

# Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Terminal Lama Kota Sukabumi

Rudi Afriyadi<sup>1</sup>, Shella Yefa Eka Putri<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi  
Jl. Babakan Sirna No. 2 Sukabumi, Jawa Barat

<sup>2</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi  
Jl. Babakan Sirna No. 2 Sukabumi, Jawa Barat

[Ruditea@polteksmi.ac.id](mailto:Ruditea@polteksmi.ac.id)  
[shellayefaekaputri@gmail.com](mailto:shellayefaekaputri@gmail.com)

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Terminal Lama Kota Sukabumi. Tujuan utama penelitian adalah mengetahui sejauh mana aplikasi tersebut membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan konsumen, dan menjaga stabilitas usaha. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan aplikasi pesan antar makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan omset, terutama melalui bertambahnya pelanggan baru, meningkatnya frekuensi transaksi, serta naiknya rata-rata nilai pembelian. Faktor lain seperti promo, fleksibilitas pembayaran, dan kemudahan akses aplikasi juga memperkuat strategis penjualan UMKM. Meskipun demikian, pengaruhnya bervariasi tergantung pada jenis produk yang ditawarkan dan intensitas pemanfaatan aplikasi. Kesimpulannya, aplikasi layanan pesan antar makanan memiliki peran penting sebagai sarana digital yang membantu UMKM Terminal Lama Kota Sukabumi meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menjaga keberlanjutan pendapatan mereka di era digital..

**Kata kunci:** aplikasi layanan pesan antar makanan, omset, UMKM

## Abstract

*This study aims to analyze the influence of food delivery service applications on the revenue of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Old Terminal area of Sukabumi City. The main objective is to identify how these applications support MSMEs in increasing income, expanding market reach, and maintaining business stability. A descriptive qualitative method was applied using interviews, observations, and documentation with MSME owners who actively utilize food delivery service platform. The results show that food delivery applications positively impact revenue growth by attracting new customers, increasing transaction frequency, and raising the average order value. Other contributing factors include promotional features, flexible payment methods, and easy access, which enhance MSMEs' marketing strategies. However, the degree of influence varies depending on the type of product offered and the intensity of application usage. In conclusion, food delivery service applications play an essential role as digital tools that help MSMEs in Sukabumi's Old Terminal improve competitiveness, expand their markets, and sustain revenue in the digital era.*

**Keywords:** food delivery service application, turnover, MSME.

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan roda ekonomi lokal. Di Terminal Lama Kota Sukabumi, UMKM memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Namun, di tengah peluang besar tersebut, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat peningkatan omset dan daya saing usaha mereka. Terbatasnya akses pasar, terbatasnya pengetahuan mengenai teknologi digital, serta persaingan yang semakin ketat menjadi kendala utama yang harus dihadapi. Di era digital saat ini, adaptasi terhadap teknologi, khususnya penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan, menjadi kunci penting bagi UMKM untuk tetap eksis dan berkembang, beberapa platform penyedia layanan pesan antar makanan secara *online* ialah GoFood pada aplikasi Gojek, GrabFood pada aplikasi Grab dan ShopeeFood pada aplikasi Shopee secara konsisten melakukan promosi dengan menginformasikan produk yang disajikan oleh distribusi ataupun produsen tertentu, dalam hal ini UMKM kuliner yang menjadi mitranya.

Peranan aplikasi layanan pesan antar makanan memiliki peran yang sangat membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan dan omset dan juga membantu para konsumen dengan menghemat waktu, tenaga dan dapat memesan makanan kapan saja, tanpa harus keluar rumah atau kantor. Beberapa fitur yang ada di aplikasi layanan pesan antar makanan yaitu layanan yang cepat, pengguna bisa melacak lokasi *driver*, memperkirakan waktu makanan tiba, banyak promosi yang di tawarkan seperti *voucher* diskon, *chaback* dan gratis ongkir, juga metode pembayaran yang beragam seperti pembayaran tunai, dompet digital (Gopay, OVO, ShopeePay), kartu kredit/debit. Dan memudahkan pengguna untuk menyimpan restoran atau stand makanan favorit dan memesan ulang dengan cepat tanpa harus mulai dari awal.

Aplikasi layanan pesan antar makanan adalah platform digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna memesan makanan dari berbagai restoran atau UMKM secara *online*, kemudian makanan tersebut akan diantarkan

langsung ke lokasi pengguna oleh mitra pengantar (*driver*).

Jenis aplikasi layanan pesan antar makanan:

- a. GoFood  
Layanan GoFood dibuat untuk mempermudah konsumen memenuhi kebutuhan pemesanan makanan tanpa perlu datang langsung ke tempat penjual makanan yang diinginkan. Banyak mahasiswa dan kalangan pekerja yang menghabiskan banyak waktu menjalankan aktivitasnya sehingga malas pergi membeli makanan secara langsung dan memilih menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan.
- b. GrabFood  
GrabFood merupakan layanan pesan antar makanan dengan jangkauan regional yang terluas dan merupakan satu-satunya layanan pesan antar makanan yang beroperasi di tujuh Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Myanmar.
- c. ShopeeFood  
Shopee merupakan salah satu situs belanja online (*e-commerce*) terbesar di Indonesia bahkan di se-Asia Tenggara. Seiring berjalannya waktu dan bisnis layanan pesan antar makanan semakin populer di kalangan masyarakat Shopee menambahkan fitur baru yaitu ShopeeFood. ShopeeFood mulai merekrut mitra (*driver*) pada 25 November 2020 dan pada awal tahun 2021 ShopeeFood sudah mulai beroperasi pertama kali di wilayah Jakarta.

Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan makanan tanpa harus datang langsung ke tempat penjual.

Kemudahan dalam mengakses dan mendapatkan makanan melalui aplikasi layanan pesan antar makanan ini sedikit banyaknya sudah merubah kebiasaan makan masyarakat. Masyarakat menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan karena beberapa faktor, diantaranya :

- a. Ingin menghemat waktu dan tenaga untuk mengentre dan menunggu.

- b. Keinginan menghemat waktu dan tenaga dalam berpergian untuk membeli makanan.
- c. Promosi atau tawaran yang menarik.
- d. Pembayaran yang praktis dan potongan tunai yang menarik.
- e. Banyak pilihan.
- f. Praktis untuk pemesanan kapanpun dan dimanapun terdapat daftar favorit/*best seller*, lokasi outlet makanan jauh.
- g. Menghemat ongkos.

Aplikasi ini tidak hanya membantu memperluas jangkauan pasar dengan memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan secara online, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan interaksi pelanggan melalui berbagai fitur promosi dan metode pembayaran yang fleksibel. Meski demikian, pengaruh aplikasi ini terhadap peningkatan omset UMKM di Terminal Lama menunjukkan variasi yang bergantung pada strategi pemasaran, jenis produk, dan intensitas pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk menggali secara mendalam bagaimana penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dapat mendukung pertumbuhan UMKM di kawasan ini sekaligus mengidentifikasi kendala dan solusi yang dihadapi para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi tersebut.

berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aplikasi layanan pesan antar makanan memiliki peran yang sangat membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan dan omset juga membantu para konsumen dengan menghemat waktu, tenaga, dan dapat memesan makanan kapan saja, tanpa harus keluar rumah atau kantor. Selain itu, studi oleh Miftahul Jannah (2022) layanan pesan antar makanan bukan sesuatu yang baru terutama bagi usaha yang bergerak di bidang kuliner. Umumnya layanan disediakan berupa pesanan lewat telepon. Dengan seiring berjalannya waktu memasuki era digital dan segala hal nyaris terintegritas, layanan pesan antar makanan turut beradaptasi. Pengaruh aplikasi layanan pesan antar makanan terhadap UMKM menurut Maya syahlina (2025) tren belanja *online* sangat signifikan tumbuh dikalangan masyarakat. Semua memiliki *smartphone* untuk memudahkan komunikasi, memanfaatkan media digital memudahkan pelaku usaha mengembangkan usahanya.

Meskipun sebagian besar peneliti menunjukkan peranan aplikasi layanan pesan antar makanan memiliki peran yang positif dalam berkembangnya

usaha para pelaku UMKM, masih terdapat keterbatasan terkait konteks penelitian yang sebagian besar dilakukan pada UMKM di pusat kota atau pusat kuliner di kota yang berkaitan. Dengan demikian penelitian ini masih harus dikaji lebih dalam mengenai penelitian penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan pada UMKM di pusat kota atau pusat kuliner di kota yang berkaitan seperti di kawasan "Terminal Lama Kota Sukabumi" yang kini menjadi tempat wisata kuliner di Kota Sukabumi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk bagaimana penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan dapat membantu pelaku UMKM di Terminal Lama Kota Sukabumi dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Penelitian ini melihat secara nyata sejauh mana aplikasi membantu memperluas jangkauan pasar, memudahkan proses transaksi, dan mempertahankan kestabilan usaha UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat.

Yang membuat penelitian ini berbeda dan berkembang adalah fokusnya pada UMKM di wilayah Terminal Lama Kota Sukabumi. Selain itu penelitian ini tidak hanya menilai dampak positif dari aplikasi, tetapi juga menggali kendala-kendala yang dihadapi pelaku UMKM saat menggunakan aplikasi tersebut, serta mencari solusi yang mungkin dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.

Gap yang ingin diisi oleh penelitian ini adalah perbedaan hasil pemanfaatan aplikasi layanan pesan antar makanan yang belum banyak dipahami secara rinci, terutama faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penggunaan aplikasi tersebut dalam meningkatkan omset tiap UMKM. Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti pengaruh positif secara kuantitatif umum, namun kurang menggali perbedaan pengalaman dan kendala pelaku UMKM di tingkat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini membantu melengkapi literatur dengan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang kondisi nyata UMKM di Terminal Lama Kota Sukabumi sekaligus menyediakan dasar bagi pengembangan strategi digitalisasi usaha yang lebih sesuai kebutuhan lapangan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan yang mempengaruhi omset terhadap omset pada UMKM di Terminal Lama Kota Sukabumi. Populasi dari penelitian ini

mencangkup 103 stand pelaku UMKM, dan sebanyak 20 stand UMKM yang ditetapkan sebagai sample narasumber penelitian yang aktif memanfaatkan aplikasi layanan pesan antar makanan. Pengumpulan data melalui teknik triangulasi, yang meliputi observasi langsung di lapangan, wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, serta dokumentasi untuk melengkapi informasi kualitatif yang diperoleh.

Dalam proses analisis data, data kualitatif yang terkumpul diolah secara sistematis dengan metode induktif untuk menemukan pola, hubungan, dan tema utama dari aplikasi terhadap kinerja UMKM. Data numerik berupa penjualan dan omset juga digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil analisis dan memberikan gambaran objektif perkembangan usaha sebelum dan sesudah pemanfaatan aplikasi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi layanan pesan antar makanan benar-benar membantu pelaku UMKM di Terminal Lama Kota Sukabumi untuk meningkatkan omset usaha. Sebagian besar pelaku UMKM didata merasa penjualan bertambah setelah menggunakan aplikasi ini. Contohnya, seperti usaha Martabak Khas Meksiko dengan presentase omset mencapai 147%, Kujiru Matcha mencatat kenaikan omset sebesar 64% dan Tom Tom Drink Thai Tea meningkat sebesar 10% yang cukup besar dalam waktu enam bulan. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi pesan antar makanan mampu menjangkau lebih banyak pelanggan yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau lewat cara konvensional.

Selain itu, aplikasi ini membuat proses usaha sehari-hari jadi lebih mudah, mulai dari menerima pesanan, memilih berbagai metode pembayaran, sampai memberikan banyak promo menarik yang bisa menarik pelanggan untuk kembali berbelanja. Fitur-fitur seperti voucher diskon, cashback, dan gratis ongkir sangat membantu meningkatkan minat beli konsumen. Namun, tidak semua UMKM mendapat hasil yang sama.

Sebelum adanya pemanfaatan aplikasi layanan pesan antar makanan, para pelaku UMKM hanya mengandalkan penjualan secara langsung (*offline*) kepada konsumen yang datang ke lokasi. Hal ini membatasi jangkauan pasar karena hanya melayani konsumen di sekitar terminal lama. Namun setelah bergabung dengan aplikasi layanan pesan antar makanan, jangkauan sekitar pasar UMKM semakin luas. Produk makanan dapat

dipesan oleh konsumen dari berbagai wilayah Kota Sukabumi, bahkan dari luar area terminal, sehingga menambah potensi pendapatan.

keberhasilan mereka sangat dipengaruhi oleh jenis produk yang dijual dan seberapa serius mereka menggunakan aplikasi tersebut.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan berbagai kendala yang dialami pelaku UMKM, seperti kurangnya pengetahuan tentang teknologi, biaya yang harus dikeluarkan untuk layanan aplikasi, dan kesulitan dalam mengelola pesanan online. Beberapa pelaku UMKM yang belum terlalu paham teknologi merasa kesulitan untuk beradaptasi, sehingga tidak bisa memanfaatkan aplikasi secara maksimal. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan bagi UMKM sangat diperlukan agar mereka bisa lebih percaya diri dan efektif dalam menggunakan teknologi digital ini.

UMKM yang mampu fokus dan mengelola satu aplikasi dengan optimal seringkali hasil penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan yang menggunakan banyak aplikasi tanpa strategi yang efektif.

Secara keseluruhan, aplikasi pesan antar makanan bukan hanya alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga menjadi peluang bagi UMKM untuk lebih berkembang dan bersaing di pasar yang semakin digital. Penelitian ini memberikan gambaran yang nyata tentang manfaat dan tantangan yang dihadapi UMKM, dan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan penyedia aplikasi untuk memberikan dukungan yang lebih baik kepada pelaku usaha kecil di daerah ini.

**Tabel 1. Peningkatan Omset Pada UMKM Pengguna Aplikasi Layanan Pesan Antar**

Stand	Peingkatan	Perubahan Omset (%)
Martabak Khas Meksiko	397	147 %
Kujiru Matcha	580	64 %
Tom Tom Drink Thai Tea	464	10 %

Berdasarkan data di atas, menjelaskan bahwa UMKM di Terminal Lama Kota Sukabumi sudah memanfaatkan layanan digital dengan bergabung di satu atau lebih aplikasi layanan pesan antar makanan

sebagai bagian dari strategi digitalisasi untuk meningkatkan omset.

Dengan data ini memberikan gambaran bahwa aplikasi yang digunakan berpotensi meningkatkan omset.

#### IV. KESIMPULAN

Penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan telah memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Terminal Lama Kota Sukabumi. Dengan hadirnya pelaku teknologi ini, UMKM tidak hanya mampu menjangkau konsumen secara lebih luas di luar lingkup fisik tempat usahanya, tetapi juga meningkatkan penjualan omset secara nyata. Aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood telah menjadi jembatan penting yang membuka peluang pasar baru, mengarahkan proses transaksi, dan membantu UMKM beradaptasi dengan tuntutan era digital.

Namun demikian, perjalanan transformasi digital ini bukanlah tanpa tantangan. Penyediaan layanan yang efektif bagi pelaku UMKM sering terkendala oleh faktor-faktor seperti pemahaman teknologi yang belum merata, biaya potongan komisi yang mempengaruhi keuntungan, serta persaingan yang semakin ketat di platform digital. Kendala-kendala ini menuntut pelaku UMKM untuk terus belajar, berinovasi, dan menyesuaikan strategi pemasaran agar tetap bertahan dan berkembang.

Secara keseluruhan, aplikasi layanan pesan antar makanan tidak sekedar alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga sarana pemberdayaan yang mendorong UMKM agar menjadi lebih kreatif dan inovatif. Adaptasi dan kemauan untuk terus belajar dari pelaku UMKM menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan dan mencapai keberhasilan dalam digitalisasi usaha mereka. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi inspirasi dan bahan refleksi bagi semua pemangku kepentingan untuk bersama-sama mendukung kemajuan UMKM di era modern yang semakin digital.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Sukabumi dan PASS Food Center Terminal Lama Kota Sukabumi atas fasilitas penelitian yang diberikan, berupa ruang penelitian dan dukungan akses data yang sangat mendukung kelancaran pelaksanaan penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan untuk dukungan dari seluruh dosen, staf, dan pelaku UMKM yang menjadi mitra penelitian juga sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu dan praktik UMKM di masa mendatang.

#### REFERENSI

- [1] Ali sadikin , i. m. (2020). pengantar manajemen dan bisnis. yogyakarta: k-media.
- [2] Amruddin , d. (2022). pengantar manajemen (konsep dan pendekatan teretis). bandung: media sains indonesia.
- [3] Anita, d. (2025). manajemen umkm transformasi dan inovasi di era digital. banyumas: ganesha kreasi semesta.
- [4] Arif fakhrudin, m. a. (2022). bauran pemasaran. yogyakarta: budi utama.
- [5] Aris purwantinah, n. (2023). dasar-dasar pemasaran. jakarta: kementerian pendidikan, kebudayaan, riset,dan teknologi.
- [6] Dede djuniardi, d. (2022). kewirausahaan umkm. sumtera barat: pt. global eksekutif teknologi.
- [7] Deograsias yoseph ystinianus ferdinand, c. (2020). buku ajar strategi pemasaran umkm. bandung: putra media nusantar (pnm).
- [8] E, r. t. (2021). konsep inti manajemen . serang: media edukasi indonesia.
- [9] Ela elliyana, d. (2020). dasar-dasar pemasaran. malang: ahlimedia press.
- [10] Habsari anon wiharsono, d. (2022). pengaruh layanan pesan antar secara online selama masa pandemi terhadap omset penjualan frozen food di kota cimahi. prosiding te 13th industrial research workshop and national seminar.
- [11] Halimatus sa'diyah, k. (2024). analisis penerapan digitalisasi laporan keuangan dalam meningkatkan omset umkm toko klontong madura. journal of economic, business and accounting, 7 no.5, 2597-5234.
- [12] Hilal Hahmud, d. (2021). manajemen (management fundamentals) (cetakan pertama ed.). banyuwangi: aksara timur.
- [13] Khusnul hasiah, a. n. (2024). pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di era bisnis digital. journal of islamic economics and finance, 2 no.1, 23-34.
- [14] M. yusuf, d. (2023). teori manajemen. sumatera barat: yayasan pendidikan cendekia muslim.

Prosiding SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi dan Riset Terapan)  
Politeknik Sukabumi, 22 November 2025

- [15] Maya syahlina. (2025). dampak menggunakan paltform pemesanan online terhadap pendapatan dan keberlanjutan umkm kuliner food court sky park medan. jurnal media informatika (jumin, 6 no.2, 1489-1493.
- [16] Miftahul jannah. (2022). hubungan penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan online dengan kualitas diet mahasiswa. semarang.
- [17] Mochamad arief firman nurdin, a. (2022). proses produksi roti chikin pada badan usaha roti chikin kota sukabumi. semnastera (seminarr nasional teknologi dan riset terapan).
- [18] Nandang lesmana. (2022). manajemen pemasaran. depok: strategi cita semesta.
- [19] Philander alvando davian , i. (2025). analisis dampak penggunaan apliaksi makanan online terhadap peningkatan penjualan umkm kuliner di kota batam . cees (journal of computer engineering, system and science), 10 no. 1, 162-175.
- [20] Tiris sudrartono, d. (2022). kewirausahaan umkm di era digital. bandung: widina bhakti persada bandung.
- [21] Umi harti, y. m. (2022). pengaruh skala usaha, umur usaha, dan omset usaha terhadap penerapan sistem informasi akuntansi pada umkm di kecamatan paal merah kota jambi. jurnal masharif al-syariah: jurnal ekonomi dan perbankan syariah, 9 no. 1, 2527-6344, 2580-5800.