

Pengaruh Platform Digital (Gofood, Grabfood dan Shopeefood) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kuliner

Nurhabibah Nasution^{1*}, Vidya Fathimah²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia

* E-mail: : nasution7324@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 03-06-2026

Revision: 28-06-2026

Published: 28-07-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v3i4.621s

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan platform digital (GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood) terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun serta membandingkan pendapatan UMKM sebelum dan sesudah menggunakan platform digital dari tahun 2023-2025. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian berjumlah 773 UMKM kuliner, sedangkan sampel sebanyak 89 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi dan uji t dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan pendapatan UMKM sebelum dan sesudah menggunakan platform digital, yang ditandai dengan meningkatnya omzet, jumlah transaksi, jumlah pelanggan, dan keuntungan usaha. Dengan demikian, pemanfaatan platform digital terbukti menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan pendapatan UMKM kuliner.

Kata Kunci: Platform Digital, Pendapatan UMKM, GoFood, GrabFood, ShopeeFood

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of using digital platforms (GoFood, GrabFood, and ShopeeFood) on increasing the income of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan Maimun District and to compare the income of MSMEs before and after using digital platforms from 2023-2025. This study employed a quantitative method with a descriptive approach. The population consisted of 773 culinary MSMEs, while the sample comprised 89 respondents selected using the purposive sampling technique based on the Slovin formula. Data were collected through observation, questionnaires, and documentation. The data were analyzed using validity testing, reliability testing, classical assumption tests, simple linear regression analysis, the coefficient of determination and the t-test with the assistance of IBM SPSS Statistics 25. The results indicate that digital platforms have a positive and significant effect on increasing the income of culinary MSMEs in

Acknowledgment

Medan Maimun District. In addition, the findings reveal differences in MSME income before and after using digital platforms, as indicated by increases in sales turnover, transaction volume, the number of customers, and business profits. Therefore, the utilization of digital platforms has proven to be an effective marketing strategy for increasing the income of culinary MSMEs.

Key word: *Digital Platforms, MSME Income, GoFood, GrabFood, ShopeeFood*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor usaha, terutama pada Sektor Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM). Digitalisasi telah menjadi pendorong utama transformasi ekonomi UMKM kuliner di Kota Medan, dimana platform digital seperti GoFood, GrabFood dan ShopeeFood memungkinkan ekspansi jangkauan pasar melalui efisiensi operasional dan pemasaran digital (Syahlina, 2025). Fenomena ini terlihat dari survey awal terhadap 20 UMKM Kuliner di Kota Medan, di mana penggunaan media sosial naik dari 50% menjadi 85% pasca pelatihan digital, disertai peningkatan literasi digital hingga 85% dan *revenue* bisnis yang signifikan (Sari et al., 2025). Meskipun platform digital menjanjikan jangkauan luas, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dimana potongan komisi *merchant* yang tadinya hanya 12% naik menjadi 20-30% pada tahun 2021. Saat ini persaingan ketat antar UMKM sering membuat peningkatan pendapatan tidak maksimal atau merata (Herlin et al., 2025). Kesenjangan ini menciptakan dilema bagi UMKM, jika tidak ikut perang promo mereka kehilangan visibilitas, namun jika terus-menerus memberikan promo, margin keuntungan mereka bisa tergerus (Sinaga, 2025).

Penelitian ini dilakukan pada UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun karena wilayahnya merupakan salah satu kawasan yang memiliki perkembangan usaha kuliner yang cukup pesat serta banyak pelaku UMKM yang telah memanfaatkan platform digital seperti GoFood, GrabFood dan ShopeeFood dalam kegiatan penjualannya. Selain itu, persaingan usaha kuliner di daerah tersebut semakin meningkat ditambah dengan lokasinya yang dekat dengan pusat kota dan berbagai tempat usaha seperti perusahaan, kantor dan rumah sakit. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh platform digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Medan Maimun.

Pemilihan Kecamatan Medan Maimun sebagai lokasi penelitian didasari data bahwa kawasan ini memiliki 773 UMKM pada 2022-2025 yang jumlahnya paling sedikit dibanding Medan Belawan yang mencapai 4.324 UMKM (Efendi et al., 2025). Kecamatan Medan Maimun tetap strategis karena wilayahnya yang berada di pusat kawasan bersejarah, daya beli ekonomi yang tinggi serta sering menjadi pusat bazar atau event UMKM. Lokasi ini representatif untuk menguji pengaruh platform

digital terhadap pendapatan UMKM di area urban padat, di mana akses konsumen digital tinggi tapi tantangan komisi lebih terasa dibanding kecamatan pinggiran seperti Medan Belawa. (Dinas Kominfo Kota Medan, 2023)

Tabel 1. Hasil penelitian awal UMKM Medan Maimun

No.	Nama UMKM	Jenis platform yang digunakan	Kondisi pendapatan setelah menggunakan platform
1.	Rujak Bambu Medan	GoFood, GrabFood dan ShopeeFood	Meningkat $\pm 20\%$
2.	Daifuku Medan	GoFood, GrabFood dan ShopeeFood	Meningkat $\pm 15\%$
3.	Ayam Pecak Joko Moro	GoFood, GrabFood dan ShopeeFood	Meningkat $\pm 25\%$
4.	Nayla Ayam Bakar	GoFood, GrabFood	Meningkat $\pm 18\%$
5.	Lontong Sayur Buk Indun	GoFood, GrabFood dan ShopeeFood	Meningkat $\pm 22\%$
6.	Dapoeer K	GoFood, GrabFood	Meningkat $\pm 17\%$
7.	Pecal Fahira	GoFood, GrabFood dan ShopeeFood	Cukup meningkat $\pm 10\%$

Sumber: Data hasil observasi dan wawancara peneliti terhadap UMKM di Kecamatan Medan Maimun, 2026.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar UMKM di Kecamatan Medan Maimun telah memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran dan penjualan produk. Hasil penelitian awal menunjukkan bahwa penggunaan platform digital tersebut mampu meningkatkan pendapatan sebagian besar UMKM karena membantu memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan jumlah pesanan. Namun, ada juga UMKM yang hanya mengalami peningkatan pendapatan yang cukup seperti UMKM Pecal Fahira yang mendapatkan pendapatan yang cukup dikarenakan banyaknya persaingan usaha dan tingginya potongan biaya platform.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada UMKM sektor kuliner yang menggunakan platform digital GoFood, GrabFood dan ShopeeFood di Kecamatan Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara. Objek penelitian adalah pelaku UMKM yang memiliki usaha dibidang kuliner. Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan Maret 2026 sampai dengan Agustus 2026. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer yang diperoleh secara langsung dari UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun melalui penyebaran kuisioner, observasi dan wawancara singkat dan Data Sekunder diperoleh dari buku dan jurnal ilmiah yang digunakan sebagai pendukung penelitian. Peningkatan pendapatan yang diteliti dari tahun 2023-2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM kuliner yang ada di Kecamatan Medan Maimun yang menggunakan platform digital GoFood, GrabFood dan ShopeeFood. Berdasarkan data

awal penelitian, jumlah UMKM di kecamatan medan maimun sebanyak 773 UMKM. Berdasarkan jumlah populasi yang cukup besar, maka penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 89 pelaku UMKM di Kecamatan Medan Maimun. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, sedangkan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. System pengujian yang dilakukan meliputi:

1. **Uji Validitas:** Dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dikatakan tidak valid jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$.
2. **Uji Reliabilitas:** Dikatakan reliabel jika nilai *crombach alfa* $> 0,6$ dan dikatakan tidak reliable jika nilai *crombach alfa* $< 0,6$.
3. **Uji Normalitas:** Dengan kriteria jika nilai Sig. $> 0,05$, maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika Sig. $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
4. **Uji Multikolinieritas:** Dengan kriteria jika nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.
5. **Uji Heteroskedastisitas:** Dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai Sig. $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai Sig. $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.
6. **Pengujian hipotesis berupa Koefisien determinasi (R^2)** pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat
7. **Uji parsial (uji t):** dengan kriteria: Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh; Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 89 pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun, diperoleh data mengenai pendapatan usaha sebelum dan sesudah menggunakan platform digital GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden mengalami peningkatan pendapatan setelah memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran dan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan jumlah pesanan, serta mendorong peningkatan pendapatan usaha.

Perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan platform digital disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Perbandingan Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan Platform Digital

No.	Responden UMKM	pendapatan sebelum menggunakan platform digital	pendapatan setelah menggunakan platform digital	Persentase peningkatan pendapatan UMKM
1	Warkop Aceh zalwa	3.000.000	3.750.000	25.00%
2	Izzi kebab multatuli, haji misbah	4.750.000	5.600.000	17.89%
3	Es kelapa muda pasha & burger crispy	3.200.000	4.200.000	31.25%
4	Common folks	2.100.000	2.485.000	18.33%
5	Warung zahara	1.750.000	2.250.000	28.57%
6	Stuff and puff	1.250.000	1.265.000	1.20%
7	Nasi goreng pemuda	1.500.000	1.650.000	10.00%
8	Dewi martabak	1.000.000	1.350.000	35.00%
9	SOP kambing wajir	4.780.000	5.900.000	23.43%
10	Bakso Arema Ndeso 86	3.250.000	4.790.000	47.38%
11	Sate Bambu	3.500.000	4.100.000	17.14%
12	RM Minang Jasa Baru	1.350.000	1.800.000	33.33%
13	Brother cafe	3.200.000	4.150.000	29.69%
14	Markaj Kopi	4.850.000	5.750.000	18.56%
15	Pempek 189 LN	2.950.000	3.870.000	31.19%
16	Scoop & Brew	6.950.000	8.200.000	17.99%
17	Warung Mie Jawa	3.200.000	3.870.000	20.94%
18	Warkop Iwan multatuli	2.650.000	3.400.000	28.30%
19	Seblak bunda	7.200.000	8.100.000	12.50%
20	Rajanya Taichan	3.750.000	4.000.000	6.67%
21	RM Barokah Khas Melayu	3.200.000	3.950.000	23.44%
22	Hoklai ice cream katamso	3.250.000	4.000.000	23.08%
23	Warung kak yus	2.700.000	3.500.000	29.63%
24	Warung kak deka	1.500.000	1.950.000	30.00%
25	Ayam geprek mei-mei	1.500.000	2.000.000	33.33%
26	Kopi kenangan, Singapore station	1.200.000	1.800.000	50.00%
27	Momoyo Multatuli	3.100.000	3.890.000	25.48%
28	Chatime suzuya Kp Baru	4.700.000	5.900.000	25.53%
29	Sate madura	3.750.000	4.500.000	20.00%
30	Mie rebus kampung baru	2.400.000	3.500.000	45.83%
31	Rumah bakso DnT corner	2.200.000	3.100.000	40.91%
32	Kopi harmony	4.500.000	5.700.000	26.67%
33	Lontong Padang Pariaman	5.450.000	7.200.000	32.11%
34	Ayam geprek sambal pecak, fanazsyi	5.600.000	7.200.000	28.57%
35	Ayam geprek coc, pemuda baru	6.800.000	7.900.000	16.18%
36	Sate Padang khaila	3.200.000	4.350.000	35.94%
37	Chapayom	2.950.000	3.500.000	18.64%
38	Warjus kita	4.000.000	5.200.000	30.00%
39	Juice junkie	3.400.000	4.750.000	39.71%
40	Tomorrow coffe	2.300.000	3.850.000	67.39%
41	Urban coffe	2.750.000	3.400.000	23.64%
42	Xi Gha Dis	3.500.000	4.790.000	36.86%
43	Momoyo kp baru	2.100.000	3.500.000	66.67%

44	Mellie Bake House	4.000.000	5.600.000	40.00%
45	Fore coffe	2.000.000	3.400.000	70.00%
46	RM Gumarang jaya	3.000.000	4.000.000	33.33%
47	Mandatori by stuff and puff	3.500.000	4.000.000	14.29%
48	Local singapore	3.000.000	3.900.000	30.00%
49	No Brand cafe	3.400.000	4.100.000	20.59%
50	Warung jajan embul	4.000.000	4.800.000	20.00%
51	Pecel lele mbak boleh	5.000.000	6.300.000	26.00%
52	V & V kitchen	4.000.000	4.750.000	18.75%
53	RM Buk Yuni	4.500.000	5.700.000	26.67%
54	Lontong & cafe mbak fitri	2.800.000	3.400.000	21.43%
55	Restoran Miramar	4.000.000	5.700.000	42.50%
56	Bebek carok	2.000.000	3.500.000	75.00%
57	Nasi soto khas sinar pagi	2.000.000	3.450.000	72.50%
58	Rumah makan tabona	2.400.000	4.250.000	77.08%
59	The Thirty Six	2.000.000	3.890.000	94.50%
60	Treasure box Cafe	3.000.000	4.580.000	52.67%
61	Guzva coffe	3.500.000	5.100.000	45.71%
62	Hallifax coffe Multatuli	5.700.000	7.300.000	28.07%
63	Rujak kolam	3.000.000	4.700.000	56.67%
64	Warung By tangga	2.500.000	3.690.000	47.60%
65	Tahu balek Multatuli	3.000.000	4.000.000	33.33%
66	Warkop mendai	3.500.000	4.800.000	37.14%
67	Pisang pasir geboy	4.000.000	4.800.000	20.00%
68	Nasi goreng semalam suntuk	3.200.000	3.850.000	20.31%
69	Soto bening khas medan	3.000.000	4.200.000	40.00%
70	Es campur nana	2.500.000	3.200.000	28.00%
71	Nasi goreng Wak ribut	3.200.000	3.800.000	18.75%
72	Ayam penyet cak san	2.800.000	3.500.000	25.00%
73	Mie Aceh bang Iwan	3.900.000	4.500.000	15.38%
74	Kedai nasi uduk Multatuli	2.800.000	3.700.000	32.14%
75	Warung sarapan kak lina	3.800.000	4.900.000	28.95%
76	Warung makan pak kumis	3.000.000	3.900.000	30.00%
77	Mie ayam kumango	3.200.000	4.800.000	50.00%
78	Chasio Afoek 88	3.300.000	4.200.000	27.27%
79	Nasi bungkus buk yusni	4.000.000	4.980.000	24.50%
80	Lontong warni	3.900.000	4.800.000	23.08%
81	Warkop mendai	3.900.000	4.500.000	15.38%
82	Ayam Pecak Joko Moro	3.500.000	4.890.000	39.71%
83	Daifuku Mdn	2.780.000	3.900.000	40.29%
84	Rujak Bambu Medan	4.800.000	5.700.000	18.75%
85	Nayla Ayam Bakar	4.900.000	6.000.000	22.45%
86	Lontong Sayur Buk Indun	3.800.000	4.600.000	21.05%
87	Dapoeer K	3.800.000	4.400.000	15.79%
88	Pecal Fahira	4.200.000	4.980.000	18.57%
89	Sate Padang Afrizal Amir	4.800.000	5.950.000	23.96%

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui besarnya peningkatan pendapatan yang dialami masing-masing responden serta rata-rata persentase peningkatan pendapatan seluruh responden.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan UMKM mengalami peningkatan sebesar 31,54% setelah menggunakan platform digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan platform digital berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun.

Setelah mendeskripsikan data penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, koefisien determinasi dan uji t. pengujian ini memastikan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi syarat sebagai alat ukur yang valid dan reliabel sehingga hasil penelitian dapat dipercaya.

Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas instrumen penelitian pada variabel platform digital (X1) dan peningkatan pendapatan (Y), yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Versi 25. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, sehingga seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas variabel Platform Digital (X)

Instrumen	Nilai Validitas		Kesimpulan
	rhitung	Rtabel	
Platform Digital 1	0.630	0.208	Valid
Platform Digital 2	0.300		Valid
Platform Digital 3	0.460		Valid
Platform Digital 4	0.689		Valid
Platform Digital 5	0.724		Valid
Platform Digital 6	0.494		Valid
Platform Digital 7	0.676		Valid
Platform Digital 8	0.478		Valid
Platform Digital 9	0.419		Valid
Platform Digital 10	0.323		Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel platform digital (X) memiliki nilai r-hitung > 0.208 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel platform digital yang digunakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Instrumen	Nilai Validitas		Kesimpulan
	rhitung	Rtabel	

Peningkatan Pendapatan 1	0.578	0.208	Valid
Peningkatan Pendapatan 2	0.371		Valid
Peningkatan Pendapatan 3	0.560		Valid
Peningkatan Pendapatan 4	0.332		Valid
Peningkatan Pendapatan 5	0.353		Valid
Peningkatan Pendapatan 6	0.490		Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel Peningkatan Pendapatan (Y) memiliki nilai r -hitung > 0.208 , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Peningkatan Pendapatan yang digunakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan instrumen yang handal, konsisten dan stabil jika digunakan secara berulang-ulang pada waktu yang berbeda-beda. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alfa* hitung $>$ *cronbach alfa* toleransi (0.6). Hasil pengujian reliabilitas terlihat seperti berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alfa</i>	Kesimpulan
1	Platform Digital (X)	0.825	Reliabel
2	Peningkatan Pendapatan (Y)	0.714	Reliabel

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alfa* seluruh variabel lebih besar dari 0.6, maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi $>$ dari 0,5 maka data dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi $<$ dari 0,5 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation	

Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.078
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas diketahui bahwa jumlah sampel penelitian (N) sebanyak 89 responden dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,176 pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,176 > dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan untuk pengujian selanjutnya, seperti analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka model regresi dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Coefficients ^a		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Platform Digital (X)	1.000	1.000	Tidak Terjadi Multikolinearitas

a. Dependent Variable: TOTAL_Y
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 1.000 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.000 pada variabel *platform digital*. Nilai *Tolerance* > dari 0.10 dan nilai VIF < dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linear.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas

dilakukan menggunakan metode Glejser dengan melihat nilai signifikansi masing-masing variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah apabila nilai signifikansi > dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients^a		
Model		Sig.	Standar Sig	Kesimpulan
1	(Constant)	.060		
	Platform	.307	0,05	Tidak Terjadi
	Digital (X)			Heteroskedastisitas

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas dapat diketahui bahwa variabel X memiliki nilai signifikansi sebesar 0,307 dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai heteroskedastisitas tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh platform digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun. Berikut ini tabel hasil pengujian regresi linear sederhana:

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		Coefficients^a			
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	35.588	2.800		12.709
	Platform Digital	.211	.065	.331	3.271

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Data diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 35.588 + 0.211 X$$

Pada model regresi linear sederhana diperoleh nilai konstanta platform digital(X) sebesar 35.588 artinya jika nilai variabel bebas (X) nilainya 0, maka variabel terikat (Y) nilainya sebesar 35.588. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,211 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 rupiah pada variabel X akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 0,211, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien yang positif mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel X dan variabel Y bersifat positif atau searah.

Pengujian Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur berapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.331 ^a	.109	.099	1.73480

a. Predictors: (Constant), Platform Digital

Sumber: Data diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.109 atau 10.9% menunjukkan bahwa variabel platform digital mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun, sedangkan sisanya 89,1% dijelaskan oleh lain di luar variabel Platform Digital yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Uji Parsial (uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh platform digital terhadap peningkatan pendapatan, dengan kriteria:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh;

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a		Beta	T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	35.588	2.800		12.709	.000
Platform Digital	.211	.065	.331	3.271	.006

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber: Data diolah dari SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) pada Tabel 10, diketahui bahwa variabel Platform Digital memperoleh nilai thitung sebesar 3,271 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Nilai tersebut menunjukkan bahwa thitung lebih besar daripada ttabel ($3,271 > 1,988$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,006 < 0,05$). Berdasarkan kriteria pengujian, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Platform Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan platform digital, maka semakin meningkat pula pendapatan responden.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa platform digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan

Maimun. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,211 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan platform digital seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood, maka semakin tinggi pula peningkatan pendapatan yang diperoleh UMKM kuliner. Platform digital mampu membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, mempermudah proses transaksi, serta mempercepat pelayanan kepada pelanggan sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah pesanan dan pendapatan usaha.

Hasil pengujian hipotesis melalui uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel platform digital memperoleh nilai thitung sebesar $3,271 > t_{tabel}$ sebesar 1,988 dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Dengan demikian maka H_{01} ditolak dan H_{11} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial platform digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori (Natania & Dwijayanti, 2024) yang membuktikan bahwa pemanfaatan platform digital (X) memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y). Hal tersebut terjadi karena platform digital mampu memperluas akses pasar serta meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) juga menjelaskan bahwa penggunaan platform digital dalam pemasaran memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan efektivitas pemasaran yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Syahlina, 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan platform digital food delivery berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menunjukkan bahwa platform digital mampu meningkatkan pendapatan UMKM. Perbedaannya, penelitian Syahlina tidak hanya membahas peningkatan pendapatan tetapi juga keberlanjutan usaha UMKM, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengaruh platform digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa platform digital memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Maimun. Semakin tinggi tingkat pemanfaatan platform digital, baik dari aspek kemudahan penggunaan aplikasi, kemanfaatan aplikasi, promosi digital, jangkauan pasar, maupun efektivitas transaksi, maka semakin tinggi pula peningkatan pendapatan yang diperoleh UMKM. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan platform digital mampu meningkatkan omzet, jumlah transaksi, jumlah pelanggan, serta keuntungan usaha sehingga platform digital menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan secara parsial variabel Platform Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan. Rata-rata peningkatan pendapatan yang dialami UMKM sebesar 31,54% setelah menggunakan platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan platform digital, maka semakin meningkat pula pendapatan responden. Sebagian besar responden menyatakan bahwa pendapatan usaha mereka meningkat setelah menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah transaksi penjualan, jumlah pesanan pelanggan, serta nilai penjualan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. N., Suyono, & Arthur, R. (2023). *Penyusunan Instrumen Penelitian: Konsep, Teknik, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Contoh Instrumen Penelitian*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=rx3JEAAAQBAJ>
- Amanda, A., & Widiati, E. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner di Jakarta Pusat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 7(1), 12–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.22441/jdm.v7i1.23818>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=AVmczgEACAAJ>
- Dinas Kominfo Kota Medan. (2023). *Pemberdayaan FTA Tingkatkan Ekspor UMKM*. Website Ekonomi Kreatif. https://doi.org/https://portal.medan.go.id/berita/pemberdayaan-fta-tingkatkan-ekspor-umkm_read3927.html
- Efendi, A. A., Naura, F. I., Khalisa, N., Lubis, R. A., & Nurhilmiah. (2025). E-ISSN : 2828-3910. *Seminar Nasional Hukum, Sosial Dan Ekonomi (SANKSI)*, 353–361.
- Firnanda, M., Ndari, P. W., & Susanto, A. (2026). Strategi Sustainability Business UMKM Kuliner di Kota Malang Menggunakan ShopeeFood Terhadap Tingkat Pendapatan. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 19(1), 123–133.
- Ghifari, M. A. Al, & Maturidi, A. (2026). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi , Promosi dan Pemanfaatan Aplikasi Grabfood Terhadap Pendapatan Umkm Kuliner di Kota Selong. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan*, 7(2), 657–670. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jafm.v7i2.3378>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan penerbit universitas diponegoro.
- Hapsari, E. A., & Afriady, A. (2023a). Analisis Perbandingan Financial Technology Pembayaran Digital Gopay Dan Ovo Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm Kuliner Di Kota Bandung (Studi Pada GoFood dan GrabFood Partner) A Comparative Analysis GoPay and OVO Digital Payment Financial Technology On. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 4(1), 66–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/ialj.v4i1.5012>
- Hapsari, E. A., & Afriady, A. (2023b). Analisis Perbandingan Financial Technology Pembayaran

Digital Gopay Dan Ovo Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm Kuliner Di Kota Bandung (Studi Pada GoFood dan GrabFood Partner). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 4(1), 66–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/ialj.v4i2.5012>

Herlin, A. R., Pane, N. C., Rahmadani, E., Hayati, F., Manajemen, P. S., Negeri, I., Utara, S., Mikro, L. K., Usaha, K., & Medan, K. (2025). Sinergi strategi digitalisasi dan dukungan lembaga keuangan mikro terhadap keberlanjutan umkm kuliner di kota medan. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 4121–4135. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.30263>

Hutagalung, S. A. H., & Sembiring, N. B. (2024). *BPS Kota Medan. Kecamatan Medan Maimun Dalam Angka 2024* (E. W. Sukarno (ed.); Vol. 24). BPS- Statistics Medan Municipality.

Ilyas, T. R. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Lokal Berbasis Platform Digital di Kota Malang*. 5(2), 1083–1092. <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/ijhass.v5i2.5833>

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzGEACAAJ>

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021-2022: Business, Technology and Society, Global Edition*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=r9g2EAAAQBAJ>

Maulidia, S., Utami, M. T., & Handayani, S. (2025). Peran GoFood dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Sektor Kuliner di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 02(03), 1538–1551.

Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>

Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Jurnal Ilmiah M-Progress Jurnal Ilmiah M-Progress. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1022>

Paryatmana, I. N. R., & Arka, S. (2022). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Umkm Sektor Kuliner Di Kecamatan Kuta. *E-Jurnal EP Unud*, 13(1), 53–66.

Royadi, R. N., Sukrajap, M. A., & Mustika, S. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi GoFood dan GrabFood dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Tren Bisnis Global*, 5(1), 13–21.

Sari, D. P., Sari, V. W., Ekawati, Y. A., Akbar, A., & Syahrizal, M. (2025). Optimalisasi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Medan melalui Digitalisasi Pemasaran dan Manajemen Keuangan Kota Medan. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jpm.v6i1.2458>

Sembiring, P. B., & Pudjihardjo. (2024). Strategi Keberlanjutan Bisnis Umkm Kuliner Menggunakan Makanan Toko Dan Gojek Terhadap Tingkat Pendapatan. *Jurnal Pembangunan Ekonomis Dan Sosial Studi*, 3(1), 239–252.

Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>

Sinaga, G. (2025). Strategi Adaptasi Digital UMKM Kuliner di Kota Medan dalam Menghadapi Persaingan Platform Food Delivery. *Jurnal Administrasi Modern (JABM)*, 2(2), 53–60.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Suharmanto. (2022). *Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Suluh Media.
- Suryani, D., & Burhan, A. (2025). Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi) Keputusan Pembelian Online Food Delivery Karyawan Gen Z Wilayah Jakarta Barat. *Jurnal MANEKSI*, 14(2), 923–936. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v14i2.3141>
- Syahlina, M. (2025). Dampak menggunakan Platform Pemesanan Online Terhadap Pendapatan dan Keberlanjutan UMKM Kuliner Food Court Polonia Sky Park Medan. *Jurnal Media Informatika [JUMIN]*, 6(2), 1489–1493.
- Tambunan, T. T. . (2021). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada. <https://books.google.co.id/books?id=tLteEAAAQBAJ>
- Titasari, H. I. (2023). Pengaruh E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga Islamic Economics Journal*, 2(1), 25–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/skiej.2023.2.1.1750>
- Yanti, N., Ryketeng, M., Aulia, A., Tarinih, Meliana, Jalih, J. H., Surachman, A. E., Abbas, M. A. Y., Khairi, H., Wardhaningrum, O. A., Chairina, S. W., Oktaviah, N., Chakim, M. H. R., Sutanti, Trihatmoko, H., Anggraini, D. T., & Annas, M. (2024). *Analisis Laporan Keuangan*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=jzsXEQAQBAJ>.