



## Dampak Keberadaan Transportasi *Online* terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Kendari

Kemal Jusra<sup>1\*</sup>, Sylsiani Mursalim<sup>2</sup>, Maudhy Satyadharma<sup>3</sup>, Muhammad Yazir Jabbar<sup>4</sup>, Hado<sup>5</sup>,  
Muhamad Rajulan<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

<sup>2</sup> Institut Mekongga, Indonesia

<sup>3-4</sup> Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

<sup>5</sup> Universitas Sulawesi Tenggara, Indonesia

<sup>6</sup> Masyarakat Transportasi Indonesia

email: [ahr.kemaljusra@gmail.com](mailto:ahr.kemaljusra@gmail.com)<sup>1</sup>

### Article Info :

Received:

24-03-2026

Revised:

05-04-2026

Accepted:

17-04-2026

### Abstract

*The rapid expansion of digital transportation platforms has transformed the operational landscape of culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in urban economies. This study aims to analyze the effect of online transportation services on the income performance of culinary MSMEs in Kendari City within the context of platform-based digital economic transformation. The research employed a quantitative empirical approach using survey data collected from 65 culinary MSME actors integrated with online transportation applications for at least six months. Data were analyzed using validity and reliability testing, simple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination analysis. The findings reveal that online transportation exerts a positive and statistically significant influence on MSME income, indicated by a regression coefficient of 0.688 and a significance value below 0.05. The coefficient of determination demonstrates that 54.8% of income variation can be explained by the existence of online transportation services. The study also identifies digital adaptation capability, innovation capacity, consumer loyalty, and resilience to platform competition as critical determinants influencing MSME sustainability in the digital economy ecosystem.*

**Keywords:** Digital Economy, Culinary MSMEs, Online Transportation, Business Resilience, Digital Adaptation.

### Abstrak

Pesatnya perkembangan platform transportasi digital telah mengubah lanskap operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner dalam perekonomian perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan transportasi daring terhadap kinerja pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari dalam konteks transformasi ekonomi digital berbasis platform. Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris kuantitatif dengan data survei yang dikumpulkan dari 65 pelaku UMKM kuliner yang telah terintegrasi dengan aplikasi transportasi daring selama minimal enam bulan. Data dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, regresi linier sederhana, uji hipotesis, serta analisis koefisien determinasi. Temuan menunjukkan bahwa transportasi online memberikan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap pendapatan UMKM, yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,688 dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 54,8% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh keberadaan layanan transportasi online. Studi ini juga mengidentifikasi kemampuan adaptasi digital, kapasitas inovasi, loyalitas konsumen, dan ketahanan terhadap persaingan platform sebagai faktor penentu kritis yang memengaruhi keberlanjutan UMKM dalam ekosistem ekonomi digital.

**Kata Kunci:** Ekonomi Digital, UMKM Kuliner, Transportasi Online, Ketahanan Bisnis, Adaptasi Digital.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital dalam satu dekade terakhir telah merekonstruksi relasi antara teknologi, mobilitas, dan aktivitas ekonomi lokal melalui kemunculan platform berbasis aplikasi yang mengintegrasikan layanan transportasi, distribusi, serta perdagangan dalam satu ekosistem digital yang saling terhubung. Fenomena tersebut tidak hanya berlangsung di negara maju dengan infrastruktur digital yang mapan, tetapi juga berkembang secara agresif di negara berkembang yang mengalami

percepatan penetrasi internet dan penggunaan telepon pintar dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Dalam konteks ini, transportasi online tidak lagi dipahami sekadar sebagai inovasi mobilitas perkotaan, melainkan sebagai medium strategis yang memperluas akses pasar, menciptakan efisiensi logistik, serta membentuk pola konsumsi baru berbasis kecepatan dan kenyamanan layanan digital (Rasyid et al., 2026). Perubahan tersebut berlangsung semakin intensif setelah pandemi Covid-19 yang mempercepat digitalisasi perilaku konsumen dan mendorong pelaku usaha mikro untuk mengadopsi model bisnis berbasis platform agar mampu bertahan di tengah perubahan struktur pasar yang semakin kompetitif (Purwoko et al., 2022). Pada sektor usaha kuliner, integrasi layanan pengantaran makanan dengan aplikasi transportasi online menghasilkan transformasi mendasar dalam rantai distribusi produk, karena proses transaksi, promosi, pembayaran, dan pengantaran dapat dilakukan secara simultan dalam satu sistem digital yang terhubung secara real time. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi transportasi digital telah menjadi bagian inheren dari restrukturisasi ekonomi urban kontemporer yang mengubah mekanisme produksi dan konsumsi UMKM secara signifikan.

Literatur terdahulu menunjukkan bahwa keberadaan transportasi online memberikan implikasi positif terhadap pengembangan UMKM, khususnya melalui peningkatan aksesibilitas pasar dan efisiensi pelayanan kepada konsumen. Kajian Purwoko et al. (2022) memperlihatkan bahwa transportasi online berfungsi sebagai instrumen adaptasi sosial-ekonomi masyarakat pasca pandemi karena mampu mempertahankan keberlangsungan aktivitas ekonomi di tengah keterbatasan mobilitas fisik. Penelitian Putra et al. (2022) juga menegaskan bahwa akselerasi digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menguasai literasi informasi dan literasi digital sebagai prasyarat utama keberhasilan transformasi usaha berbasis teknologi. Dalam konteks sektor kuliner, Salisa et al. (2025) menemukan bahwa integrasi aplikasi Grab dengan strategi pemasaran syariah mampu meningkatkan volume penjualan UMKM kuliner melalui perluasan jangkauan konsumen dan peningkatan efisiensi promosi digital. Kajian Marsalena dan Wati (2024) di Kota Kendari turut memperlihatkan bahwa pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing usaha lokal di tengah perubahan perilaku pasar. Meski demikian, sintesis atas berbagai studi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian masih memposisikan teknologi digital sebagai instrumen teknis pemasaran atau distribusi semata, padahal keberadaan platform transportasi online sesungguhnya membentuk relasi ekonomi baru yang mempengaruhi struktur biaya, pola persaingan, perilaku konsumen, hingga kapasitas adaptasi pelaku usaha secara simultan. Artinya, dampak transportasi online terhadap pendapatan UMKM tidak dapat dipahami secara linear, melainkan harus dianalisis sebagai bagian dari perubahan ekosistem ekonomi digital yang lebih kompleks.

Di sisi lain, perkembangan literatur mengenai ekonomi digital dan inovasi UMKM masih memperlihatkan sejumlah keterbatasan konseptual maupun empiris yang cukup signifikan. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung berfokus pada kota-kota besar dengan tingkat penetrasi digital tinggi sehingga menghasilkan generalisasi yang belum tentu relevan bagi daerah berkembang dengan karakteristik sosial-ekonomi berbeda. Kajian mengenai UMKM berbasis digital sering kali menempatkan variabel teknologi sebagai faktor deterministik tanpa mengelaborasi bagaimana kapasitas internal pelaku usaha mempengaruhi efektivitas penggunaan platform digital dalam meningkatkan pendapatan usaha (Rukaiyah et al., 2025). Pada saat yang sama, studi tentang transportasi online lebih banyak menitikberatkan pada aspek pelayanan konsumen, perilaku penggunaan aplikasi, dan efisiensi mobilitas, sementara implikasinya terhadap struktur ekonomi mikro pelaku usaha kuliner masih relatif terbatas. Bahkan ketika hubungan antara transportasi online dan UMKM mulai dibahas, sebagian penelitian hanya menggunakan pendekatan deskriptif sehingga belum mampu menjelaskan kekuatan pengaruh empiris antarvariabel secara terukur. Literatur yang tersedia juga memperlihatkan inkonsistensi temuan terkait dampak digitalisasi terhadap peningkatan pendapatan UMKM, karena beberapa studi menunjukkan adanya peningkatan penjualan, sedangkan studi lain menemukan bahwa biaya komisi platform dan persaingan digital justru mengurangi margin keuntungan pelaku usaha kecil (Merdekawati & Rosyanti, 2020). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk membangun pemahaman empiris yang lebih spesifik mengenai bagaimana keberadaan transportasi online benar-benar mempengaruhi pendapatan UMKM pada konteks lokal tertentu.

Kesenjangan tersebut menjadi semakin penting untuk dikaji dalam konteks Kota Kendari yang mengalami pertumbuhan UMKM kuliner berbasis digital secara relatif cepat, tetapi belum diimbangi dengan kajian empiris yang mendalam mengenai dampak transformasi digital terhadap performa

ekonomi pelaku usaha lokal. Kota Kendari menghadapi dinamika urbanisasi, perubahan pola konsumsi masyarakat, dan perkembangan penggunaan aplikasi transportasi online yang menciptakan peluang sekaligus tekanan kompetitif bagi UMKM kuliner. Narayan (2022) menjelaskan bahwa layanan ojek online telah berkembang menjadi infrastruktur distribusi makanan yang mampu memperluas pasar usaha kuliner secara signifikan melalui layanan pengantaran yang cepat dan mudah diakses konsumen. Namun, manfaat tersebut tidak secara otomatis menghasilkan peningkatan pendapatan apabila pelaku usaha tidak memiliki kapasitas inovasi, adaptasi digital, serta strategi pengelolaan usaha yang memadai. Persaingan berbasis platform juga menyebabkan UMKM harus menghadapi mekanisme pasar digital yang jauh lebih kompetitif dibandingkan model penjualan konvensional. Dalam kondisi demikian, urgensi penelitian ini tidak hanya terletak pada kebutuhan akademik untuk mengisi kekosongan literatur empiris, tetapi juga pada kebutuhan praktis untuk menyediakan dasar pengambilan kebijakan yang mampu memperkuat daya tahan UMKM kuliner lokal dalam menghadapi transformasi ekonomi digital yang semakin intensif. Kajian mengenai pengaruh transportasi online terhadap pendapatan UMKM menjadi penting karena hasilnya dapat memberikan gambaran konkret mengenai efektivitas integrasi platform digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat perkotaan di wilayah berkembang.

Posisi penelitian ini berada pada irisan antara kajian ekonomi digital, transformasi teknologi transportasi, dan pengembangan UMKM berbasis platform yang selama ini masih cenderung dipelajari secara terpisah. Penelitian ini tidak hanya menempatkan transportasi online sebagai sarana mobilitas atau media distribusi produk, tetapi sebagai bagian dari mekanisme restrukturisasi ekonomi lokal yang membentuk pola interaksi baru antara pelaku usaha dan konsumen dalam ekosistem digital. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menyoroti aspek adaptasi teknologi secara umum, penelitian ini secara khusus menguji hubungan empiris antara keberadaan transportasi online dan pendapatan UMKM kuliner pada konteks lokal Kota Kendari yang memiliki karakteristik pasar berbeda dibandingkan kota metropolitan besar. Fokus tersebut menjadi relevan karena struktur UMKM di daerah berkembang sering kali dipengaruhi oleh keterbatasan modal, literasi digital, dan akses teknologi yang dapat mempengaruhi efektivitas pemanfaatan platform digital. Penelitian ini juga memperluas perspektif konseptual mengenai transportasi online dengan menempatkannya sebagai variabel yang mempengaruhi produktivitas ekonomi mikro melalui mekanisme perluasan pasar, efisiensi distribusi, serta perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara teknologi digital dan keberlanjutan ekonomi UMKM di tingkat lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keberadaan transportasi online terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari melalui pendekatan kuantitatif berbasis survei terhadap pelaku usaha yang telah menggunakan layanan transportasi online dalam aktivitas bisnisnya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis berupa penguatan perspektif ekonomi digital berbasis platform dalam menjelaskan hubungan antara inovasi transportasi digital dan performa ekonomi UMKM pada konteks daerah berkembang. Dari sisi metodologis, penelitian ini menawarkan pengukuran empiris mengenai pengaruh transportasi online terhadap pendapatan usaha melalui analisis regresi sederhana yang dipadukan dengan pemahaman kontekstual mengenai karakteristik pelaku UMKM kuliner. Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi rujukan akademik dalam pengembangan studi ekonomi digital lokal sekaligus menjadi dasar praktis bagi pemerintah daerah dan pelaku platform digital dalam merumuskan strategi penguatan daya saing UMKM di era transformasi teknologi yang semakin kompleks.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan studi empiris dengan pendekatan kuantitatif yang dirancang untuk menguji pengaruh keberadaan transportasi online terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari dalam kerangka transformasi ekonomi digital berbasis platform. Proses penelitian dimulai dengan pengembangan model operasional variabel yang mengintegrasikan dimensi aksesibilitas layanan aplikasi, efisiensi distribusi, intensitas penggunaan platform digital, serta perubahan pola transaksi konsumen sebagai representasi keberadaan transportasi online, sedangkan variabel pendapatan UMKM diukur melalui indikator peningkatan volume penjualan, stabilitas transaksi, perluasan pasar, dan perubahan keuntungan usaha. Instrumen penelitian dikembangkan melalui adaptasi konseptual dari literatur mengenai aplikasi bisnis digital pada UMKM dan transformasi layanan transportasi berbasis

teknologi (Firmansyah & Rafdinal, 2026; Narayan, 2022), kemudian disesuaikan dengan karakteristik sosial-ekonomi pelaku UMKM kuliner di Kota Kendari. Penelitian dilaksanakan selama Maret–April 2026 dengan menggunakan metode survei terhadap 65 pelaku UMKM kuliner yang telah terintegrasi dengan layanan transportasi online minimal enam bulan, yang dipilih melalui teknik purposive sampling untuk memastikan relevansi pengalaman responden terhadap fenomena yang dianalisis. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur dan wawancara pendukung guna memperoleh pemahaman kontekstual mengenai pola adaptasi digital pelaku usaha. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap hubungan empiris antara inovasi transportasi digital dan performa ekonomi UMKM secara terukur, sekaligus mempertahankan sensitivitas terhadap dinamika lokal yang sering kali terabaikan dalam studi ekonomi digital berskala makro.

Ketahanan metodologis penelitian dibangun melalui serangkaian prosedur validasi statistik dan evaluasi model untuk memastikan reliabilitas inferensi empiris yang dihasilkan. Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan korelasi product moment dengan ambang  $r$ -hitung lebih besar daripada  $r$ -tabel sebesar 0,244, di mana seluruh indikator variabel keberadaan transportasi online dan pendapatan UMKM menunjukkan tingkat validitas yang memadai sehingga layak digunakan dalam analisis lanjutan. Konsistensi internal instrumen dievaluasi melalui uji reliabilitas Cronbach's Alpha dengan nilai sebesar 0,873 untuk variabel keberadaan transportasi online dan 0,913 untuk variabel pendapatan UMKM, yang menunjukkan tingkat reliabilitas tinggi dan stabilitas pengukuran yang kuat. Analisis utama dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengukur arah dan kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, disertai pengujian hipotesis melalui uji- $t$  pada tingkat signifikansi 5% guna memastikan robustitas hubungan kausal empiris. Evaluasi model diperkuat dengan penghitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengidentifikasi kapasitas prediktif variabel transportasi online terhadap variasi pendapatan UMKM. Keunikan metodologis penelitian ini terletak pada integrasi pendekatan statistik kuantitatif dengan eksplorasi kontekstual berbasis pengalaman pelaku usaha lokal, sehingga penelitian tidak hanya menghasilkan estimasi numerik mengenai pengaruh transportasi online, tetapi juga menyediakan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana inovasi teknologi digital membentuk transformasi ekonomi mikro dalam ekosistem UMKM perkotaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aksesibilitas Platform Digital dan Perluasan Pasar UMKM Kuliner**

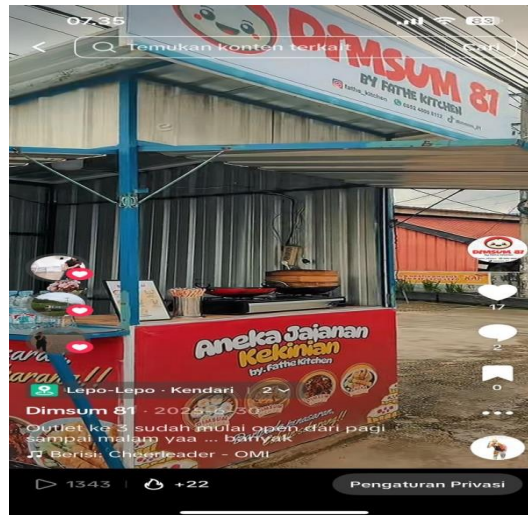
Hasil empiris menunjukkan bahwa ekspansi layanan transportasi online telah mengubah struktur operasional UMKM kuliner di Kota Kendari secara signifikan. Responden menyatakan bahwa integrasi platform digital meningkatkan frekuensi transaksi karena konsumen dapat mengakses produk kuliner dengan fleksibilitas waktu yang lebih tinggi melalui aplikasi mobile. Kondisi tersebut mencerminkan transformasi pola konsumsi masyarakat perkotaan menuju perilaku pembelian berbasis digital yang menekankan efisiensi dan aksesibilitas (Khairi et al., 2025). Tren statistik yang ditemukan dalam penelitian ini juga memperlihatkan bahwa transportasi berbasis platform telah berkembang menjadi infrastruktur ekonomi yang menopang sirkulasi perdagangan lokal di wilayah urban (Afra et al., 2026).

Hasil survei memperlihatkan bahwa UMKM kuliner yang memanfaatkan aplikasi transportasi online mengalami peningkatan jangkauan konsumen setelah mengintegrasikan layanan pengantaran ke dalam sistem operasional usaha mereka. Beberapa responden menjelaskan melalui wawancara bahwa konsumen dari wilayah yang sebelumnya berada di luar jangkauan distribusi menjadi lebih mudah dijangkau melalui fitur pemesanan berbasis aplikasi. Peningkatan aksesibilitas geografis tersebut memperkuat penetrasi pasar dan berkontribusi terhadap stabilitas transaksi usaha kuliner berskala kecil (Natania & Dwijayanti, 2024). Pola serupa juga ditemukan dalam penelitian yang menekankan bahwa platform digital mampu mengurangi keterbatasan spasial dalam sistem distribusi usaha mikro (Kumar et al., 2025).

Adaptasi perilaku konsumen turut menjadi variabel penting yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari. Mayoritas responden mengakui bahwa sistem pemesanan online menghasilkan intensitas pembelian yang lebih tinggi pada malam hari dan akhir pekan karena konsumen lebih memilih transaksi yang praktis dan minim kontak langsung. Transformasi tersebut sejalan dengan perubahan konsumsi digital dalam ekosistem bisnis mobile pada UMKM di Indonesia (Firmansyah & Rafdinal, 2026). Aksesibilitas platform juga memperkuat loyalitas pelanggan karena

konsumen memandang layanan transportasi online sebagai sistem yang responsif dan efisien secara operasional (Baladin et al., 2025).

Temuan lapangan menunjukkan bahwa UMKM kuliner dengan tingkat responsivitas digital yang lebih tinggi cenderung mengalami pertumbuhan penjualan yang lebih stabil dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan transaksi konvensional. Responden yang beroperasi di kawasan perkotaan dengan kepadatan aktivitas tinggi menyatakan bahwa aplikasi transportasi online mempercepat visibilitas produk dan meningkatkan pembelian spontan dari konsumen usia muda. Pola tersebut sejalan dengan studi mengenai perilaku adaptif UMKM berbasis digital dalam menghadapi persaingan pasar perkotaan yang semakin kompetitif (Agustinawati et al., 2026). Kecenderungan empiris tersebut memperlihatkan bahwa ekosistem transportasi digital memiliki hubungan erat dengan kapasitas komersialisasi usaha kuliner berskala mikro di Kota Kendari (Marsalena & Wati, 2024).



Gambar 1. Salah Satu UMKM Kuliner di Kota Kendari  
Sumber: Dokumentasi Lapangan (2026)

Dokumentasi visual pada Gambar 1 memperlihatkan karakteristik operasional UMKM kuliner yang secara aktif memanfaatkan platform transportasi online sebagai bagian dari strategi distribusi usaha. Model bisnis yang terlihat pada gambar menunjukkan bagaimana pelaku usaha skala kecil menyesuaikan titik penjualan fisik mereka untuk mendukung sistem pemesanan digital dan mekanisme pengantaran yang cepat. Data wawancara menunjukkan bahwa visibilitas dalam aplikasi online meningkatkan kesadaran konsumen meskipun sebagian pelanggan belum pernah mengunjungi lokasi usaha secara langsung. Fenomena tersebut mencerminkan konvergensi yang semakin kuat antara infrastruktur logistik digital dan kewirausahaan kuliner lokal dalam lingkungan ekonomi perkotaan (Rasyid et al., 2026).

Distribusi kuantitatif karakteristik responden semakin memperkuat interpretasi bahwa pemanfaatan platform digital didominasi oleh kelompok ekonomi produktif dengan kemampuan adaptasi teknologi yang relatif baik. Responden perempuan menjadi kelompok dominan karena sebagian besar usaha kuliner di Kota Kendari berkembang melalui pola kewirausahaan berbasis rumah tangga. Responden berusia 30–39 tahun menunjukkan tingkat partisipasi tertinggi dalam kemitraan transportasi online karena kelompok usia tersebut memiliki kapasitas adaptif yang lebih kuat terhadap sistem bisnis digital (Herlin et al., 2025). Tingkat pendidikan juga mempengaruhi responsivitas teknologi karena responden dengan pendidikan menengah dan perguruan tinggi lebih familiar terhadap pengelolaan transaksi berbasis aplikasi (Putra et al., 2022).

Table 1. Karakteristik Responden UMKM Kuliner di Kota Kendari

No	Uraian	Frekuensi	Persentase (%)
<b>A. Jenis Kelamin</b>			
1.	Laki-Laki	15	23

2. Perempuan	50	77
Jumlah	65	100
<b>B. Usia Responden</b>		
1. 20-29 Tahun	26	40
2. 30-39 Tahun	36	55
3. 40 Tahun Keatas	3	5
Jumlah	65	100
<b>C. Pendidikan</b>		
1. SMA	41	63
2. S1	22	34
3. S2	2	3
Jumlah	65	100
<b>D. Lama Bergabung sebagai Mitra Aplikasi</b>		
1. < 1 Tahun	13	20
2. 1-3 Tahun	45	69
3. > 3 Tahun	7	11
Jumlah	65	100

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Kecenderungan demografis pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa UMKM kuliner berbasis digital di Kota Kendari sebagian besar dikelola oleh pelaku usaha yang telah memiliki keterlibatan cukup lama dalam ekosistem bisnis berbasis platform. Responden dengan pengalaman kemitraan selama satu hingga tiga tahun menjadi kelompok dominan karena periode tersebut bertepatan dengan meningkatnya penggunaan layanan transportasi online pada pasar kuliner lokal. Pola tersebut mengindikasikan bahwa interaksi berulang dengan platform digital memperkuat kapasitas adaptasi manajerial dan pemahaman operasional pelaku UMKM (Juniansyah et al., 2026). Struktur responden juga merefleksikan transisi yang lebih luas dari bisnis kuliner informal menuju praktik kewirausahaan yang dimediasi teknologi digital dalam ekonomi perkotaan (Lubis & Salsabila, 2024).

Hasil wawancara juga memperlihatkan bahwa platform transportasi online berkontribusi terhadap efisiensi promosi karena UMKM kuliner memperoleh eksposur algoritmik melalui sistem rekomendasi aplikasi. Responden mengakui bahwa kampanye promosi yang terintegrasi dalam aplikasi pengantaran meningkatkan visibilitas produk tanpa memerlukan biaya pemasaran yang besar. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ekosistem digital menyediakan alternatif pemasaran berbiaya rendah bagi usaha mikro untuk memperluas jangkauan pasar (Azzahra et al., 2025). Promosi berbasis platform juga mendorong eksperimen produk karena pelaku usaha menjadi lebih responsif terhadap perubahan preferensi konsumen dan pola ulasan digital (Malelak et al., 2025).

Integrasi antara teknologi transportasi dan kewirausahaan kuliner juga menghasilkan efisiensi operasional dalam pengelolaan distribusi produk. Responden menyatakan bahwa sistem pengantaran online mengurangi ketidakpastian distribusi karena alokasi pesanan dan pelacakan pengiriman telah diatur melalui aplikasi digital yang terintegrasi. Temuan serupa juga dijelaskan dalam penelitian mengenai peran strategis transportasi online dalam menopang aktivitas ekonomi perkotaan pasca pandemi (Purwoko et al., 2022). Bukti empiris di Kota Kendari memperlihatkan bahwa inovasi transportasi telah berkembang melampaui fungsi mobilitas dan kini berperan sebagai komponen penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi mikro di tengah transformasi pasar digital (Kaswinata et al., 2023).

Interpretasi analitis secara keseluruhan menunjukkan bahwa dimensi aksesibilitas platform transportasi online telah menjadi determinan penting dalam peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari. Tren statistik, hasil wawancara, dan pola demografis secara kolektif memperlihatkan bahwa ekosistem transportasi digital meningkatkan eksposur komersial, mempercepat sirkulasi transaksi, dan memperkuat keterikatan konsumen terhadap produk lokal. Kecenderungan serupa juga ditemukan dalam studi mengenai kontribusi layanan online food delivery terhadap pertumbuhan penjualan usaha mikro di berbagai wilayah perkotaan Indonesia (Az-zahra et al., 2021; Salisa et al.,

2025). Temuan penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa platform transportasi digital tidak hanya berfungsi sebagai perantara teknologi, tetapi juga sebagai institusi ekonomi transformasional yang membentuk arah adaptasi UMKM lokal dalam ekonomi digital kontemporer.

### **Efisiensi Operasional dan Transformasi Pendapatan UMKM Kuliner melalui Transportasi Online**

Integrasi transportasi online dalam aktivitas UMKM kuliner di Kota Kendari memperlihatkan perubahan signifikan terhadap pola operasional usaha, khususnya pada aspek distribusi dan percepatan transaksi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang aktif memanfaatkan layanan pesan-antar berbasis aplikasi mengalami peningkatan intensitas transaksi harian dibandingkan periode sebelum integrasi platform digital. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa transportasi online tidak lagi dipahami hanya sebagai sarana mobilitas, melainkan sebagai instrumen ekonomi digital yang memperkuat konektivitas pasar lokal (Khairi et al., 2025). Perubahan struktur distribusi ini juga memperlihatkan terbentuknya model pelayanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen perkotaan dengan karakteristik konsumsi serba cepat dan berbasis aplikasi.

Efisiensi operasional menjadi salah satu indikator utama yang mengalami transformasi setelah UMKM kuliner terhubung dengan platform transportasi online. Sebagian besar responden menyatakan bahwa proses pengiriman produk menjadi lebih terorganisasi karena pelaku usaha tidak perlu menyediakan tenaga distribusi internal secara mandiri. Situasi tersebut berdampak pada pengurangan biaya operasional harian, khususnya pada pengeluaran transportasi dan alokasi tenaga kerja tambahan. Kumar et al. (2025) menjelaskan bahwa integrasi distribusi digital mampu menciptakan efisiensi rantai pasok UMKM melalui pengurangan hambatan logistik dan peningkatan kecepatan layanan kepada konsumen.

Perubahan efisiensi distribusi turut memengaruhi pola penerimaan pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari. Berdasarkan hasil wawancara pendukung, pelaku usaha mengaku memperoleh kestabilan transaksi yang lebih baik karena sistem aplikasi memungkinkan pesanan diterima secara kontinu selama jam operasional berlangsung. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberadaan transportasi online membentuk pola konsumsi baru yang lebih fleksibel dan tidak lagi bergantung pada kunjungan fisik konsumen ke lokasi usaha. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Nur dan Djafar (2023) yang menyatakan bahwa layanan online food delivery mampu meningkatkan kontinuitas transaksi usaha kuliner melalui perluasan akses konsumen berbasis digital.

Transformasi pola transaksi juga terlihat pada peningkatan volume pemesanan harian yang diterima UMKM setelah bergabung sebagai mitra aplikasi transportasi online. Responden menyampaikan bahwa konsumen cenderung melakukan pembelian berulang karena layanan pengantaran memberikan efisiensi waktu serta kemudahan akses produk. Fenomena ini memperlihatkan adanya perubahan perilaku konsumen menuju sistem pembelian berbasis platform yang lebih praktis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital (Rasyid et al., 2026). Dalam konteks ekonomi digital lokal, kondisi tersebut memperkuat posisi UMKM kuliner sebagai bagian dari ekosistem bisnis berbasis aplikasi yang terus berkembang di wilayah perkotaan.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien Regresi</b>	<b>t-hitung</b>	<b>Signifikansi</b>
Konstanta	8.986	1.890	0.063
Keberadaan Transportasi Online	0.688	8.734	0.000

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa variabel keberadaan transportasi online memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.688 dengan tingkat signifikansi 0.000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan layanan transportasi online memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari. Tingginya nilai t-hitung sebesar 8.734 memperlihatkan bahwa hubungan antarvariabel berada pada tingkat signifikansi statistik yang kuat. Arifin dan Arseto (2025) menjelaskan bahwa kemampuan UMKM dalam mengadaptasi sistem

distribusi digital menjadi faktor penting dalam mempertahankan pertumbuhan usaha pada kondisi ekonomi yang kompetitif.

Interpretasi koefisien regresi sebesar 0.688 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan keberadaan transportasi online akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 0.688 satuan. Angka tersebut memperlihatkan bahwa layanan transportasi online memiliki kontribusi nyata dalam memperkuat performa ekonomi pelaku usaha kuliner melalui efisiensi layanan dan peningkatan jangkauan pasar. Kondisi ini mempertegas bahwa digitalisasi distribusi berpengaruh langsung terhadap pembentukan sumber pendapatan baru bagi UMKM perkotaan. Narayan (2022) menegaskan bahwa sistem pengantaran berbasis aplikasi telah menciptakan model pemasaran kuliner yang lebih adaptif terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat modern.

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000 berada di bawah tingkat probabilitas 0.05 sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan transportasi online berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari. Pengaruh signifikan ini menunjukkan bahwa platform transportasi online mampu meningkatkan efektivitas hubungan antara produsen dan konsumen melalui sistem layanan digital terintegrasi. Kennedy (2024) menjelaskan bahwa ekonomi platform telah membentuk pola persaingan usaha baru yang berbasis pada kecepatan distribusi, efisiensi layanan, dan keterhubungan digital.

Perubahan struktur pendapatan UMKM juga terlihat dari meningkatnya kapasitas usaha dalam mempertahankan stabilitas penjualan harian. Sebagian besar pelaku usaha menyatakan bahwa keberadaan layanan pengantaran berbasis aplikasi membantu menjaga arus transaksi pada jam-jam non-prime time yang sebelumnya cenderung mengalami penurunan penjualan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa transportasi online mampu memperluas waktu produktif usaha dan meningkatkan intensitas interaksi ekonomi antara pelaku UMKM dengan konsumen. Merdekawati dan Rosyanti (2020) menyatakan bahwa keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan inovasi layanan dan strategi pemasaran yang sesuai dengan dinamika pasar.

Efektivitas transportasi online dalam meningkatkan pendapatan UMKM turut dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengoptimalkan fitur-fitur digital pada aplikasi. Responden yang aktif menggunakan promosi aplikasi, sistem diskon, serta pengelolaan ulasan pelanggan cenderung mengalami peningkatan volume transaksi lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha yang hanya memanfaatkan layanan pengantaran secara pasif. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan integrasi transportasi online tidak hanya bergantung pada keberadaan teknologi, tetapi juga pada kapasitas adaptasi digital pelaku usaha itu sendiri (Agustinawati et al., 2026). Dalam konteks ekonomi mikro perkotaan, kemampuan adaptif tersebut menjadi faktor penting dalam membentuk keberlanjutan usaha kuliner berbasis platform digital.

Transformasi pendapatan yang terjadi pada UMKM kuliner Kota Kendari memperlihatkan bahwa transportasi online telah berkembang menjadi bagian integral dari sistem ekonomi digital lokal. Platform digital tidak hanya menciptakan efisiensi operasional, tetapi juga membentuk pola bisnis baru yang lebih fleksibel, cepat, dan berbasis teknologi. Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa integrasi layanan transportasi online mampu memperkuat daya tahan ekonomi UMKM melalui peningkatan akses pasar dan percepatan distribusi produk (Hado et al., 2025). Dinamika ini sekaligus menegaskan bahwa perkembangan transportasi digital memiliki kontribusi strategis dalam membentuk transformasi ekonomi mikro di wilayah perkotaan Indonesia.

### **Adaptasi Digital, Tekanan Persaingan, dan Keberlanjutan UMKM Kuliner di Era Ekonomi Platform**

Transformasi ekonomi digital di Kota Kendari menunjukkan bahwa keberadaan transportasi online tidak hanya mempengaruhi peningkatan transaksi usaha, tetapi juga membentuk pola baru dalam keberlanjutan UMKM kuliner. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pelaku usaha yang memiliki kemampuan adaptasi digital lebih baik cenderung mampu mempertahankan stabilitas pendapatan pada situasi persaingan pasar yang semakin dinamis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas produk, melainkan juga oleh kemampuan mengintegrasikan teknologi dalam aktivitas bisnis sehari-hari (Juniansyah et al., 2026). Adaptasi digital pada UMKM kuliner di Kota Kendari berkembang sebagai bentuk respons terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada layanan berbasis aplikasi dan transaksi digital.

Kemampuan literasi digital menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha pada ekosistem ekonomi platform. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM mengalami kendala dalam memahami pengelolaan fitur promosi, sistem algoritma aplikasi, serta mekanisme penilaian pelanggan yang menentukan visibilitas produk pada platform digital. Kondisi tersebut menyebabkan terdapat perbedaan kapasitas adaptasi antara pelaku usaha yang aktif memanfaatkan teknologi dengan pelaku usaha yang hanya menggunakan aplikasi sebagai sarana tambahan penjualan (Putra et al., 2022). Dalam perspektif ekonomi digital, literasi teknologi berfungsi sebagai modal kompetitif yang mempengaruhi kemampuan usaha untuk bertahan dalam lingkungan pasar berbasis data dan platform (Rasyid et al., 2026).

Tekanan persaingan digital juga mengalami peningkatan seiring bertambahnya jumlah UMKM kuliner yang terintegrasi dengan layanan transportasi online di Kota Kendari. Persaingan tidak lagi berlangsung secara lokal berdasarkan lokasi usaha, tetapi berkembang menjadi kompetisi berbasis visibilitas aplikasi, kualitas ulasan pelanggan, kecepatan pelayanan, dan strategi promosi digital. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa platform digital menciptakan struktur persaingan baru yang menuntut pelaku usaha memiliki kemampuan inovasi secara berkelanjutan agar tidak kehilangan konsumen (Kennedy, 2024). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa UMKM yang tidak mampu menyesuaikan diri terhadap dinamika platform cenderung mengalami penurunan intensitas transaksi dibandingkan usaha yang aktif melakukan pembaruan layanan dan strategi pemasaran digital.

Dalam konteks keberlanjutan usaha, biaya komisi aplikasi menjadi salah satu tantangan yang cukup dominan bagi pelaku UMKM kuliner. Beberapa responden menyatakan bahwa potongan biaya layanan platform mempengaruhi margin keuntungan, terutama bagi usaha mikro dengan kapasitas produksi terbatas dan harga produk relatif rendah. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa integrasi digital tidak selalu menghasilkan keuntungan optimal apabila tidak diimbangi dengan efisiensi operasional dan strategi pengelolaan biaya yang memadai (Fathurrahman, 2021). Pada sisi lain, sebagian pelaku usaha tetap mempertahankan kemitraan dengan platform digital karena layanan tersebut dianggap mampu menjaga kontinuitas permintaan konsumen di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat perkotaan.

**Tabel 3. Dimensi Adaptasi Digital dan Tantangan Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kota Kendari**

<b>Dimensi Analisis</b>	<b>Temuan Penelitian</b>	<b>Implikasi terhadap Keberlanjutan UMKM</b>
Literasi digital	Kemampuan penggunaan fitur aplikasi masih bervariasi	Mempengaruhi efektivitas pemasaran digital
Persaingan platform	Kompetisi berbasis rating dan promosi semakin tinggi	Menuntut inovasi usaha secara berkelanjutan
Biaya komisi aplikasi	Potongan layanan mengurangi margin keuntungan	Memerlukan efisiensi operasional usaha
Loyalitas konsumen	Konsumen cenderung memilih layanan tercepat dan responsif	Mendorong peningkatan kualitas pelayanan
Ketahanan bisnis digital	UMKM adaptif lebih stabil menghadapi perubahan pasar	Memperkuat sustainability usaha digital

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti dan Sintesis Wawancara (2026).

Temuan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM kuliner dalam ekosistem transportasi online dipengaruhi oleh kombinasi kemampuan digital, strategi adaptasi, dan daya tahan usaha terhadap tekanan persaingan. Dimensi loyalitas konsumen memperlihatkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada harga produk, tetapi juga pada kecepatan respons, kualitas pelayanan, dan konsistensi pengalaman konsumen saat menggunakan aplikasi. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa loyalitas pelanggan pada ekonomi digital bersifat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh performa layanan berbasis platform (Baladin et al., 2025). Pola ini memperkuat pandangan bahwa UMKM memerlukan strategi keberlanjutan yang tidak hanya berorientasi pada penjualan jangka pendek, tetapi juga pada pembangunan hubungan konsumen secara berkelanjutan.

Interpretasi koefisien determinasi sebesar 54,8% memperlihatkan bahwa keberadaan transportasi online memiliki kontribusi moderat-kuat terhadap perubahan pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari. Nilai tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital melalui platform transportasi online mampu menjelaskan sebagian besar variasi peningkatan pendapatan pelaku usaha dalam penelitian ini. Namun demikian, masih terdapat 45,2% faktor lain di luar model yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, seperti kualitas inovasi produk, kekuatan modal usaha, stabilitas bahan baku, kemampuan manajemen bisnis, serta perubahan kondisi ekonomi masyarakat (Merdekawati & Rosyanti, 2020). Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan UMKM dalam ekonomi digital tidak dapat dijelaskan hanya melalui keberadaan aplikasi transportasi online semata.

Faktor eksternal di luar model penelitian memperlihatkan adanya kompleksitas dalam mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah perkembangan ekonomi digital. Beberapa responden menyampaikan bahwa perubahan tren konsumsi masyarakat dan fluktuasi harga bahan baku memiliki pengaruh besar terhadap stabilitas pendapatan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak menghilangkan risiko ekonomi konvensional, melainkan menciptakan kombinasi tantangan baru yang bersifat multidimensional (Herlin et al., 2025). Dalam perspektif ketahanan bisnis, UMKM yang mampu mengintegrasikan inovasi produk dengan adaptasi teknologi cenderung memiliki kapasitas bertahan yang lebih baik dibandingkan usaha yang hanya bergantung pada sistem distribusi digital.

Kemampuan inovasi menjadi elemen penting dalam memperkuat daya tahan UMKM kuliner pada lingkungan persaingan berbasis platform. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelaku usaha yang melakukan inovasi menu, pengemasan produk, dan strategi promosi digital memperoleh tingkat interaksi konsumen yang lebih tinggi dibandingkan usaha dengan pola pemasaran konvensional. Inovasi tersebut tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat identitas usaha di tengah tingginya homogenitas pasar kuliner digital (Rukaiyah et al., 2025). Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi berfungsi sebagai instrumen strategis dalam mempertahankan keberlanjutan usaha mikro pada era ekonomi berbasis teknologi.

Dari perspektif ekonomi digital, keberadaan transportasi online telah membentuk struktur bisnis yang semakin kompetitif sekaligus fleksibel bagi UMKM kuliner di Kota Kendari. Platform digital memungkinkan pelaku usaha memperoleh akses pasar lebih luas, tetapi pada saat yang sama menciptakan ketergantungan terhadap mekanisme algoritma dan kebijakan aplikasi yang terus berubah. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa sustainability usaha digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan sistem platform dan perilaku konsumen digital (Kumar et al., 2025). Kondisi ini memperkuat argumentasi bahwa keberlanjutan UMKM pada era digital membutuhkan kombinasi antara kapasitas teknologi, ketahanan bisnis, dan fleksibilitas inovasi usaha.

Implikasi empiris penelitian menunjukkan bahwa penguatan keberlanjutan UMKM kuliner tidak cukup hanya melalui peningkatan akses terhadap platform transportasi online, tetapi juga memerlukan pengembangan kapasitas digital secara berkelanjutan. Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan ekonomi lokal perlu memperkuat program literasi digital, pelatihan inovasi usaha, serta pendampingan manajemen bisnis berbasis teknologi bagi pelaku UMKM kuliner di Kota Kendari (Arifin & Arseto, 2025). Strategi tersebut penting untuk meningkatkan kemampuan usaha dalam menghadapi tekanan persaingan digital yang semakin kompleks dan fluktuatif. Dalam konteks ekonomi platform, ketahanan bisnis UMKM sangat ditentukan oleh kemampuan mengubah teknologi digital menjadi instrumen keberlanjutan ekonomi jangka panjang.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini membuktikan bahwa keberadaan transportasi online memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kota Kendari melalui penguatan akses pasar, efisiensi distribusi, percepatan transaksi, dan integrasi layanan berbasis platform digital. Transformasi ekonomi digital yang terbentuk melalui layanan transportasi online telah menciptakan perubahan struktural dalam pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, sekaligus memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem bisnis perkotaan berbasis teknologi. Hasil koefisien determinasi sebesar 54,8% menunjukkan bahwa transportasi online memiliki kapasitas prediktif yang cukup kuat terhadap perubahan pendapatan UMKM, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model seperti kemampuan inovasi, kualitas produk, literasi digital, strategi pemasaran, loyalitas konsumen, dan intensitas persaingan platform yang turut mempengaruhi keberlanjutan usaha. Temuan penelitian menegaskan

bahwa keberhasilan UMKM dalam mempertahankan pertumbuhan usaha di era ekonomi digital tidak hanya ditentukan oleh akses terhadap teknologi, tetapi juga oleh kemampuan adaptasi digital, ketahanan bisnis, dan kapasitas strategis dalam merespons dinamika pasar berbasis platform secara berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afra, L., Abdullah, Z., Usrina, N., Anna, K., Pramanda, H., & Satyadharma, M. (2026). *Dasar-dasar perencanaan transportasi: Pendekatan terpadu untuk sistem transportasi*. Kamiya Jaya Aquatic.
- Agustinawati, T., Ilahi, R., & Audhiya, T. R. (2026). Pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM dimsum di era society 5.0: Tantangan, peluang, dan efektivitas platform digital. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 187–197. <https://doi.org/10.63822/yfrn2329>
- Arifin, I. W., & Arseto, D. D. (2025). Strategi adaptasi UMKM kuliner dalam menghadapi pertumbuhan ekonomi yang lemah di Kota Tebing Tinggi. *Economic Development Progress*, 4(2), 71–81. <https://doi.org/10.70021/edp.v4i2.250>
- Az-zahra, H. N., Tanya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan online food delivery dalam membantu meningkatkan penjualan pada usaha mikro. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>
- Azzahra, A. Y., Maharani, D. P., & Rahmawadi, R. (2025). Pemasaran digital melalui sosial media WhatsApp pada usaha kerekel singkong sebagai upaya peningkatan pendapatan UMKM UD Rahayu. *AKSIME: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Akuntansi, Manajemen & Ekonomi*, 2(2), 1–16. <https://doi.org/10.32503/aksime.v2i2.6465>
- Baladin, L. O., Soeparyanto, T. S., Fidmasari, R., Satyadharma, M., & Hado, H. (2025). Mediasi kepuasan pelanggan atas pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan (Studi kasus pelanggan Grabbike). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 21(1), 33–42. <https://doi.org/10.31940/jbk.v21i1.33-42>
- Fathurrahman, I. (2021). Melestarikan pekerja rentan di balik ekonomi inovasi: Praktik kerja perusahaan teknologi kepada mitra pengemudi ojek online di Indonesia. Dalam A. Novianto (Ed.), *Menyoal kerja layak dan adil dalam ekonomi gig di Indonesia* (hlm. 79). <https://www.researchgate.net/profile/Arif-Novianto/publication/356825520>
- Firmansyah, Y., & Rafdinal, W. (2026). *Aplikasi bisnis mobile pada UMKM*. PT. Revormasi Jangkar Philosophia.
- Hado, Mustofa, S., Arsyad, L. O. M. N., Fitriah, Soeparyanto, T. S., & Satyadharma, M. (2025). Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh persepsi harga dan promosi online terhadap loyalitas pelanggan Grab Bike di Kota Kendari. *MEDIA KONSTRUKSI*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.33772/jmk.v10i1.110>
- Herlin, A. R., Pane, N. C., & Miko, J. (2025). Etika bisnis dan strategi adaptif UMKM dalam menghadapi krisis 2030 di era pasar bebas. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2). <https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5391>
- Juniansyah, M. A., Rosyidah, D. M., & Ardhiyansyah, A. (2026). *Ketahanan bisnis di era digital: Bagaimana adaptasi dan inovasi menyelamatkan UMKM*. PT Arunika Aksa Karya.
- Kaswinata, Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi perananan UMKM dalam pembangunan ekonomi di Kota Medan dalam perspektif syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 718–728. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).15302](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).15302)
- Kennedy, A. (2024). Analisis hukum persaingan usaha platform marketplace online pada era ekonomi digital. *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 2(4). <https://doi.org/10.61292/eljbn.243>
- Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari, Yolnasdi, Jalil, M., Juita, H., & Sudeska, E. (2025). Pengaruh teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. *JURNAL PERANGKAT LUNAK*, 7(1), 71–78. <https://doi.org/10.32520/jupel.v7i1.3947>
- Kumar, A., Sinha, A. R., & Kumar, P. (2025). Developing digital distribution strategy framework for SMEs: Integrating e-commerce, marketing, and logistics. *Journal of Distribution Science*, 23(12), 39–53. <https://doi.org/10.15722/jds.23.12.202512.39>
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>

- Malelak, A. C., Fangidae, Y., Telik, Y. F., Afriano, B., Jehamat, L., Nahak, I., & Mite, P. S. (2025). Dinamika interaksi sosial, persaingan ruang, dan adaptasi digital UMKM di CFD El Tari Kupang. *Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 4(02), 46–60. <https://doi.org/10.52434/jesm.v4i02.628>
- Marsalena, N. A., & Wati, K. L. (2024). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis digital di Kota Kendari. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(3), 489–495. <https://doi.org/10.63821/ash.v1i3.415>
- Merdekawati, E., & Rosyanti, N. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM (Studi kasus pada UMKM di Kota Bogor). *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 5(2), 165–174. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v5i2.1640>
- Narayan, A. (2022). *Peran ojek online dalam mengembangkan bisnis makanan*. Kumparan. <https://kumparan.com/aditya-narayan/peran-ojek-online-dalam-mengembangkan-bisnis-makanan-1zSQiLdnWnV>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Nur, S., & Djafar, J. S. (2023). *Dampak penggunaan aplikasi berbasis online food delivery atas tingkat pendapatan usaha kuliner di Kota Makassar*. TOHAR MEDIA.
- Purwoko, B., Chotib, C., & Yola, L. (2022). Peran transportasi online dalam menunjang aktivitas masyarakat dan menjaga eksistensi pasca pandemi Covid-19 di Kota Bekasi. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 265–275. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i2.73>
- Putra, P., Windah, A., & Tarisa, A. (2022). Adopsi dan implementasi kecakapan literasi informasi dan literasi digital untuk akselerasi UMKM di Indonesia pasca pandemi Covid-19. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(2), 177. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.162.177-199>
- Rasyid, F. M., Baskoro, S. E., & Juharsah, J. (2026). *Ekonomi digital: Konsep, transformasi, inovasi dan tantangan*. Star Digital Publishing.
- Rukaiyah, S., Suyuthi, N. F., & Majid, A. (2025). *Inovasi UMKM: Menciptakan peluang di era digital*. TOHAR MEDIA.
- Salisa, A. R., Sari, P. A., Astuti, R. P., & Khabib, A. (2025). The role of the Grab application in increasing sales of culinary SME products from Shari'ah marketing perspective in Wonosobo Subdistrict. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 22, 41–48. <https://doi.org/10.30595/pssh.v22i.1524>