

Pengaruh *E-Commerce* Pada Platform Go-Food Terhadap Profitabilitas Pada Usaha Kuliner di Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo

Rif'atul Choiriyyah¹, Chairil Anwar², Kafidin Muzakki³, Dian Fahriani⁴

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia, 32421023.mhs@unusida.ac.id

²Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia, chairilanwar.agn@unusida.ac.id

³Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia, kafidinmuzakki.agn@unusida.ac.id

⁴Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia, dianfahriani.agn@unusida.ac.id

Corresponding Author: 32421023.mhs@unusida.ac.id¹

Abstract: *This study aims to determine the effect of the use of e-commerce on the gofood platform on the profitability of culinary businesses in Candi Sidoarjo District. The object of the study is culinary businesses that use e-commerce and the gofood platform in Candi Sidoarjo District. The population of this study was 209 and the sampling technique used in the study used the slovin formula which obtained 137 samples from the total population. The research method used a quantitative method with the help of SPSS software version 25. Data was obtained by questionnaire. The results of the study showed that the use of the gofood platform showed a significant effect on the profitability of culinary businesses. the gofood platform provides convenience in ordering and distribution. the use of this platform is also sufficient to significantly increase profitability. However, the high level of competition on the gofood platform makes most business actors feel less than optimal in reaching consumers. Therefore, they choose to use more than one e-commerce platform as a marketing diversification strategy. These findings show the importance of an adaptive strategy in dealing with the dynamics of digital competition, as well as the need to optimize the features and services of each platform to support the sustainability of culinary businesses in the digital era.*

Keywords: Profitability, E-commerce, Gofood, Culinary Business, Digital Platform

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh penggunaan *e-commerce* pada platform gofood terhadap profitabilitas usaha kuliner di kecamatan Candi Sidoarjo. Objek penelitian adalah usaha kuliner yang menggunakan *e-commerce* dan platform gofood di Kecamatan Candi Sidoarjo. Populasi penelitian ini sebesar 209 dan teknik sampel yang digunakan dalam penelitian menggunakan rumus slovin yang didapat 137 sampel dari jumlah populasi. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan *softwehre* SPSS versi 25. Data diperoleh dengan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform gofood menunjukkan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas usaha kuliner. platform gofood memberikan kemudahan dalam pemesanan dan

distribusi. penggunaan platform ini juga cukup untuk meningkatkan profitabilitas secara signifikan. Namun, tingginya tingkat persaingan di dalam platform gofood membuat sebagian besar pelaku usaha merasa kurang optimal dalam menjangkau konsumen. Oleh karena itu, mereka memilih untuk menggunakan lebih dari satu platform e-commerce sebagai strategi diversifikasi pemasaran. Temuan ini menunjukkan pentingnya strategi adaptif dalam menghadapi dinamika persaingan digital, serta perlunya optimalisasi fitur dan layanan dari masing-masing platform untuk mendukung keberlangsungan usaha kuliner di era digital.

Kata Kunci: *E-commerce*, Gofood, Profitabilitas, Usaha Kuliner, Platform Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong munculnya berbagai inovasi dalam dunia bisnis, terutama pada bisnis kuliner. Salah satu daerah yang juga terkenal dengan wisata kulinernya ialah kota Sidoarjo, kota kecil di Selatan kota Surabaya ini juga memiliki banyak keanekaragaman kuliner (firmankasan.com, 2020). Dan menjadi potensial bagi para pelaku UMKM yang ingin mengembangkan bisnisnya dalam bidang kuliner. Salah satu pengembangan bisnis perdagangan adalah menggunakan sebuah sistem *e-commerce* (Hasan, 2021). *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, merujuk pada proses pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui platform digital. Sejak diperkenalkan pada akhir 20-an, *e-commerce* telah berkembang pesat berkat kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya akses internet. Saat ini, *e-commerce* menjadi salah satu pilar utama dalam ekonomi global, mengubah cara konsumen berinteraksi dengan bisnis dan memengaruhi model bisnis tradisional (Jadhav et al., 2023). Pertumbuhan *e-commerce* dipicu oleh beberapa faktor, termasuk kemudahan berbelanja *online*, variasi produk yang lebih luas, serta pengalaman pelanggan yang lebih personal dan interaktif (Muzakki & Fahriani, 2022). Platform *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens global tanpa batasan geografis, menjadikan mereka lebih kompetitif di pasar (Daroch et al., 2021). Namun, meskipun memiliki banyak keuntungan, *e-commerce* juga dihadapkan pada tantangan, seperti keamanan transaksi, perlindungan data konsumen, dan persaingan yang semakin ketat. Dengan perkembangan teknologi seperti AI dan big data, *e-commerce* terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah (Mulyanto & Setiawan, 2020). Sistem yang juga tidak kalah penting dalam pengembangan bisnis ialah sistem profitabilitas (Anwar & Widayati, 2023). Profitabilitas keuangan adalah ukuran yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya (Fernos, 2017). Menurut Nirawati et al., (2022) dalam konteks bisnis, profitabilitas sering kali dievaluasi melalui berbagai rasio keuangan, seperti margin laba. Analisis profitabilitas sangat penting bagi pemangku kepentingan, termasuk investor, manajemen, dan kreditor, karena memberikan wawasan tentang kesehatan keuangan dan efisiensi operasional perusahaan atau pelaku bisnis (Wicaksono & Anwar, 2023).

Faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas keuangan meliputi struktur biaya, tingkat penjualan, kebijakan harga, dan manajemen aset. Perusahaan yang mampu mengelola faktor-faktor ini dengan baik cenderung menunjukkan profitabilitas yang lebih tinggi. Selain itu, kondisi ekonomi makro, persaingan di industri, dan inovasi teknologi juga memainkan peran penting dalam menentukan profitabilitas (Mavlutova et al., 2021). Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, memahami dan meningkatkan profitabilitas keuangan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang (Kadir & Malik, 2024). Oleh karena itu, analisis profitabilitas tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan internal, tetapi juga menjadi alat penting dalam menarik investasi dan membangun reputasi di pasar (Kureljusic & Karger, 2023). Salah satu platform *e-commerce* yang sering di gunakan oleh pelaku usaha kuliner di kabupaten Sidoarjo dalam

sektor kuliner adalah gofood. yang merupakan layanan pesan antar makanan dari gojek.

Platform gofood menjadi sasaran utama peneliti karena platform gofood menjadi *top market* dalam aplikasi pelayanan pesan antar makanan (Jokhu & Charisma, 2022). Keberadaan gofood juga telah memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses beragam pilihan makanan dengan cepat dan efisien, serta memberikan peluang bagi usaha kuliner di Kabupaten Sidoarjo untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Adapun jumlah usaha kuliner yang menggunakan aplikasi gofood di daerah Candi Sidoarjo pada tahun 2024 sejumlah 205 pelaku usaha yang aktif (Luthfia, 2019). Meskipun demikian, masih ada beberapa pelaku usaha yang masih memanfaatkan jenis *e-commerce* lain dalam metode penjualan nya namun juga beberapa pelaku usaha tidak mengalami perubahan laba yang signifikan. Faktor-faktor seperti persaingan yang ketat, biaya layanan platform, dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh pelaku usaha kuliner mempengaruhi tingkat profitabilitas mereka.

Banyak penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi dampak *e-commerce* terhadap berbagai sektor bisnis, tetapi studi khusus yang berfokus pada sektor kuliner dan platform seperti gofood masih terbatas. Penelitian oleh (Putri et al., 2024) menunjukkan bahwa aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar, sementara penelitian oleh Oktaviani et al., (2024) mengungkapkan bahwa *e-commerce* telah membuktikan peran yang tak terbantahkan dalam mendukung pemasaran produk UMKM secara luas. Namun berbeda dengan pendapat Maulidanto & Chandriyanti, (2023) bagi pelaku UMKM, aplikasi ini hanya sebagai media penghubung antara penjual dan pelanggan yang enggan keluar rumah dan juga sebagian pelanggan lebih suka langsung datang ke tempat di mana mereka berjualan daripada memesan melalui aplikasi gofood, kecuali cuaca di luar sedang buruk. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang seberapa besar pengaruh *e-commerce* gofood terhadap kinerja finansial usaha kuliner di daerah tersebut, serta bagaimana pelaku usaha dapat memaksimalkan potensi yang ada.

Peneliti termotivasi untuk melakukan studi ini muncul dari kebutuhan untuk memahami secara lebih mendalam pengaruh penggunaan gofood terhadap profitabilitas usaha kuliner. Dengan meningkatnya persaingan dan perubahan perilaku konsumen, penting bagi pelaku usaha untuk memahami dinamika ini agar dapat mengambil keputusan yang tepat. Penelitian ini juga di dukung dengan metode kuantitatif dengan cara pengumpulan data secara kuisioner. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku usaha kuliner dalam memanfaatkan platform *e-commerce* secara optimal, serta menyumbangkan pengetahuan bagi pengembangan strategi bisnis di era digital.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (sugiyono, 2020) metodel kuantitatif adalah metode positivistik berlandaskan pada filsafat positivisme dan disebut juga dengan metode ilmiah/scientific telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu, konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif disebut juga dengan metode *discovery*, dapat ditemukan dan dikembangkan di berbagai iptek baru

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha kuliner di Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo yang bertujuan untuk mengetahui apakah *ecommerce* gofood berpengaruh terhadap profitabilitas usaha kuliner di Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan. Berikut rincian tahapan dan kegiatan penelitian.

Populasi penelitian ini adalah para pelaku usaha kuliner yang tergabung pada platform gofood dan menggunakan *e-commerce* lain di wilayah Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo Yang berjumlah 209 pengusaha kuliner. Populasi didapatkan dari data dinas koperasi pemberdayaan UMKM, data platform gofood, grabfood, dan shopeefood.

Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pelaku usaha kuliner sebanyak 205 dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. menurut (Sugiyono, 2017) rumus Slovin digunakan untuk penarikan sampel dan jumlah sampel harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 209 pelaku usaha kuliner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas suatu kuesioner. Uji ini dilakukan dengan membandingkan skor faktor, apabila nilai r hitung $> r$ tabel maka pengujian dianggap sah, apabila nilai r hitung $< r$ tabel maka tes dianggap tidak valid (Taajil, T., et al., 2022) . nilai r -hitung untuk platform gofood, dan profitabilitas mendapatkan hasil seperti pada table 1,dan 2. Setiap item variabel dalam penelitian ini dianggap asli/ valid karena nilai r hitungnya lebih besar dari nilai r tabel (1,1401).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce

	r hitung	r tabel (N=137)	Keterangan
X.1	0,402	0,1401	Valid
X.2	0,537	0,1401	Valid
X.3	0,391	0,1401	Valid
X.4	0,473	0,1401	Valid
X.5	0,448	0,1401	Valid
X.6	0,453	0,1401	Valid
X.7	0,420	0,1401	Valid
X.8	0,472	0,1401	Valid
X.9	0,489	0,1401	Valid
X.10	0,459	0,1401	Valid
X.11	0,500	0,1401	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Profitabilitas

	r hitung	r tabel (N=137)	Keterangan
Y.1	0,180	0,1401	Valid
Y.2	0,310	0,1401	Valid
Y.3	0,170	0,1401	Valid
Y.4	0,336	0,1401	Valid
Y.5	0,260	0,1401	Valid
Y.6	0,285	0,1401	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden terhadap setiap topik kuesioner yang di uji. Untuk mengukur reliabilitas digunakan Cronbach alpha, jika nilai Cronbach alpha > 0.60 maka kuesioner dinyatakan reliabel. Sedangkan jika Cronbach alpha < 0.60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel (Taajill, 2022).

Berdasarkan analisis, nilai Cronbach alpha dari variabel variabel gofood (0,616) $> 0,60$, variabel profitabilitas (0,806) $> 0,60$, dapat disimpulkan seluruh item pada semua variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
X.1	0,616	Valid
Y	0,806	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Uji Normalitas

Pada uji normalitas jika data terdistribusi normal maka nilai dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4. dapat diketahui besarnya Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
N	137
Normal Parameters ^{a,b}	Mean
	.0000000
	Std. Deviation
	3.02078235
Most Extreme Differences	Absolute
	.133
	Positive
	Negative
	-.133
Test Statistic	r.133
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 ^c

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil analisis tabel, diperoleh nilai tolerance X (1.000) sedangkan nilai VIF X (1.000) < dari 10.00, maka dapat disimpulkan data bebas dari atau tidak terjadi gejala multikolinieritas.

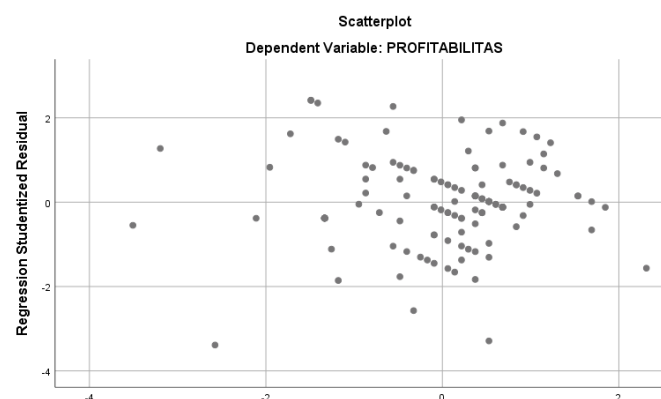
Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
(constant)			
Gofood	1.000	1.000	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Data Diolah Peneliti

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil analisis grafik, menunjukkan tidak berapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan di l bawah angka 0 pada sumbu Y, dan titik- titik nya tidak membentuk suatu pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.


Gambar 1. P-Plot

Sumber: Data Diolah Peneliti

Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis statistik, apakah koefisien regresi dalam model regresi linier signifikan secara statistik atau tidak. Uji t menguji satu variabel independen pada satu waktu, untuk mengetahui apakah variabel tersebut mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak (Basuki & Nazaruddin, 2015).

Tabel 6. Uji parsial (uji t)

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan
Gofood	7.620	1,97769	.000	Hipotesis diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. untuk X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $7,620 > t_{\text{tabel}} 1,97769$. Maka hipotesis diterima.

Pembahasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh dari platform gofood terhadap profitabilitas mendapatkan hasil positif. Dengan hasil uji T yang mendapatkan hasil sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan T hitung sebesar $7,620 > 1,97769$. Maka hipotesis di terima. Penggunaan platform gofood berpengaruh positif terhadap profitabilitas usaha kuliner di Kecamatan Candi Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform gofood memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap profitabilitas usaha kuliner. Berdasarkan data yang diperoleh, sebagian besar pengusaha kuliner mengakui adanya peningkatan dalam jumlah pesanan dan pendapatan setelah bergabung dengan gofood. Platform ini memudahkan pengusaha untuk menjangkau pelanggan lebih luas, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi. Selain itu, fitur promosi dan eksposur yang ditawarkan gofood juga berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik pelanggan, yang berujung pada peningkatan laba usaha. Secara keseluruhan, penggunaan gofood terbukti menjadi faktor yang memperkuat keberlanjutan dan perkembangan usaha kuliner, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri ini.

Namun demikian, hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kuliner tidak hanya mengandalkan gofood semata. Mereka cenderung memanfaatkan berbagai platform *e-commerce* lainnya, seperti shopeefood, grabfood, atau layanan pesan-antar lokal. Alasan utama dari strategi ini adalah tingginya tingkat persaingan di dalam platform gofood itu sendiri. Banyaknya jumlah mitra kuliner yang bergabung menyebabkan usaha kecil merasa kurang menonjol dan kesulitan bersaing.

Dengan menggunakan berbagai platform secara bersamaan, para pelaku usaha merasa dapat menjangkau konsumen yang lebih beragam serta mengurangi ketergantungan pada satu layanan tertentu. Strategi ini juga memberikan kepuasan tersendiri karena mereka merasa memiliki peluang yang lebih besar untuk tampil di berbagai kanal, sehingga potensi penjualan pun dapat meningkat secara merata. Oleh karena itu, meskipun gofood terbukti memberikan dampak positif terhadap profitabilitas, diversifikasi platform tetap menjadi pilihan utama guna menjaga keberlangsungan dan daya saing usaha kuliner di tengah pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* melalui platform gofood memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas usaha kuliner di Kecamatan Candi, Sidoarjo.. Platform ini mampu meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan konsumen, serta memberikan kemudahan dalam proses transaksi. Namun, di balik dampak positif tersebut, para pelaku usaha tidak sepenuhnya bergantung pada gofood. Tingginya tingkat persaingan di dalam platform ini membuat banyak pelaku usaha merasa kurang optimal dalam menjangkau pasar secara maksimal.

Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, pelaku usaha kuliner cenderung memanfaatkan berbagai platform *e-commerce* lain secara bersamaan. Strategi multi-platform ini dinilai lebih memuaskan karena memungkinkan mereka menjangkau konsumen yang lebih luas,

Mengurangi risiko ketergantungan pada satu platform, Dengan memanfaatkan berbagai platform, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan demikian, meskipun gofood terbukti berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas, pemanfaatan beberapa platform sekaligus tetap menjadi pilihan strategis bagi pelaku usaha kuliner dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, penelitian ini hanya terfokus pada *ecommerce* dan gofood dengan menjadikan variabel untuk mengeksplorasi profitabilitas. Selanjutnya penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sehingga penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode campuran untuk mengkaji lebih dalam tentang profitabilitas

REFERENSI

- Anwar, C., & Widayati, A. (2023). Analisis perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual CV. Vio Indonesia dalam meningkatkan profitabilitas usaha. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(1), 1409–1418.
- Basuki, A. T., & Nazaruddin, I. (2015). Analisis statistik dengan spss. *Yogyakarta: Danisa Media*, 51.
- Daroch, B., Nagrath, G., & Gupta, A. (2021). A study on factors limiting online shopping behaviour of consumers. *Rajagiri Management Journal*, 15(1), 39–52.
- Fernos, J. (2017). Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja (Studi Kasus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat). *Jurnal Pundi*, 1(2).
- firmankasan.com. (2020). *10 kuliner sidoarjo*.
- Hasan, S. (2021). Pengaruh sosial media dalam peningkatan pemasaran UMKM kuliner selama pandemi covid-19 (studi kasus: UMKM kuliner Kota Bangkinang, Provinsi Riau). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 30–40.
- Jadhav, G. G., Gaikwad, S. V., & Bapat, D. (2023). A systematic literature review: digital marketing and its impact on SMEs. *Journal of Indian Business Research*, 15(1), 76–91.
- Jokhu, J. R., & Charisma, H. V. (2022). Apakah Konsumen Impulsif dalam Membeli Makanan melalui Aplikasi Daring? Implikasi Promosi oleh Aplikasi Gojek, Emosi Positif, dan Minat Hedonis terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 881–892.
- Kadir, D., & Malik, F. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Efektivitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(3), 323–331.
- Kureljusic, M., & Karger, E. (2023). Forecasting in financial accounting with artificial intelligence—A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Applied Accounting Research*, ahead-of-print.
- Luthfia, E. (2019). *gofood*.
- Maulidanto, B., & Chandriyanti, I. (2023). Analisis Dampak Kehadiran Layanan Go-Food Terhadap Pendapatan dan Laba UMKM di Banjarmasin Timur. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 6(2), 642–653.
- Mavlutova, I., Babenko, V., Dykan, V., Prokopenko, N., Kalinichenko, S., & Tokmakova, I. (2021). Business restructuring as a method of strengthening company's financial position. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, 14(1), 129–139.
- Mulyanto, A., & Setiawan, W. (2020). Penerapan Metode Web Engineering Menggunakan Laravel 5 Dalam Pengembangan Penjualan Toko Online Hijapedia Berbasis Website Di Cikarang Bekasi. *Jurnal Informatika SIMANTIK*, 5(2), 69–74.
- Muzakki, K., & Fahriani, D. (2022). Implementasi digital marketing dan strategi sustainability

- UMKM pengrajin kayu Kota Blitar. *Journal of Research and Technology*, 8(1), 41–50.
- Nirawati, L., Samsudin, A., Stifanie, A., Setianingrum, M. D., Syahputra, M. R., Khrisnawati, N. N., & Saputri, Y. A. (2022). Profitabilitas dalam perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60–68.
- Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Setyadi, H., Roziq, M. W. A., & Riofita, H. (2024). Peran E-Commerce Dalam Pemasaran Produk Umkm. *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 16–21.
- Putri, H. I., Rijal, A., & Afiah, N. (2024). Analisis Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(3), 161–170.
- sugiyono. (2020). *metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA.
- Taajil, T., Lamoha, H., Hami d, F. Z., & Lati L, A., L, N., & H, N. (2022). (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN PENENTUAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI PROPERTI I PADA PT. BULISU PROPERTI CENDEKIA*.
- Taajill. (2022). *statistika*.
- Wicaksono, A., & Anwar, C. (2023). ANALYSIS OF COST OF GOODS SOLD CALCULATION IN MSMEs PAHALA GEPREK & CHICKEN. *International Journal of Global Accounting, Management, Education, and Entrepreneurship*, 4(1), 124–128.