNIS RUMAH MAKAN PADANG ELOK BASAMO DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI PESAN ANTAR SECARA ONLINE

Dian Nur Ardila<sup>1</sup>, Suci Nur Utami<sup>2</sup>, Khusnul Khotimah<sup>3</sup>

Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes,  
Jawa Tengah.

e-mail: [diannurardilla@gmail.com](mailto:diannurardilla@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan e-commerce di Indonesia saat ini tidak terlepas dari kebiasaan masyarakat yang menuntut kepraktisan dan kecepatan. Ada perubahan dalam perilaku konsumen dari yang biasanya membeli makanan secara offline hingga saat ini beralih membeli makanan secara online dengan menggunakan jasa di marketplace. Ini telah menyebabkan peningkatan transaksi pengiriman makanan. Tujuan dari ini Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen keputusan pembelian konsumen dalam membeli makanan menggunakan secara online dengan jasa pengiriman. Metode sampel yang digunakan penulis nyaman sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel bebas menurut keinginan penulis. Jumlah sampelnya adalah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan faktor mempunyai pengaruh dan pengaruh yang signifikan kontribusi yang simultan. Dan secara parsial faktor yang mempunyai pengaruh yang signifikan adalah faktor control pribadi, sedangkan faktor sikap dan norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan secara online.

**Kata Kunci:** *E-commerce, Faktor Sikap, faktor Norma Subyektif, Faktor Kontrol Pribadi, Online*

### Abstract

*The current development of e-commerce in Indonesia cannot be separated from people's habits that demand practicality and speed. There has been a change in consumer behavior from usually buying food offline to now switching to buying food online using services in the marketplace. This has led to an increase in food delivery transactions. The purpose of this research is to determine the factors that influence consumer behavior in purchasing food using online delivery services. The sampling method used by the author is comfortable sampling, namely a sampling technique using free samples according to the author's wishes. The sample size is 100 respondents. The research results show that overall the factors have a significant influence and contribution simultaneously. And partially, the factor that has a significant influence is the personal control factor, while the attitude and subjective norm factors do not have a significant influence on online food purchasing decisions.*

**Keywords:** *E-commerce, Attitude Factors, Subjective Norm Factors, Personal Control Factors, Online.*

## 1. PENDAHULUAN

Internet Industri makanan dan minuman (mamin) adalah salah satu industri yang berkembang sangat pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Industri makanan dan minuman di Indonesia menjadi salah satu motor utama pertumbuhan industri pengolahan nonmigas yang

didukung oleh sumber daya alam berlimpah serta permintaan domestik yang terus meningkat. Industri makanan dan minuman juga merupakan salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Dwiputra, 2017). Industri ini tercatat selama ini konsisten terus positif pergerakannya, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor dan juga penyerapan tenaga kerja. Potensi industri makanan dan minuman di Indonesia diyakini bisa menjadi *champion*, karena *supply* dan *user*-nya yang banyak. Rumah makan padang biasanya menyajikan berbagai macam lauk pauk pilihan yang bebas dipilih oleh pembeli. Terdapat 2 sistem penyajian pada rumah makan padang yaitu dapat memilih lauk pauk secara langsung pada etalase yang tersedia atau dihidangkan dalam artian semua menu lauk pauk yang tersedia dihidangkan satu persatu pada meja pelanggan agar pelanggan mudah dalam memilih lauk yang diinginkan. Sampai saat ini rumah makan padang masih memiliki penggemar setia, tidak hanya di daerah Sumatera Barat, tetapi juga sampai seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah restoran padang di berbagai daerah di Indonesia.

Hal ini tentu menjadi peluang besar bagi para pelaku usaha untuk membuka usaha kuliner rumah makan padang. Salah satunya adalah Rumah Makan Padang “Elok Basamo” Target pasar dari penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo adalah semua kalangan masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah yang ingin menikmati masakan Padang dengan cita rasa khas Minang dengan bumbu yang berempah, enak dan juga bergizi tentunya dengan harga yang terjangkau. Layanan pesan-antar makanan online merupakan industri yang sedang berkembang yang memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk memesan makanan secara online dari restoran & kafe favorit mereka dan mengirimkannya ke rumah mereka. Layanan pesan-antar makanan online telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir karena meningkatnya penetrasi internet, meningkatnya penggunaan perangkat seluler, aksesibilitas layanan pengiriman sesuai kebutuhan dan Faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan ini mencakup meningkatnya kebutuhan akan solusi kenyamanan & hemat waktu, meningkatnya pembayaran digital dan pengiriman nirsentuh, serta semakin populernya layanan pesan-antar makanan di kalangan konsumen junior.

Munculnya aplikasi pesan-antar makanan di Indonesia, seperti *GoFood*, *Shopeefood*, *Grabfood*, dan beberapa aplikasi lainnya, telah menjadi kekuatan yang kuat dalam industri pesan-antar makanan. Dilansir dari *DataIndonesia.id*, laporan Momentum Works mencatat Indonesia sebagai negara yang paling banyak melakukan layanan pesan-antar makanan (*food delivery*) di Asia Tenggara. Berdasarkan laporan tersebut, nilai penjualan bruto atau *gross merchandise value* (GMV) Indonesia adalah senilai 4,6 miliar US\$ sepanjang tahun lalu. Efisiensi dan fleksibilitas yang ditawarkan layanan pesan-antar makanan membuatnya sangat diminati banyak orang, terutama dalam memesan makanan.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian berupa penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Dimana penelitian deskripsi ini berupaya menguraikan data ataupun fenomena yang didapatkan dari lapangan secara langsung, untuk berupaya memaparkan

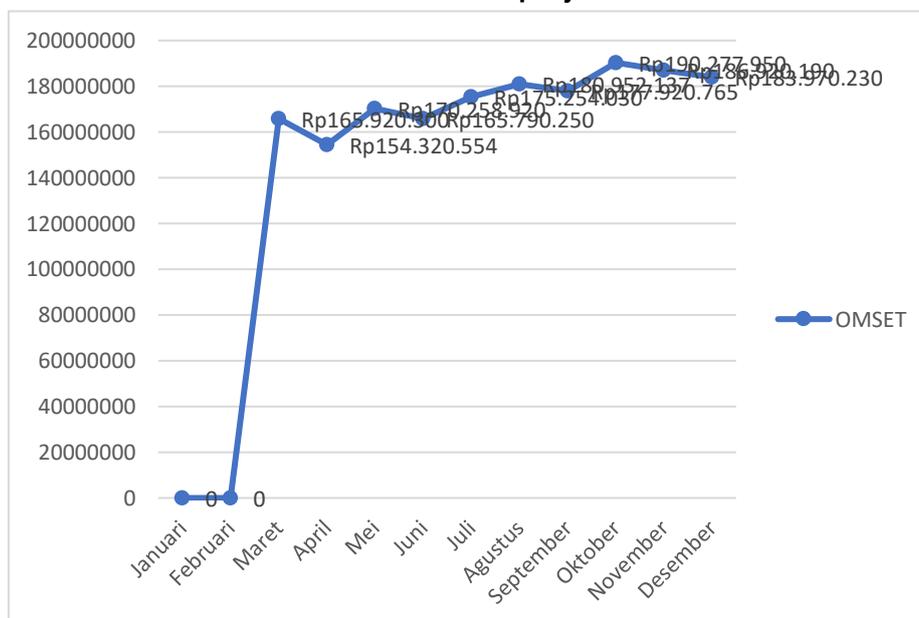
kondisi ataupun situasi setelah dan sebelum penelitian ini dilakukan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, *et.al*, (2019) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami. Penelitian ini memberikan tujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi pesan-antar makanan online terhadap penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo. Dalam penelitian ini teknik untuk mengumpulkan data dari satu sumber yaitu dengan melihat kinerja pendapatan Rumah Makan Padang Elok Basamo yang berasal dari penjualan aplikasi pesan-antar makanan online *Go-Food*, *Shopeefood* dan *Grabfood*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Aspek Keuangan

Penjualan selama satu tahun sebelum menggunakan aplikasi pesan-antar makanan online dari bulan Januari bulan Desember 2023 dengan total penjualan sebesar Rp 2.065.806.650. Berikut ini adalah data penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo pada tahun 2023 dan Penjualan selama satu tahun pada tahun 2024 Rumah Makan Padang Elok Basamo memiliki total penjualan sebesar Rp 2.861.728.000. Berikut ini adalah data penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo selama 1 tahun terakhir pada tahun 2024.

**Gambar 1. Grafik penjualan**



Sumber : Data Primer, 2024

Dilihat pada gambar di atas Berdasarkan data nominal omset penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo selama satu tahun terakhir, terlihat bahwa omset bulanan berkisar antara Rp 205.828.000 hingga Rp 266.577.000. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Padang Elok

Basamo memiliki kinerja penjualan yang stabil dengan omset yang relatif tinggi. Bulan Oktober dan November menjadi puncak tertinggi dalam omset penjualan, mencapai di atas Rp 266 juta, sementara bulan-bulan lainnya juga menunjukkan angka omset yang signifikan di atas Rp 200 juta. Dengan adanya fluktuasi bulanan, namun secara keseluruhan omset penjualan cenderung bertahan di level yang cukup baik sepanjang tahun. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Makan Padang Elok Basamo memiliki basis pelanggan yang stabil dan mampu menarik minat pembeli secara konsisten. Dengan demikian langkah-langkah strategis dapat diambil untuk mempertahankan atau meningkatkan omset penjualan, seperti meningkatkan promosi pada bulan-bulan dengan omset lebih rendah atau menyesuaikan menu untuk menarik lebih banyak pelanggan. Pada tahun 2024 periode Januari sampai Desember 2024 terdapat pengeluaran untuk bahan baku, biaya air & listrik, biaya transportasi, dan biaya lainnya. Dengan total pengeluaran selama 12 bulan sebesar Rp 2.048.745.000.

### **Analisis Kelayakan Keuangan**

Setelah menghitung biaya investasi awal, biaya operasional dengan biaya penjualan dari aplikasi pesan-antar makanan online, maka Rumah Makan Padang Elok Basamo dapat melakukan analisis kelayakan keuangan untuk menentukan apakah aplikasi pesan-antar makanan online ini layak atau tidak untuk digunakan sebagai media penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo. Keuntungan yang cukup untuk menutupi biaya investasi dan biaya operasional merupakan hal yang diharapkan oleh setiap pemilik terhadap bisnisnya bahwa penjualan dari aplikasi pesan-antar makanan online dibandingkan dengan investasi awal dan operasional aplikasi pesan-antar makanan online hasilnya adalah positif. Ini menunjukkan bahwa penjualan yang didapat dari aplikasi pesan-antar makanan online sudah mencapai keuntungan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini dapat berkelanjutan dalam menggunakan aplikasi pesan-antar makanan online dalam jangka panjang. Dengan demikian dalam mengevaluasi kelayakan keuangan dari penggunaan aplikasi pesan-antar makanan online oleh Rumah Makan Padang Elok Basamo, langkah pertama adalah menghitung total pendapatan bersih yang diperoleh dari aplikasi tersebut. Hal ini dilakukan bertujuan untuk dapat mengetahui keberlanjutan dari penggunaan aplikasi online sebagai pesan antar konsumen.

a. Total Pendapatan Bersih dari Aplikasi Online

$$\begin{aligned} \text{Total Pendapatan Bersih} &= \text{Pendapatan Go-Food} + \text{Pendapatan ShopeeFood} + \text{Pendapatan Grabfood} \\ &= \text{Rp } 106.633.301 + \text{Rp } 146.621.644 + \text{Rp } 116.819.240 \\ &= \text{Rp } 370.074.185 \end{aligned}$$

b. Total Biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan Aplikasi Online

1. Total Biaya = Biaya Investasi Awal + Biaya Operasional = Rp 3.500.000 + (Biaya Operasional Go-Food + Biaya Operasional ShopeeFood + Biaya Operasional Grabfood)
2. Biaya Operasional Go-Food = 20% dari total pendapatan Go-Food  
 $= 0.20 * \text{Rp } 106.633.301$   
 $= \text{Rp } 21.326.660.20$
3. Biaya Operasional ShopeeFood = 25% dari total pendapatan ShopeeFood  
 $= 0.25 * \text{Rp } 146.621.644$   
 $= \text{Rp } 36.655.411$

4. Biaya Operasional *Grabfood* = 30% dari total pendapatan *Grabfood*  
 $= 0.30 * \text{Rp } 116.819.240$   
 $= \text{Rp } 35.045.772$
  5. Total Biaya =  $\text{Rp } 3.500.000 + (\text{Rp } 21.326.660 + \text{Rp } 36.655.411 + \text{Rp } 35.045.772)$   
 $= \text{Rp } 3.500.000 + \text{Rp } 93.027.843$   
 $= \text{Rp } 96.527.843$
- c. Laba khusus dari pesanan online
1. Laba Khusus = Total Pendapatan Bersih - Total Biaya
  2. Laba Khusus =  $\text{Rp } 370.074.185 - \text{Rp } 96.527.843$
  3. Laba Khusus =  $\text{Rp } 273.546.342$
- d. Perhitungan Rasio Kelayakan Keuangan
1. Rasio Kelayakan Keuangan = Total Pendapatan Bersih / Total Biaya
  2. Rasio Kelayakan Keuangan =  $\text{Rp } 370.074.185 / \text{Rp } 96.527.843$
  3. Rasio Kelayakan Keuangan = 3.838

Dengan demikian dapat dipahami berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio kelayakan keuangan dari penggunaan aplikasi online oleh Rumah Makan Padang Elok Basamo adalah sekitar 3.838. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan yang dihasilkan dari aplikasi online hampir 3.8 kali lipat lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, dari segi kelayakan keuangan, penggunaan aplikasi online dapat dianggap layak dan menguntungkan bagi Rumah Makan Padang Elok Basamo. Maka laba perbulannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini dengan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya selama tahun 2023 dari periode januari sampai desember.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mendapatkan Kesimpulan bahwa Pengaruh terhadap peningkatan penjualan Aplikasi *Go-Food*, *Shopeefood*, dan *Grabfood* memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan Rumah Makan Padang Elok Basamo. Meskipun terdapat fluktuasi bulanan dalam penjualan online, secara keseluruhan, ketiga aplikasi tersebut berhasil menghasilkan pendapatan yang signifikan bagi bisnis. Pemanfaatan platform pesan-antar makanan online seperti *Go-Food*, *Shopeefood*, dan *Grabfood* menjadi strategi penting dalam mencapai pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan omset penjualan Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya dapat dipahami bahwa keberadaan aplikasi *Go-Food*, *Shopeefood*, dan *Grabfood* telah berhasil menarik sejumlah pelanggan baru untuk Rumah Makan Padang Elok Basamo. Meskipun terjadi variasi bulanan dalam jumlah pelanggan baru, secara keseluruhan, ketiga aplikasi tersebut mampu memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan basis pelanggan restoran. Pengaruh terhadap konsumen yang melakukan *repeat order Aplikasi Go-Food*, *Shopeefood*, dan *Grabfood* juga memengaruhi perilaku konsumen Rumah Makan Padang Elok Basamo dalam melakukan *repeat order*. Meskipun terjadi fluktuasi bulanan dalam jumlah pelanggan yang melakukan *repeat order*, data menunjukkan bahwa keberadaan ketiga aplikasi tersebut mampu mempertahankan sejumlah pelanggan untuk melakukan *repeat order* secara konsisten. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan dan pengalaman pelanggan yang

diberikan melalui aplikasi tersebut dianggap memuaskan, sehingga pelanggan kembali untuk melakukan pemesanan lebih lanjut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan aplikasi *Go-Food*, *Shopeefood*, dan *Grabfood* memberikan dampak yang signifikan bagi Rumah Makan Padang Elok Basamo, baik dalam hal peningkatan penjualan, penciptaan pelanggan baru, maupun peningkatan jumlah konsumen yang melakukan *repeat order*. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan penjualan online melalui aplikasi pesan-antar makanan merupakan Langkah yang efektif bagi bisnis untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan pertumbuhan bisnisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alawi, A. R. (2022). Analisis Program Pemerintah Kota Surabaya Barbagi Makanan Gratis Kepada Masyarakat Perspektif Islam (Tinjauan Komunikasi Pemasaran). *Jurnal STIKOM Semarang| Semai Komunikasi*, 5(1), 35-42.
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173.
- Atiqah, F., & Puspawati, D. (2022). ANALISIS PENERAPAN SISTEM “MATO” PADA MANAJEMEN PENGGAJIAN KARYAWAN DI RESTORAN PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 470-480.
- Az-zahra, H. N., Tantya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan online food delivery dalam membantu meningkatkan penjualan pada usaha mikro. *Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156-165.
- Bannor, R. K., & Amponsah, J. (2023). The Emergence of Food Delivery in Africa: A Systematic Review. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 100062.
- Cahyani, Z., & Nurcahyo, R. (2020, April). Popularity Analysis of Mobile Food Ordering Apps In Indonesia. In *2020 IEEE 7th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)* (pp. 1000-1004). IEEE.
- Cheng, C. C., Chang, Y. Y., & Chen, C. T. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102938.
- Dwiputra, G. A. (2017). Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rumah Makan Krebo Jantan. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 85-90.
- Elverda, E., Nahdah, T. A., & Hamali, S. (2023, August). Consumer Decision-Making Criteria for Online Food Delivery Platforms: A Case Study in Jabodetabek Indonesia. In *2023 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)* (pp. 305-309). IEEE.
- Halim, F. S., Rahmawati, R., & Mardiah, S. (2022). Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood Dan Shopeefood. *Devosi*, 3(2), 40-48.
- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 314-322.
- Kotler, P dan Armstrong. G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasran Jilid 1, Edisi 12. Erlangga, PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan, A. C., Rachmawati, N. L., Ayu, M. M., Ong, A. K. S., & Redi, A. A. N. P. (2024). Determinants of satisfaction and continuance intention towards online food delivery service users in Indonesia post the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 10(1).

- Kurniawan, A. C., Rachmawati, N. L., Ayu, M. M., Ong, A. K. S., & Redi, A. A. N. P. (2024). Determinants of satisfaction and continuance intention towards online food delivery service users in Indonesia post the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 10(1).
- Moleong, L. J. (2017). Metode penelitian kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 17.
- Nurhayati, S., Nurbayani, S., & Dahliyana, A. (2021). Pengaruh fitur Go-Food pada aplikasi gojek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital. *Sosio Religi: Jurnal Kajian Pendidikan Umum*, 19(1).
- Pandhi, R. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Untuk Peningkatan Pendapatan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Kota Depok). *MALIA (TERAKREDITASI)*, 10(1), 15-30.
- Pinem, R. J. (2019). The role of technology in increasing motivation of millennial women entrepreneurs starting a business in the digital era. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 1-7.
- Prasetya, S. R., Rivai, R. A., Utama, M. B. Y., Rama, D. A., & Agata, D. F. (2023). Pemanfaatan Online Food Delivery (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(3), 24-33.
- Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Sampoerna, S. T. (2022). The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 4(1), 58-67.
- Rachmawati, M. (2009). *Sukses bisnis rumah makan Padang*. Niaga Swadaya.
- Rahma, E. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia (Studi KCP Masamba)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Rahmah, A. M. Z., & Sitorus, O. F. (2022, July). Efek penerapan online food delivery pada UMKM. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 3, pp. 657-663).
- Salma, D. N., & Rachmawati, R. (2022). The role of online food delivery services in the competitiveness of the Yogyakarta culinary industry during the COVID- 19 pandemic. *Indonesian Journal of Geography*, 54(1), 147-153.
- Satya, S., & Khomida, D. (2023). Perancangan Promosi Periklanan dan Penjualan Melalui Media Sosial pada COFFEED. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 2078-2084.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Siregar, S. Y. (2024). Mangupa-upa Sebagai Sarana Untuk Membrikan Ungkapan Doa, Syukur, dan Harapan dalam Tradisi Masyarakat Batak Angkola di Kec. Padang Bolak. Kab. Padang Lawas Utara. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(2), 74-88.
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekeexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 279-292.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tyas, W. P., Damayanti, M., Utama, J. K., & Saragih, D. D. (2019, November). The role of food delivery services by online motorcycle taxi on the development of culinary home-based enterprises. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 396, No. 1, p. 012010). IOP Publishing.