

**DETERMINAN PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH SEKTOR KULINER DI KOTA YOGYAKARTA
(STUDI EMPIRIS UMKM MITRA *GRABFOOD* DAN *GO-FOOD*)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
OLEH:
SOFWAN SIDIK
NIM. 17108010087

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021

**DETERMINAN PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH SEKTOR KULINER DI KOTA YOGYAKARTA
(STUDI EMPIRIS UMKM MITRA *GRABFOOD* DAN *GO-FOOD*)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

SOFWAN SIDIK

NIM. 17108010087

Dosen pembimbing:

Drs. SLAMET KHILMI, M.Si

NIP. 19631014 199203 1 002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-271/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2021

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SEKTOR KULINER DI KOTA YOGYAKARTA (STUDI EMPIRIS UMKM MITRA GRABFOOD DAN GO-FOOD)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SOFWAN SIDIK
Nomor Induk Mahasiswa : 17108010087
Telah diujikan pada : Jumat, 12 Maret 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Drs. Slamet Khilmi, M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 605c47d6050bc



Pengaji I
Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 6053f7a2aecc8



Pengaji II
Riswanti Budi Sekaringsih, M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 605c08c285021



Yogyakarta, 12 Maret 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afidawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 605c1e224b887

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Sofwan Sidik

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Sofwan Sidik

NIM : 17108010087

Judul Skripsi : **“Determinan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Yogyakarta (Studi Empiris UMKM Mitra Grabfood Dan Go-Food)”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini, kami mengaharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 26 Februari 2021

Pembimbing


Drs. SLAMET KHILMI, M.Si

NIP. 19631014 199203 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Sofwan Sidik

NIM : 17108010087

Prodi : Ekonomi Syariah

Menyatakan Bahwa Skripsi yang Berjudul “Determinan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Yogyakarta (Studi Empiris UMKM Mitra Grabfood Dan Go-Food)”.

adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau pun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 26 Februari 2021

Penyusun

Sofwan Sidik
NIM. 17108010087



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Sofwan Sidik
NIM	:	17108010087
Jurusan/Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	:	Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Yogyakarta (Studi Empiris UMKM Mitra Grabfood Dan Go-Food)”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penyusun dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal, 26 Februari 2021

Yang menyatakan,


Sofwan Sidik
NIM.17108010087

MOTTO

*“Ketika kamu sudah mulai Lelah, ingat perjuangan kedua
orang tuamu yang telah berusaha sebaik mungkin
memberimu yang terbaik”*



HALAMAN PERSEMPAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku tersayang,
yang selama ini menjadi suri teladan dan telah memberikan
dukungan terbaik bagi hidup saya, Ibu Rohanah dan Bapak Sakrani
terimakasih sudah memberikan doa, dukungan,motivasi
dan pengajaran untuk selalu berbuat baik kepada semua orang,
pengorbanan yang kalian berikan sungguh luar biasa
hanya doa dan kata maaf yang sedalamnya untuk
segala tingkah laku dan tutur kata putramu
yang kurang berkenan,
doakan putramu
agar bisa membalas jasa kalian...*

*STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Aamin...
Serta ketiga abang saya dan adik saya,
Bang H Azmi, Bang Farhan Z, Bang Munzilin dan Dek Husni M
yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada saya,
Serta almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga
khususnya Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Źāl	Ź	Zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Şād	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dād	Đ	De (dengan titik di bawah)

ت	Tā'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Ki
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Tā' Marbūtah

Semua *ta'* Marbūtah ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggalataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh katasanjang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang

sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حَكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَّةٌ	Ditulis	<i>'illah</i>
كَرْمَةُ الْأُولِيَاءِ	Ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- ó ---	Fathah	Ditulis	A
--- ՚ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بِينَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
فَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a 'antum</i>
أَعْدَّتْ	Ditulis	<i>u 'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la 'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروع	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdullillah, segala puji dan syukur kepada Allah Swt atas segala karunia dan rahmatnya yang diberikan kepada kita, Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita nabi kita Muhammad Saw, semoga kita diakui sebagai umatnya dan mendapat berkah, ridho, serta syafaatnya.

Penyusun sangat bersyukur karena dengan keterbatasan penyusun akhirnya penyusun mampu menyelesaikan skripsi ini, perjuangan dan didikasi yang telah penyusun berikan serta berkat dukungan baik materil maupun moril dari pihak yang terlibat dan ikut berjuang bersama penyusun akhirnya membawa hasil dengan tersusunnya skripsi ini.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata I Ekonomi Syariah Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang terlibat. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penyusun ingin menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyusun menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut adalah:

1. Ibu Rohanah dan Bapak Sakrani selaku orang tua penyusun yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penyusun.
2. Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Abdul Qoyyum, S.E.I., M.Sc.Fin. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Drs. Slamet Khilmi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Achmad Nurdany, S.E.I., S.E., M.E.K selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah menyetujui judul skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf prodi Ekonomi Syariah, serta Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.
8. Kepada pihak pelaku UMKM yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Kepada Salman Al Farisi dan Nanang Taufiqurrahman yang telah membantu penyusun untuk mengumpulkan data penelitian.
10. Teman-teman Prodi Ekonomi Syariah 2017, teman-teman magang, serta teman-teman KKN yang selalu memberikan dukungan kepada penyusun.

Semoga atas segala kebaikan yang kalian berikan senantiasa mendapatkan balasan yang terbaik oleh Allah Swt dan penyusun berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 26 Februari 2021

Penyusun



Sofwan Sidik

NIM. 17108010087

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRACT	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori	16
1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	16
2. Perkembangan Usaha	22
3. Kemitraan Usaha	25
4. Inovasi Perusahaan	27
5. Promosi	31
6. Jual Beli Dalam Pandangan Islam	32
B. Telaah Pustaka	53

C. Kerangka Penelitian dan Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	63
A. Jenis Penelitian.....	63
B. Obyek Penelitian	63
C. Sumber dan Jenis Data	63
D. Populasi dan Sampel	66
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	68
1. Variabel Terikat (Dependent variabel)	68
2. Variabel bebas (Independent variabel)	69
F. Metode Analisis Data	71
1. Regresi Linear Berganda.....	71
2. Uji Validitas	72
3. Uji Reliabilitas	73
4. Uji Statistik Deskriptif	73
5. Uji Asumsi Klasik.....	73
6. Uji Hipotesis	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
A. Hasil Pengumpulan Data Penelitian	77
B. Deskripsi Responden	78
1. Usia Responden	78
2. Jenis Kelamin Responden.....	79
3. Pendidikan Responden.....	79
4. Status Responden dalam Usaha	80
5. Mitra Usaha Responden.....	81
C. Uji Instrumen.....	82
1. Uji Validitas	82
2. Uji Reabilitas	85
D. Uji Asumsi Klasik	86
1. Uji Normalitas.....	86
2. Uji Multikolinearitas.....	87
3. Uji Heteroskedastisitas	88
4. Uji Regresi Linear Berganda	89

E. Uji Hipotesis.....	91
1. Uji F (Simultan)	91
2. Uji t (Parsial)	92
3. Uji Koefisien Determinasi (R₂)	94
F. Pembahasan Hasil Penelitian	95
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran	106
DAFTAR PUSTAKA:	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xxii



DAFTAR TABEL

Table 2.1 Karakteristik Utama Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) di NSB	19
Table 3.1 Skor Pertanyaan	65
Table 3.2 Jumlah Variabel dan Bulir Pertanyaan Kuesioner	65
Table 3.3 Distribusi Pembagian Variabel	70
Table 4.1 Data Pengumpulan Kuesioner	77
Table 4.2 Hasil Uji Validitas Perkembangan Usaha	83
Table 4.3 Hasil Uji Validitas Kemitraan	83
Table 4.4 Hasil Uji Validitas Inovasi	84
Table 4.5 Hasil Uji Validitas Promosi	85
Table 4.6 Hasil Uji Reabilitas	86
Table 4.7 Uji Normalitas	87
Table 4.8 Uji Multikolinearitas	87
Table 4.9 Uji Heteroskedastisitas	88
Table 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda	89
Table 4.11 Uji F	91
Table 4.12 Uji Parsial (t)	92
Table 4.13 Koefisien Determinasi (R-squared).....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Jumlah UMKM Provinsi DIY	5
Gambar 1.3 Pengguna Internet.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	58
Gambar 4.1 Karakteristik Usia Responden Penelitian	78
Gambar 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	79
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Responden.....	79
Gambar 4.4 Status Responden Dalam Usahanya	80
Gambar 4.5 Mitra Usaha Responden	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	xxiii
Lampiran 2 Data Responden	xxix
Lampiran 3 Data Penelitian.....	xxxii
Lampiran 4 Output Hasil Pengolahan Data dengan STATA.14.	xxxvi
Lampiran 5 Dokumentasi Pengumpulan Data	xli
Lampiran 6 Curriculum Vitae	xlii



ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises have an important role in supporting the sustainability of the economy in Indonesia. The MSMEs sector is able to play a role in labor absorption, income mapping, and participation in national economic growth. In the era of globalization without borders and increasingly fierce competition, MSMEs are required to make breakthroughs in order to increase competitiveness which will have an impact on the development of the MSMEs business itself. Yogyakarta Special Region Province (DIY) is one of the provinces in Indonesia which has a growing number of MSMEs that continues to increase. This is due to its status as a student city and a cultural city which causes the MSMEs sector to develop. This study explains how the influence of business partnerships, innovation, and promotions on the development of MSMEs in Yogyakarta City. The data used is primary data obtained through distributing questionnaires to SME partners Grabfood and Go-food partners in Yogyakarta City. The method used is a quantitative method with OLS trials. While the data analysis technique uses multiple linear regression analysis techniques with the help of Stata 14 software. The results of the research simultaneously and partially the variables of business partnership, innovation, and promotion have a positive and significant effect on the development of MSMEs businesses in Yogyakarta City.

Keywords: MSMEs, OLS, Business Development, Partnership, Innovation, Promotion.



ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan perekonomian di Indonesia. Sektor UMKM mampu berperan dalam penyerapan tenaga kerja, pemetaan pendapatan, dan berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam era globalisasi yang tanpa batas dan persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk melakukan terobosan-terobosan guna meningkatkan tingkat daya saing yang akan berdampak pada berkembangnya usaha UMKM itu sendiri. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki pertumbuhan jumlah UMKM yang terus meningkat. Hal ini dikarenakan statusnya sebagai kota pelajar dan kota budaya yang menyebabkan sektor UMKM berkembang. Penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh kemitraan usaha, inovasi, dan promosi terhadap perkembangan UMKM di Kota Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada UKM mitra Grabfood dan mitra Go-food di Kota Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan estimasi OLS. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan software Stata 14. Hasil penelitian ini secara simultan dan parsial variabel kemitraan usaha, inovasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM di Kota Yogyakarta.

Kata kunci: UMKM, OLS, Perkembangan Usaha, Kemitraan, Inovasi, Promosi.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu ekonomi kreatif yang sangat marak di Indonesia adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sektor ini mempunyai peran yang sangat penting dalam menopang keberlangsungan perekonomian di Indonesia, hal ini terjadi karena UMKM dapat menciptakan atau membangun lapangan pekerjaan sehingga dapat memberikan kontribusi dan berperan penting dalam mengatasi masalah pengangguran yang sangat marak di Indonesia.

Usaha mikro, kecil dan menengah memiliki kedudukan yang vital bagi tatanan rekonomi nasional. UMKM membuktikan dirinya sebagai bentuk usaha yang dinamis, responsive, fleksibel, serta adaptif dalam menghadapi dinamika tantangan masalah eksternal. Seperti ketika permasalahan ekonomi nasional yaitu krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 – 1998, dimana terjadi nilai mata uang yang tidak stabil, inflasi mengalami peningkatan yang sangat tajam, suku bunga meningkat, terjadinya kelangkaan bahan baku produksi, dan lainnya, dimana usaha-usaha besar mengalami kebangkrutan, UMKM membuktikan eksistensinya dengan terus tumbuh dan sangat membantu perekonomian nasional. Secara keseluruhan jumlah UMKM meningkat dari sekitar 1,411 juta unit pada

tahun 1998 menjadi 1,452 juta unit pada tahun 1999 atau peningkatan ini terjadi sebesar 2,92% dan jumlah tenaga kerja yang terserap meningkat sekitar 2,47% dalam periode yang sama. Kemampuan UMKM bertahan dalam kondisi krisis hal ini disebabkan karena sektor usaha kecil tidak terlalu memiliki ketergantungan pada bahan baku import ataupun pinjaman dari luar negeri. Sehingga saat terjadinya depresiasi nilai rupiah tidak memberikan dampak yang signifikan pada sektor usaha kecil (Budiarto *et al*, 2019).

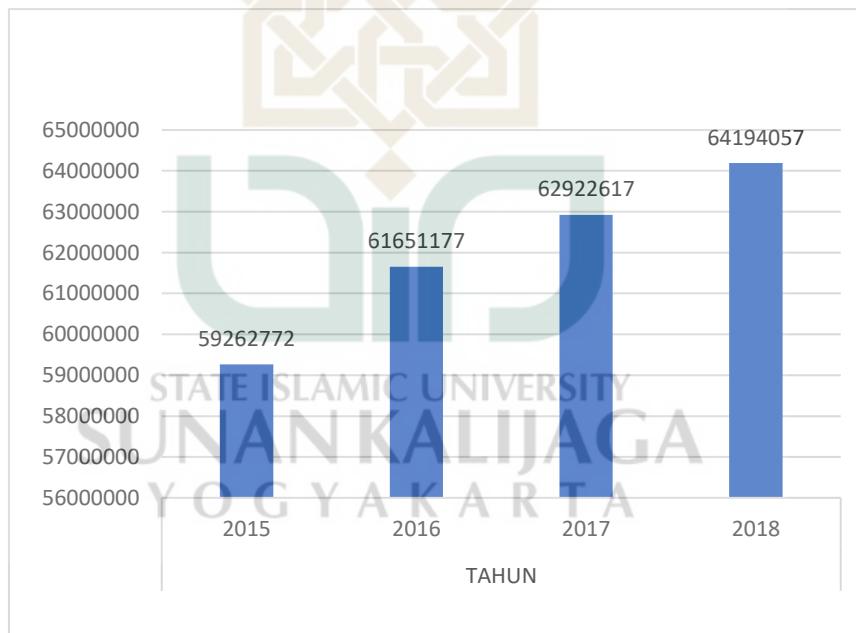
Peranan sektor UMKM sangat penting di Indonesia dikarenakan sektor ini mampu meningkatkan dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam era Globalisasi saat ini yang memiliki sifat tanpa batas serta persaingan yang marak, UMKM dituntut agar mengadakan tumbuhan yang bertujuan dalam meningkatkan taraf daya saingnya yang akan berakibat pada faktor perkembangan usaha pada UMKM itu sendiri.

Populasi UMKM yang cukup besar di Indonesia dapat menjadi suatu asset yang sangat berharga bagi negara. Berangkat dari yang cukup besar diperlukan adanya dukungan dan fasilitas akan pengembangan sektor UMKM perlu terus dilakukan dengan tujuan mewujudkan UMKM sebagai tumpuan dalam perekonomian nasional. Dalam upaya mewujudkan hal tersebut diperlukan adanya peranan pemerintah dalam upaya pengembangan UMKM. Jika pemerintah mengalami kegagalan dalam mengembangkan sektor ekonomi rakyat maka akan berpengaruh terhadap kegagalan ekonomi

secara menyeluruh. Namun, jika pemerintah berhasil dengan berbagai upayanya untuk mendorong dan mengembangkan UMKM maka ekonomi nasional juga akan ikut bangkit dan berkembang (Budiarto *et al.* 2019).

Sampai saat ini UMKM masih berperan strategis dalam menopang perekonomian Indonesia, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan sektor UMKM dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan dan mempertahankan eksistensinya. Berikut data tingkat pertumbuhan UMKM di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2018:

Gambar 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia



Sumber: Kemenkopkm.go.id, diolah 2020

Dari data gambar 1.1 di atas dapat dilihat bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia pada tahun 2015 hingga 2018 selalu mengalami peningkatan. Jumlah UMKM Indonesia pada tahun 2015 tercatat sebesar 59.262.772 unit mengalami peningkatan sebesar 4.03% atau sebesar

2.388.405 unit sehingga menjadi 61.651.177 unit pada tahun 2016. Kemudian pada tahun berikutnya sektor UMKM Kembali mengalami peningkatan sebesar 2.06% atau sejumlah 1.271.440 unit sehingga tercatat menjadi 62.922.617 unit pada tahun 2017. Kemudian satu tahun berikutnya UMKM Kembali mengalami peningkatan sebesar 2.02% atau sejumlah 1.271.440 unit sehingga tercatat total sektor UMKM sebesar 64.194.057 unit pada tahun 2018.

Salah satu daerah yang memiliki perkembangan UMKM yang cukup pesat adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Hal ini dikarenakan Provinsi DIY merupakan kota pelajar di Indonesia, sehingga menyebabkan banyaknya pelajar maupun mahasiswa yang berasal dari setiap daerah di Indonesia yang datang ke provinsi DIY untuk menempuh pendidikan formal. Dengan adanya potensi yang cukup besar di DIY yang notabennya sebagai kota pelajar serta kota budaya menyebabkan sektor UMKM menjadi semakin berkembang hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah UMKM yang berada di DIY dari tahun ke tahun. Adapun jumlah UMKM yang Berada di Provinsi DIY berdasarkan data dari Bappeda Provinsi DIY adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2 Jumlah UMKM Provinsi DIY



Sumber: Bappeda.jogjaprov.co.id (Diolah)

Dari tabel di atas perkembangan jumlah UMKM di Provinsi DIY dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi, dimana jumlah UMKM yang tercatat pada tahun 2016 sebanyak 238.619 unit kemudian mengalami peningkatan sebanyak 9.598 unit sehingga pada tahun 2017 jumlah UMKM di Provinsi DIY tercatat sebesar 248.217 unit. Pada tahun berikutnya jumlah UMKM Provinsi DIY juga mengalami peningkatan sebesar 11.368 unit sehingga tercatat pada tahun 2018 jumlah UMKM di Provinsi DIY tercatat sejumlah 259.581 unit. Kemudian, pada tahun berikutnya juga mengalami peningkatan yang cukup pesat yaitu sebesar 2.548 unit sehingga pada 2019 UMKM di Provinsi DIY tercatat sejumlah 262.130 unit UMKM.

Seiring berjalannya waktu, dunia saat ini dihadapkan dengan era globalisasi yang notabenenya merupakan era dimana teknologi berkembang

cukup pesat dan persaingan yang semakin kompetitif, UMKM dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman dan semakin kreatif sehingga akan membawa dampak yang positif bagi keberlangsungan UMKM dan ekonomi di Indonesia. Hal yang paling menonjol yang sering digunakan masyarakat sekarang ini adalah jaringan media internet. Masyarakat tidak pernah terlepas dari penggunaan internet dalam menunjang kesehariannya. Kemudahan dalam penggunaan internet memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai hal termasuk melakukan belanja untuk keperluanpun bisa dilakukan hanya melalui telepon pintar dan computer saja. Dengan kemajuan teknologi internet yang semakin pesat menyebabkan munculnya beberapa ekonomi kreatif berbasis teknologi yang menawarkan kemudahan untuk masyarakat.

Berdasarkan riset *We Are Social* dari Hootsuite (2017) yang dikutip oleh Wijaya (2018) pengguna internet yang terjadi di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 51% dalam jangka waktu 1 tahun, dari hal ini menempatkan posisi Indonesia sebagai pengguna internet terbesar di dunia, bahkan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia melebihi tingkat pertumbuhan global pada umumnya yang hanya berkisar 10%. Dari tingkat perkembangan jumlah penggunaan internet yang terjadi di Indonesia merupakan hal yang baik dalam mendukung kemajuan ekonomi digital di Indonesia. Berikut gambar pengguna internet di Indonesia tahun 2017 sampai 2018.

Gambar 1.3 Pengguna Internet



Sumber: www.apji.or.id

Gambar 1.3 merupakan data hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII, dari hasil survei ditemukan bahwa penggunaan jasa internet di Indonesia terjadi kenaikan jumlah pengguna. Hal ini ditunjukkan dimana pada tahun 2017 pengguna internet Indonesia sebesar 143,26 juta jiwa dan meningkat patut 2018 menjadi 171,17 juta jiwa. Pengguna internet pada tahun 2018 mencapai 64,8 persen dari total penduduk Indonesia yaitu 264,16 juta jiwa, pengguna internet Indonesia setidaknya pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 10,12 persen atau sekitar 27,91 juta jiwa dibandingkan dengan tahun 2017.

Karena faktor perkembangan teknologi yang semakin pesat dan terus meningkatnya pengguna internet di Indonesia, dalam beberapa tahun belakangan ini banyak jenis bisnis digital yang mencoba memanfaatkan

teknologi dalam bidang usahanya. Bisnis digital yang bermunculan mampu memudahkan masyarakat dalam menunjang aktivitasnya, Seperti halnya Gojek dan Grab keduanya memberikan layanan untuk menyediakan sarana transportasi, layanan pengantaran makanan, pengantaran barang serta jasa lainnya. Dengan kemunculan Gojek dan Grab tidak hanya masyarakat umum saja yang terbantu namun UMKM yang bergerak di bidang kulinerpun banyak terbantu karena saat menjadi mitra Gojek maupun Grab dapat meningkatkan penjualannya dan juga UMKM tersebut dengan mudah bisa dicari atau ditemukan oleh masyarakat yang akan melakukan pemesanan makanan melalui fitur atau layanan yang tersedia didalam aplikasi Gojek dan Grab.

Untuk melakukan pengembangan pada sektor UMKM maka diperlukan adanya kemitraan antara UMKM dengan Gojek dan Grab. Berdasarkan UU No.9 Tahun 1995, kemitraan ialah suatu bentuk kerjasama yang dilakukan diantara usaha kecil bersama usaha menengah atau bersama usaha besar yang diikuti dengan adanya pembinaan serta pengembangan yang dilakukan usaha menengah atau usaha besar berdasarkan prinsip saling membutuhkan, saling memperteguh atau memperkuat serta prinsip saling memberikan manfaat dan keuntungan. Dengan adanya kemitraan yang dibangun diharapkan dapat mengembangkan suatu usaha seperti UMKM untuk meningkatkan performa penjualan maupun pengembangan usahanya.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, menemukan hasil penelitian bahwa saat pandemi Covid-19 di Provinsi Yogyakarta mitra *Gofood* mengalami peningkatan. dimana sebanyak 64% mitra *Gofood* baru bergabung pada bulan Maret – Juni 2020, memilih untuk bergabung dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Selain itu juga ditemukan bahwa 43% mitra yang tergabung saat pandemi merupakan pengusaha yang baru merintis usaha. Mayoritas mitra *Gofood* di Provinsi Yogyakarta yaitu sebanyak 88% menyatakan bahwa dengan tergabung dengan mitra *Gofood* membantu mereka dalam beradaptasi dan menjalankan usaha sehingga mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Selain itu yang harus dikuasai oleh produsen untuk mencapai atau mendukung perkembangan usahanya adalah strategi dalam pemasaran. Dalam strategi pemasaran yang paling sering dilakukan oleh produsen adalah promosi. Promosi mampu mempengaruhi konsumen untuk memakai produk dari produsen sehingga akan berakibat baik bagi pengembangan usaha pada suatu perusahaan. Alma (2007) menyatakan promosi merupakan jenis komunikasi yang dilakukan oleh produsen untuk memberikan pemahaman atau penjelasan mengenai produk yang ditawarkan sehingga dapat meyakinkan calon konsumen mengenai produk barang dan jasa. Promosi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh produsen karena promosi memiliki tujuan untuk memberikan kejelasan informasi produk yang dihasilkan oleh produsen kepada pasar (konsumen) yang berkaitan

dengan keistimewaan, kegunaan, dan keberadaannya, sehingga diharapkan mampu mempengaruhi

Hasil penelitian dari Prajwalita dan Hasan (2015), menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari program kemitraan terhadap perkembangan UKM sebelum dan setelah bergabung menjadi mitra binaan PTPN III Medan dimana pengaruh ini terlihat pada peningkatan pendapatan yang signifikan serta peningkatan penyerapan tenaga kerja.

Hasil penelitian dari Nugeraha (2013) menyebutkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendukung perkembangan usaha PT. Seratus Sembilan Saudagar Makassar, tahun 2009-2012 berupa adanya peningkatan penjualan setelah dilakukannya promosi.

Berdasarkan beberapa uraian di atas bahwa perkembangan UMKM di Provinsi DIY cukup pesat serta adanya kebiasaan penggunaan teknologi yang cukup tinggi di Indonesia, dan adanya penelitian terdahulu yang menghasilkan beberapa variabel pendukung perkembangan UMKM, maka penyusun ingin tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Determinan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Yogyakarta (Studi Empiris UMKM Mitra Grabfood Dan Go-Food)”**.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki fokus utama dalam upaya untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM di Kota Yogyakarta dengan variabel independent yaitu Kemitraan Usaha, Inovasi Proses, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap variabel dependent yang

dapat mengukur perkembangan usaha UMKM yang dilihat dari segi kinerja UMKM. Rumusan di atas memunculkan beberapa pertanyaan yang harus dibahas pada penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Variabel Kemitraan Usaha memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha pada UMKM mitra Grabfood dan Gofood di kota Yogyakarta?
2. Apakah variabel Inovasi memiliki pengaruh terhadap perkembangan usaha pada UMKM mitra Grabfood dan Gofood di kota Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh variabel promosi terhadap perkembangan usaha pada UMKM mitra Grabfood dan Gofood di kota Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini guna menjawab masalah-masalah yang telah diidentifikasi oleh peneliti. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kemitraan usaha terhadap tingkat perkembangan usaha pada UMKM mitra Grabfood dan Gofood di kota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel inovasi usaha terhadap tingkat perkembangan usaha pada UMKM mitra Grabfood dan Gofood di kota Yogyakarta.

3. Untuk menganalisis pengaruh variabel promosi usaha terhadap tingkat perkembangan usaha pada UMKM mitra Grabfood dan Gofood di kota Yogyakarta.

Adapun manfaat atau kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan atau pengetahuan tentang bukti -bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, praktisi, dan pengembangan ilmu: penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana tambahan informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca dan sebagai salah satu sumber referensi bagi kepentingan keilmuan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM pada sektor kuliner di Indonesia khususnya faktor-faktor kemitraan, promosi, serta omset penjualan terhadap perkembangan usaha UMKM.
2. Bagi pelaku UMKM: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada para pelaku UMKM yang bergerak pada sektor kuliner dalam memahami bahwasanya penting untuk melakukan kerjasama atau kemitraan dengan Grabfood, Gofood, maupun lainnya, serta memberikan promosi agar dapat meningkatkan perkembangan UMKM.

3. Bagi penyusun: Penemuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penyusun tentang determinan perkembangan UMKM sektor kuliner di Kota Yogyakarta.

D. Sistematika Pembahasan

Kajian penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, secara umum pembahasan yang dilakukan terdiri atas lima bagian bab yang saling berkaitan. Tujuan dari sistematika pembahasan untuk menggambarkan apa saja yang akan dijelaskan dan logika berpikir dalam suatu penelitian. Berikut sistematika pembahasan yang dilakukan dalam kajian penelitian ini:

Bab I Pendahuluan, bagian bab ini merupakan bab pembuka yang disusun oleh peneliti agar dapat mengantarkan penelitian pada tahapan yang lebih dalam. Dalam bab pendahuluan terdiri dari beberapa sub bab yaitu latar belakang, bagian ini menggambarkan tentang fenomena dan problematika yang mendorong dilakukannya penelitian sebagai langkah awal untuk melahirkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Kemudian problematika yang telah diuraikan dalam latar belakang didesain secara khusus dalam bentuk pertanyaan kemudian disusun menjadi rumusan masalah. Rumusan masalah yang telah disusun kemudian dijawab dalam tujuan penelitian dan kegunaan serta manfaat dari penelitian yang akan dilakukan. Bagian Sub bab terakhir dari bab pendahuluan yaitu sub bab

sistematika pembahasan, bagian ini merupakan uraian yang akan memberikan gambaran bagaimana arah dari penelitian yang dilakukan.

Pada bagian selanjutnya merupakan Bab II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis. Landasan Teori berisi beberapa teori relevan yang digunakan dalam penelitian dan telaah pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik yang dijadikan sebagai sumber acuan dalam proses penyusunan penelitian. Setelah penyusunan teori dan telaah pustaka, kemudian dirumuskan hipotesis sebagai dugaan sementara dari rumusan masalah, dan penyusunan kerangka berfikir yang menjelaskan secara teoritis keterkaitan antar variabel yang diteliti.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini berisi tentang uraian tentang bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan secara operasional dan menjelaskan dari masing-masing variabel penelitian. Dalam bab ini juga dijelaskan tentang jenis penelitian yang dilakukan, sumber data yang digunakan, teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data, serta metode analisis berupa alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, bagian bab ini akan memaparkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Pemaparan yang dilakukan berupa analisis deskriptif serta penginterpretasian dari hasil pengolahan data. Pembahasan yang lebih lanjut dalam bab ini merupakan jawaban dari problematika atau pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah.

Bagian terakhir dalam penelitian ini merupakan Bab V Penutup, bab ini memuat kesimpulan dari jawaban rumusan masalah dalam penelitian ini. Bagian ini juga memuat saran dalam penelitian yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini. Selain itu, dalam bagian bab ini juga disampaikan tentang keterbatasan yang ada dalam penelitian ini sebagai bahan pertimbangan lebih lanjut untuk peneliti yang akan datang. Bagian akhir merupakan bagian Referensi dan Lampiran, selain lima bab uraian tersebut, dalam penyusunan skripsi ini juga terdapat bagian referensi yang memuat acuan yang digunakan oleh peneliti dalam penyusunan penelitian serta beberapa informasi yang terkait dengan penelitian yang dirasa perlu untuk disampaikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kemitraan usaha secara individual atau parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food* di Kota Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan UMKM melakukan kemitraan maka akan berdampak pada kenaikan perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food*.
2. Variabel inovasi secara individual atau parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food* di Kota Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin sering UMKM melakukan inovasi terhadap produknya maka akan meningkatkan perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food*.
3. Variabel promosi secara individual atau parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food* di Kota Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin sering UMKM melakukan promosi

terhadap produknya untuk menarik minat konsumen maka akan meningkatkan perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food*.

4. Variabel kemitraan usaha, inovasi, dan promosi secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food* di Kota Yogyakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika UMKM melakukan kemitraan usaha, inovasi, dan promosi secara bersama-sama maka perkembangan usaha UMKM mitra *Grabfood* dan/atau *Go-food* akan semakin meningkat lebih cepat.

B. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya mengambil responden di Kota Yogyakarta dan responden yang diteliti hanya UMKM kuliner yang bermitra dengan *Grabfood* dan *Go-food*. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk memperluas jangkauan penelitian seperti mencakup provinsi atau menambah kriteria jenis kemitraan UMKM.
2. Dalam pengambilan data jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti kurang dari 100 responden. Sebaiknya untuk peneliti selanjutnya jumlah sampel lebih banyak dari sampel yang digunakan peneliti karena dengan semakin banyak sampel yang digunakan maka akan semakin menjelaskan keadaan populasi yang diteliti.

3. Bagi UMKM kuliner yang belum melakukan kerjasama atau kemitraan dengan Grab atau Gojek sebaiknya segera menjalin kerjasama dikarenakan dengan bermitra dengan Grab atau Gojek akan membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar.



DAFTAR PUSTAKA:

- Abdurrahman, Hafidz dan Yahya Abdurrahman. 2013. *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*. Bogor: Al Azhar Freshzone Publishing.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta: Gema Insani.
- Apji.or.id.penetras pengguna internet Indonesia. Diakses pada 4 Mei 2020.
- Bappeda.jogjaprov.co.id. *Data UMKM di Yogyakarta*. Diakses pada 4 Mei 2020.
- Bloch, Carter. 2005. *Innovation Measurement : Present and Future Challenges*. Paper Prepared for the Eurostat Conference, Knowledge Economy – Challenges for Measurement'. The Danish Centre for Studies in Research and Research Policy.
- Budiarto, Rachmawan, dkk. 2015. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Budiarto, Rachmawan dkk. 2019. *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Darmawan, Aditya Alfian. 2018. "Analisis Pengaruh Customer Invoelment Capability dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Yogyakarta". *Skripsi*. Yogyakarta: UII.
- Fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/I/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah. Lihat dalam Himpunan Fatwa DSN untuk Lembaga Keuangan Syariah, Edisi Pertama.
- Ghazani, Nabila. 2015. "Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT.PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik)". *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik Volume 3 Nomor (2): 142–51*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Infokop Nomor 25 Tahun Xx, 2004.
- <https://islam.nu.or.id/post/read/85314/hukum-transaksi-pemesanan-via-aplikasi-online-ala-go-food>.
- <https://www.feb.ui.ac.id/blog/2020/10/24/riset-id-feb-ui-64-persen-mitra-gofood-di-yogyakarta-bergabung-karena-terdampak-pandemi/>
- Indraswari, Arum, dan Hendra Kusuma. 2018. "Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan di Kelurahan Sawojajar

- Kota Malang". *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol 2 Jilid 1 halaman: 63–73.*
- Kotler, P. and Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kuncoro, Mudradjad. 2014. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Muhammad dan Siti Komariah Hidayanti. 2019. "Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab)". *Jurnal Ecoment Global Vol 4 Nomor 2. ISSN : 2540-816X E-ISSN : 2685-6204.*
- Mohnen, Pierre and Bronwyn H. Hall. 2013. "Innovation and Productivity : An Update". *Eurasian Business Review 3 (1) : 47–65.*
- Nugeraha, Zulfadliah. 2013. "Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Seratus Sembilan Saudagar Makassar". *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2003. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Selemba Empat.
- Nurrohmah, Isnaini. 2015. "Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Sebelum dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT (Studi Kasus : BMT Beringharjo Yogyakarta)". *Skripsi*. Yogyakarta: UNY.
- Othman, Abu Baker. (1300 H). Mohammad Salem Hashem (editor) .2019. *Hasiyah I'anah At-Thalibin*. Juz 3. Beirut: DKI.
- Pattipeilohy, Victor Ringhard. 2018. "Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)". *Jurnal Maneksi Volume 7 Nomor 1.*
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan UU Nomer 20 Tahun 2008.
- Polder, Michael *et al.* 2009. "Productivity Effects of Innovation Modes". *ResearchGate*.
- Prajwalita, Nindita dan Hasan Basri Tarmizi. 2015. "Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan Terhadap Perkembangan UKM Binaan PTPN III Medan". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Volume 3 (4): 265–77.*
- Prapti NSS, Lulus dan Rahoyo. 2018. "Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang". *Jurnal Dinamika Sosial Budaya, Volume 20 (2): 120–33.*
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Rajawali Pers.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggunakan Sektor Riil UKM & Industri*. Bandung:

Alfabeta.

- Pusat Pengkajian Ekonomi Islam/P3EI, UII. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati". *Journal STIE SEMARANG Volume 8 (2)*: 92–121.
- Robert, Michel. 1995. *Product Innovation Strategy Pure and Simple: How Winning Companies Outpace Their Competitors*. New York: McGraw-Hill.
- Saparuddin M dan Basri Bado. 2011. "Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Pada UKM dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan". *Jurnal EconoSains, Volume IX Nomor 2*.
- Sembiring, Menanti dan Benni Purba. 2019. "Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Jasa Pada PT. Prudential Life Assurance". *Jurnal Regionomic Volume 1, Nomor (1) e-ISSN : 2685-6840*.
- Soleh, Mohamad. 2008. "Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus : UKM Manufaktur di Kota Semarang)".*Tesis*. Semarang: UNDIP.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2017. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suryani dan Hendryadi.2015. *Metode Riset Kuantitatif Ed 1*. Cet 1. Jakarta: Prenamedia Group.
- Syafe'i, Rachmat. 2001. *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tambunan, Tulus Th. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Penerbit. Andy.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Widiyanto. 2008. *Studi Kelayakan Bisnis*. Semarang: UNNES PRESS.
- Wijaya, Rizky. 2018. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab-Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Layanan Grab-Food di Wilayah Kecamatan Ciputat Timur)". *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Yasri dan Bustari Muchtar. 2014. "Strategi Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap perkembangan Usaha Umkm Makanan Ringan di Kota Payakumbuh Sumatera

Barat". *Seminar Nasional Riset Inovatif II*, Nomor. ISSN : 2339-1553: 923–28.

<http://www.kemenkopukm.go.id>. Perkembangan Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Diakses pada 09 Oktober 2020.





LAMPIRAN-LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA