

Tumbuh Lebih Cepat di Platform Online, UMKM Kuliner Menilai Biaya Komisi Sudah Layak

- Berjualan melalui layanan *online food delivery* (OFD) mengakselerasi pertumbuhan UMKM hingga 1,9 kali lebih cepat dibanding hanya berjualan secara *offline*
- Lebih dari 95% UMKM menilai kemitraan dengan skema biaya layanan (komisi) tetap menguntungkan dan memberikan nilai tambah sehingga dinilai sepadan dengan biaya yang dikeluarkan
- Berjualan melalui *platform* OFD terbukti memperluas jangkauan ke pelanggan dan menambah jumlah pesanan, sehingga meningkatkan omzet UMKM

Jakarta, 24 November 2022 - Keandalan *online food delivery* (OFD) atau layanan pesan-antar makanan *online* dalam mengakselerasi pertumbuhan bisnis UMKM kuliner tidak perlu diragukan. Berjualan melalui platform digital OFD terbukti mempercepat pertumbuhan penjualan UMKM hingga 1,9 kali lipat dibandingkan hanya berjualan secara *offline*. Platform OFD dapat menjangkau lebih banyak pelanggan serta mendukung kegiatan bisnis yang lebih efisien sehingga menjadi kunci pertumbuhan bisnis berkelanjutan UMKM kuliner.

Hal tersebut terungkap dalam hasil penelitian ‘**Digitalisasi UMKM: Dampak Platform Digital terhadap UMKM Kuliner**’ yang dilakukan oleh Alvara Research Center. Penelitian ini menyoroti secara mendalam tentang peran layanan OFD sebagai katalis digitalisasi UMKM dan dampaknya terhadap bisnis mereka.

CEO dan Founder Alvara Research, Hasanuddin Ali, menjelaskan, “UMKM kuliner termasuk salah satu sektor terbesar yang ada di Indonesia, dengan kontribusi sekitar 41 persen dari total PDB sektor ekonomi kreatif¹. Namun, persaingan di sektor kuliner saat ini cukup ketat sebagai dampak dari *barrier to entry* yang rendah. Oleh karena itu, pengusaha UMKM kuliner butuh berbagai upaya untuk mengembangkan usahanya seperti melalui operasional bisnis yang lebih efisien serta jangkauan ke pelanggan yang lebih luas. Berjualan online melalui kemitraan dengan *platform* OFD menjadi solusi yang tepat.”

Dalam penelitian tersebut, Alvara menemukan berbagai fakta menarik mengenai dampak digitalisasi pada UMKM kuliner. Secara rata-rata, *platform* OFD menyumbang lebih dari setengah (56,8%) omzet UMKM yang bermitra dengan *platform*.

Hasan memaparkan, guna membuktikan manfaat *platform* OFD lebih jauh, Alvara juga melakukan perbandingan melalui wawancara mendalam kepada 11 pengusaha UMKM kuliner, diantaranya Mie Ayam Yamin Pink Tebet dan Siomay Abu Tebet Timur yang awalnya berjualan secara *offline* kemudian berjualan secara *online*. Hasilnya, platform OFD membantu usaha mereka tumbuh lebih cepat dibandingkan hanya berjualan secara *offline*. “Dulu kami hanya

¹ Sumber: Pernyataan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno
<https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/memparekraf-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif/>

jualan di sini (secara *offline*) saja, barulah gabung *online* dan *alhamdulillah* omzet jadi lebih banyak,” tutur Nur, pemilik Mie Ayam Pink.

Lebih jauh, ternyata pada saat para UMKM kuliner mengembangkan bisnis di OFD, mereka memahami perlu adanya biaya komisi untuk mendukung usaha mereka sekaligus mengembangkan bisnis *platform* digital OFD.

“Salah satu temuan menarik kami lainnya adalah mayoritas UMKM kuliner yang menjadi mitra usaha OFD tidak keberatan dengan skema kemitraan dan pengenaan komisi atau yang disebut biaya layanan. Menurut para pelaku UMKM kuliner, skema kemitraan dengan *platform* membawa banyak manfaat bagi bisnisnya dan pengenaan komisi sepadan dengan manfaat-manfaat yang mereka terima,” ungkap Hasan.

Penelitian menemukan bahwa mayoritas UMKM kuliner mitra *platform* OFD menilai biaya komisi dari platform OFD baik (95%) dan sudah sesuai (94,2%). Menurut Hasan, berdasarkan penelitiannya, skema kemitraan antara UMKM kuliner dengan platform OFD tidak menggerus keuntungan mitra UMKM meski ada potongan per transaksi yang harus dibayarkan ke *platform* selaku penyedia layanan. Para UMKM kuliner tetap mengalami keuntungan secara finansial (97,7%) dan omzetnya tetap naik (93,3%).

Hasan memaparkan, “Berbeda dari narasi yang sebelumnya beredar di masyarakat, UMKM kuliner yang kami survei menyatakan ada tiga keuntungan utama yang mereka dapatkan dari biaya komisi yang mereka bayar, yaitu program promosi, subsidi ongkir, serta manfaat dari pengembangan platform.” Ketiganya dianggap memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan omzet penjualan UMKM kuliner.

Lebih lanjut, Hasan menyampaikan penelitian juga menelaah mengenai *platform* OFD yang dianggap memberikan paling banyak keuntungan bagi mitra UMKM kuliner. Hasilnya, GoFood dari Gojek menduduki posisi pertama, diikuti oleh GrabFood dari Grab dan Shopee Food dari Shopee. Menurut para mitra UMKM kuliner yang disurvei, GoFood tetap lebih unggul dibanding *platform* lainnya, antara lain pada aspek ‘pengembangan *platform* yang semakin baik’, ‘membuat bisnis mereka paling efisien’, ‘menawarkan program pelatihan kewirausahaan’, ‘memiliki biaya layanan (komisi) paling adil’, serta ‘*platform* yang paling sering digunakan untuk membuat promo mandiri’. Selain itu, GoFood dan GrabFood bersaing ketat pada aspek ‘layanan bantuan mitra’.

“Hampir seluruh mitra UMKM kuliner (96,5%) yang disurvei menyatakan akan terus melanjutkan kemitraan dengan *platform* OFD, karena mereka mengatakan sudah merasakan langsung manfaat dari kemitraan bersama platform OFD. Bahkan, 1 dari 3 mitra UMKM kuliner akan secara aktif merekomendasikannya kepada sesama pelaku UMKM kuliner lainnya,” tutup Hasan.

Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan riset kuantitatif dan kualitatif. Data dikumpulkan di Agustus hingga Oktober 2022, melalui wawancara tatap muka terhadap 1.948 responden



UMKM kuliner yang bermitra dengan *platform* OFD seperti GoFood, GrabFood dan Shopee Food di Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Makassar dan Medan.

-selesai-

Tentang Alvara Research Center

Alvara Research Center merupakan institusi riset Indonesia yang mengedepankan keakuratan dan insight bagi pengambil kebijakan di berbagai perusahaan dan institusi. Terinspirasi oleh alfabet pertama Yunani dan merupakan salah satu simbol sakral dalam riset, Alvara senantiasa berupaya menjadi yang TERDEPAN menghasilkan riset yang benar-benar TERUKUR dan TERUJI kebenarannya.

ALVARA adalah anggota PERSEPI (Perkumpulan Survei Opini Publik Indonesia) dan PERPI (Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia). Dalam riset marketing dan sosial, Alvara secara rutin melakukan riset independen yang merupakan komitmen kami sebagai lembaga riset terdepan di Indonesia diantaranya: Kami juga secara rutin menerbitkan buku dan *whitepaper*, diantaranya Millennial Nusantara, 9 Perilaku Millennial Indonesia, Wajah Muslim Indonesia, Gen Z: Millennial 2.0?, Generasi Emas Indonesia: Perilaku dan Harapan, Potret Umat Beragama, Indonesia Gen Z & Millennial Report, Indonesia Muslims Report 2019: The Challenges of Indonesia Moderate Muslims, The Portraits' of Urban Moslem Indonesia, Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials, The Urban Middle Class Millennials: Finance, Online Behaviour and Values, dll.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

Anastasia W. Ekoputri

Chief Insight Officer

anastasia@alvara-strategic.com

Website www.alvara-strategic.com