

**PERANAN JASA *DELIVERY ORDER* RENGEL (JDOR)
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM
KECAMATAN RENGEL**

SKRIPSI



Oleh :

**AHMAD FAUZI
NIM. 20010016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO**

TAHUN 2024

**PERANAN JASA *DELIVERY ORDER* RENGEL (JDOR) DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM KECAMATAN RENGEL**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Guna mencapai gelar Sarjana Manajemen
Pada Sekola Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

Oleh :

AHMAD FAUZI

NIM. 20010016

Menyetujui:

Dosen Pembimbing I,

Eka Adiputra, SE,M.SM.
NIDN. 0705018403

Dosen Pembimbing II,

Abdul Azis Safii, SE.MM.
NIDN. 0715098303

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama Mahasiswa : Ahmad Fauzi

NIM : 20010016

Disetujui dan diterima pada :

Hari, tanggal : Selasa, 17 September 2024

Tempat : STIE Cendekia Bojonegoro

Dewan Pengui Skripsi :

1. Ketua Penguji : Ahmad Saifurriza Effasa, SHI., MM ()

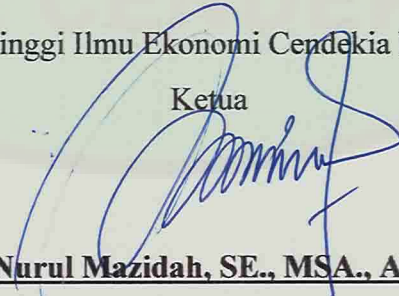
2. Anggota Penguji : Abdul Aziz Safii, SE., MSA ()

3. Sekretaris Penguji : Latifah Anom, SE., MM. ()

Disahkan Oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua


Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak.

NIDN. 0705067503

MOTTO

“Yakin usaha sampai”

(Ahmad Fauzi)

Kupersembahkan untuk :

Teman-teman STIE Cendekia, keluarga serta rekan-rekan SMPN 4 Bojonegoro.

Terima kasih tak terhingga saya ucapkan

ABSTRAK

Fauzi Ahmad, 2024. Peranan Jasa *Delivery Order* (JDOR) Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kecamatan Rengel. Skripsi. Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro. Eka Adiputra, SE,M.SM. selaku dosen pembimbing satu, dan Abdul Azis Safii, SE,MM. selaku dosen pembimbing dua.

Kata Kunci : Jasa *Delivry Order*, UMKM, dan Konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Rengel kabupaten Tuban dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak adanya Jasa *Delivery Order* (JDOR) terhadap UMKM yang ada di Kecamatan Rengel, selain itu juga untuk melengkapi tugas dan persyaratann penyelesaian Program Studi Manajemen, sekaligus untuk pengetahuan para pelaku UMKM bahwa dengan adanya JDOR dapat memudahkan mereka dalam menawarkan produknya.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang digunakan untuk meneliti dengan kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, penggunaan sampel dilakukan dengan cara *purposive* dan *snowball* pengumpulan dataya dengan cara *trianggulasi* (gabungan), yang kemudian peneliti ini melakukan deskriptif guna untuk mengetahui nilai variable atau hasil dari penelitian. Penelitian ini dilakukan pada Jasa *Delivery Order* (JDOR) di kecamatan rengel kabupaten tuban pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2023. Metode untuk pengumpulan data yang digunakan adalah Observasi *nonparticipant*, questioner dan *studi* dokumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa peranan jasa *deliver order* dalam meningkatkan UMKM sangat signifikan yang mana para pelaku UMKM sangat terbantu adanya JDOR yang mana pada saat terjadinya Covid-19 mengharuskan orang untuk tidak keluar rumah dan banyak pelaku usaha yang gulung tikar, dengan adanya JDOR sangat membantu UMKM untuk bertahan utamanya usaha kecil makanan dan minuman dan itu berdampak sampai sampi dengan saat ini, yang mana konsumen tidak hanya membeli berbelanja melalui JDOR, akan tetapi juga secara langsung untuk membeli dagangan yang di inginkan.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fauzi

NIM : 20010016

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Peranan Jasa *Delivery Order* Rengel (Jdor) Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Kecamatan Rengel”** adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima dari STIE Cendekia untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 07 Juli 2024

Yang menyatakan



Ahmad Fauzi

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Ahmad Fauzi
NIM : 20010016
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 10 November 1993
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMAN 1 SOKO
Alamat Rumah : Desa Punggulrejo Kecamatan Rengel
Judul Skripsi : Peranan Jasa *Delivery Order* Rengel (Idor)
Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm
Kecamatan Rengel

Bojonegoro, 07 Juli 2024
Penulis



Ahmad Fauzi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kedhadirat Allah SWT pencipta manusia dan alam semesta. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasul Allah Muhammad SAW. Dari keteladannya kita mendapatkan nilai-nilai acuan bagaimana berinteraksi dengan sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Jenjang Strata-1 Program Studi Manajemen, dan penelitiannya bertujuan untuk mengetahui, menganalisa suatu masalah yang diangkat dalam skripsi ini dan mengambil manfaat dari hasil kesimpulannya.

Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA, selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM selaku ketua Prodi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Eka Adiputra, SE., MSM dan Bapak Abdul Aziz Syafii, SE., MM selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang sangat berguna dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Para Dosen, Karyawan, Rekan-rekan, dan Semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Orangtua dan saudara-saudara saya tercinta yang telah memberikan dorongan semangat, do'a, kasih sayang, dan lain sebagainya yang sangat berarti bagi penulisan ini.

6. Terima kasih juga kepada seluruh civitas akademika STIE Cendekia Bojonegoro yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar ilmu dalam masa perkuliahan yang tidak sebentar ini.
 7. Tentunya pihak lain yang terkait dalam penulisan ini., karyawan JDOR, Ojek Online JDOR, pelaku UMKM yang ada di wilayah kecamatan rengel.
- Akhirnya sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kelemahan dan kekurangan. Untuk itu, peneliti mengharapkan saran dan masukan dari pembaca. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, utamanya bagi peneliti pendiri.

Bojonegoro, 17 Agustus 2024
Mahasiswa,

AHMAD FAUZI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
BIODATA PENULIS SKRIPSI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS	
A. Kajian Pustaka	7
1. Usaha Mikro Kecil dan Menenga	7
2. Kinerja UMKM	10
3. Distribusi Dalam Pemasaran.....	11
4. Transportasi	12
5. Delivery Order	14
6. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang	15
7. Peran Penting Jasa Pengiriman	16
8. Jenis-jenis Jasa Pengiriman dan Contohnya	16
9. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Biaya Pengiriman ...	17
10. Teknologi dalam Jasa Pengiriman.....	17
11. Tantangan dan Peluang di Masa Depan	18
B. Kajian Empiris.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian dan Alasan Penggunaanya.....	22
B. Tempat Penelitian.....	23
C. Instrumen Penelitian.....	23
D. Situasi Sosial dan Sampel Sumber Data.....	24
E. Teknik Pengumpulan Sumber	26
F. Teknik Analisis Data	27
G. Pengujian Keabsahan Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Singkat Objek Penelitian atau Situasi Sosial	30
B. Gambaran Umum UMKM dan Peran JDOR.....	35
C. Hasil Penelitian.....	37
D. Pembahasan	39
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	55

B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 Kajian Empirik.....	18
Tabel 2 Analisis Hasil Wawancara Dengan UMKM Mitra JDOR.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1 Pertumbuhan Jasa Delivery Order Tahun 2020-2023	3
Gambar 2 Foto Dokumentasi Wawancara dengan Admin JDOR.....	74
Gambar 3 Foto Dokumentasi Wawancara dengan Teras Kota	74
Gambar 4 Foto Dokumentasi Wawancara dengan Kedai Defita DO	75
Gambar 5 Foto Dokumentasi Wawancara dengan Driver JDOR	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. Teks Wawancara Dengan Pelaku UMKM.....	60
B. Wawancara dengan pihak Driver.....	66
C. Wawancara dengan Admin Jasa <i>Delivery Order</i> Rengel (JDOR).....	67
Tabel.1.1 Daftar Nama Driver JDOR Wilayah Rengel	68
Tabel.1.2 Daftar Nama Driver JDOR Wilayah Plumpang.....	68
Tabel.1.3 Data Merchant.....	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 telah mengubah landscape bisnis secara global termasuk di Indonesia. Salah satu sektor yang mengalami perubahan secara signifikan yaitu industri jasa *Delivery Order*. Pembatasan mobilitas dan kekhawatiran akan penyebaran virus telah mendorong masyarakat untuk beralih ke *platform digital* dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti berbelanja dan memesan makanan. Fenomena ini menciptakan peluang bisnis yang besar di sektor jasa pengantaran barang dan makanan terutama di daerah-daerah yang sebelumnya belum terjamah oleh layanan antaronline. Layanan antaronline atau yang biasa kita dengar adalah jasa *Delivery Order* merupakan penyerahan barang pesanan atau layanan jasa kepada pembeli yang sebelumnya dilakukan saling sepakat antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) melalui transaksi online (daring) maupun offline (luring).

Menurut UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Kementrian Perhubungan Republik Indonesia, ojek online merupakan layanan transportasi yang memungkinkan pengguna untuk memesan sepeda motor melalui aplikasi atau situs web. Dalam konteks ini Kecamatan Rengel sebagai salah satu wilayah di Indonesia juga mengalami dampak dari perubahan perilaku konsumen pasca pandemi Covid-19. Sebelum pandemi layanan antaronline masih minim di daerah ini sehingga masyarakat yang ingin membeli makanan atau barang dari luar rumah harus melakukan perjalanan

fisik. Namun dengan berkembangnya trend penggunaan jasa *deliver order* di tingkat nasional terdapat peluang yang signifikan untuk mengembangkan bisnis jasa *deliver order* di Kecamatan Rengel.

Dengan berkembangnya trend penggunaan jasa *deliver order* ini dapat meningkatkan omzet UMKM. Hampir seluruh kegiatan tersebut melibatkan penjualan barang/jasa kepada pelanggan/konsumen. Pendapatan dalam suatu usaha dapat berarti pendapatan yang berupa uang atau pengasilan. Dengan begitu pelaku ekonomi berharap siklus keuangannya tidak stagnan dan terjamin maksimal. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau biasa disebut UMKM merupakan aktivitas ekonomi yang dapat menghasilkan lapangan kerja bagi banyak orang, memberikan kebutuhan perekonomian kepada masyarakat, meningkatkan kesejahteraan bersama, memajukan perekonomian masyarakat dan menciptakan keamanan dan ketertiban nasional pada pertumbuhan dan pembangunannya (Khusnul, 2024 : 25).

Berdasarkan dari beberapa hasil riset yang menjelaskan peranan jasa *Delivery Order* bahwa dengan adanya jasa *Delivery Order* rengel telah menawarkan strategi marketing mix untuk mengembangkan bisnis jasa *Delivery Order* engel dalam upaya mengembangkan usahanya (Syarifudin, 2022 : 47). Hal ini diperkuat lagi dari hasil penelitian, “agar UMKM berhasil berkembang dalam ekonomi digital dengan memanfaatkan peluang yang tersedia, perhatian perlu diberikan pada faktor-faktor pendukung seperti minat, sikap, dan kemampuan masarakat untuk menggunakan teknologi digital dan

alat komunikasi seperti smartphone, tablet, laptop, dan desktop.” (Rohmana, 2023 : 42)

Dengan begitu, jasa *Delivery Order* memiliki peran yang sangat penting dalam ekosistem bisnis modern. Selain memfasilitasi konsumen dalam mendapatkan barang atau layanan tanpa harus meninggalkan rumah, jasa ini juga memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha khususnya UMKM. UMKM juga dapat mencapai lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Pontensi pasar yang besar sangat menjadi daya tarik yang tidak dapat diabaikan bagi pelaku bisnis di Indonesia terutama di Kecamatan Rengel ini. Berdasarkan diagram pertumbuhan jasa *Delivery Order* Rengel ini. Setiap tahunnya selalu meningkat sangat pesat.

Gambar 1
Pertumbuhan Jasa *Delivery Order* Tahun 2020 – 2023
Sumber : Data Diolah Dari Hasil Wawancara Admin



Pada saat ini di Kecamatan Rengel telah banyak UMKM yang berjalan, lebih dari 200 UMKM yang ada di Kecamatan Rengel tersebut telah bergabung menjadi *merchant* JDOR Delivery sebagai salah satu upaya dalam pemasaran produknya kepada customer dengan memanfaatkan fasilitas yang dimiliki oleh JDOR Delivery berupa media sosial. Hal tersebut juga termasuk salah satu proses pemberdayaan UMKM di Kecamatan Rengel.

UMKM di Kecamatan Rengel sebagian besar berada pada wilayah sekitar kantor Kecamatan Rengel. Sebagian UMKM di Kecamatan Rengel telah memiliki outlet usaha tetapi terdapat pula beberapa UMKM yang masih memiliki outlet usaha (*Homemade*). UMKM ini terdiri dari berbagai macam bidang seperti kuliner, fashion dan kecantikan.

Bersamaan dengan potensi pengembangan bisnis jasa *Delivery Order*, terdapat pula risiko dan tantangan yang perlu diatasi. Infrastruktur digital yang belum merata dan kualitas layanan yang tidak terjamin dapat menjadi hambatan dalam memaksimalkan potensi pasar. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan di pasar jasa *Delivery Order*, serta investasi dalam infrastruktur teknologi dan peningkatan kualitas layanan untuk memenangkan kepercayaan konsumen.

Untuk itu strategi yang tepat untuk menghadapinya ialah dengan cara menjadi yang pertama jasa *Delivery Order* di wilayah kecamatan Rengel, merangkul semua UMKM utamanya yang makanan dan minumannya menarik bagi anak-anak muda untuk membeli, sebab kenyamanan anak-anak muda saat ini harus diberikan solusi yang solitif sehingga jasa ini perlahan akan dikenal

oleh mereka, memberikan pelayanan yang baik utamanya ketepatan pembelian dan mengantar makanan minuman sampai ke konsumen, yang bisa dikatakan juga memberikan waktu yang sesingkat-singkatnya barang yang dipesan segera bisa dirasakan manfaatnya oleh konsumen, dan pada saat musim hujan memberikan informasi kepada konsumen tentang apapun itu, utamanya ketika barang yang dipesan tidak ada, barang datang telat karena hujan yang deras ataupun masalah lainnya sehingga barang bisa datang terlambat dari kisaran waktu yang ditentukan oleh konsumen.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Peranan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kecamatan Rengel.”**

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada peranan jasa *Delivery Order* rengel ini untuk meningkatkan pendapatan UMKM Kecamatan Rengel.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Peranan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kecamatan Rengel?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Peranan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kecamatan Rengel.

b. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak yang bersangkutan :

1. Manfaat Teoritis (Peneliti)

Peneliti ini diharapkan dapat dijadikan sebagai karya ilmiah dan menjadi referensi tambahan untuk penelitian berikutnya serta berkontribusi untuk pengetahuan khususnya teori-teori dalam strategi pemberdayaan dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Rengel serta Kabupaten Tuban.

2. Manfaat Praktis (Perusahaan)

Peneliti yang sudah dilakukan diharapkan bermanfaat bagi instansi terkait serta instansi lain dalam meningkatkan atau menyebarkan produk UMKM yang tergabung dalam layanan aplikasi *Jasa Delivery Order* sehingga dapat menarik minat konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS

A. Kajian Pustaka

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Omzet usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) diartikan sebagai sejumlah uang yang diterima usaha tersebut dari kegiatan yang dilakukannya. Hampir seluruh kegiatan tersebut melibatkan penjualan barang/jasa kepada pelanggan/konsumen.

UMKM menurut Bank Indonesia dalam Aufar (2014:9) Usaha kecil adalah usaha produktif milik warga Indonesia yang terbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau usaha berbadan hukum seperti koperasi, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Menurut Kementrian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014:8) Usaha kecil (UK), termasuk usaha mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. sementara itu usaha menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, Yaitu dengan jumlah asset maksimal Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) dan Jumlah Omzet maksimal Rp. 300.000.000, - (tiga Ratus Juta Rupiah). Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini, yaitu jumlah asset maksimal > Rp. 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai Rp. 500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah), dan Jumlah omzet maksimal > Rp. 300.000.000,- (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai Rp. 2.500.000.000,- (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah). Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, yaitu jumlah asset maksimal > Rp. 500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah)

sampai RP. 10.000.000.000 (Sepuluh Milyar Rupiah) dan Jumlah omzet maksimal > Rp. 2.500.000.000,- (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai Rp.. 50.000.000.000,- (Lima Puluh Milyar Rupiah).

Menurut Sunyoto (2014 : 11) UMKM merupakan aktivitas ekonomi yang dapat menghasilkan lapangan kerja bagi banyak orang, memberikan kebutuhan perekonomian kepada masyarakat, meningkatkan kesejahteraan bersama, memajukan perekonomian masyarakat dan menciptakan keamanan dan ketertiban nasional pada pertumbuhan dan pembangunannya. Menurut Fadhlani dan Ayu dalam Hasiah (2024 : 25) Pengertian pendapatan dalam suatu usaha dapat diartikan pendapatan yang berupa uang atau penghasilan. Pelaku ekonomi berharap siklus keuangannya tidak stagnan dan terjamin maksimal. Menurut Falaq (2021 : 314) pengertian dari usaha mikro, kecil dan menengah sendiri sebenarnya sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari undang-undang tersebut dinyatakan bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha perorangan, yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Sedangkan usaha kecil adalah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha

menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai mana diatur dalam undang-undang tersebut.

Dari berbagai pendapat diatas ada beberapa peran utama UMKM terhadap ekonomi masyarakat yaitu sarana pemerataan ekonomi kerakyatan dimana dalam ini menyasar pada rakyat kecil yang tumbuh pesat di daerah-daerah sehingga tenaga kerja terserap oleh UMKM di daerah. Sarana menurunkan tingkat kemiskinan, dengan adanya lapangan pekerjaan yang terbuka, maka banyak tenaga kerja yang terserap sehingga meminimalisir kemiskinan yang terjadi di suatu Negara. Sarana pemasukan devisa Negara, hal ini terjadi karena UMKM tidak hanya menjangkau masyarakat regional anak tetapi UMKM telah melebarkan sayap ke mancanegara.

2. Kinerja UMKM

Kinerja merupakan sebuah gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kehiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi. Kinerja yang baik disemua sector baik keuangan, produksi, distribusi, maupun pemasaran merupakan syarat mutla bagi UMKM untuk bisa terus hidup. Dengan kinerja yang baik pula bagi UMKM diharapakan akan semakin kokoh jadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian nasional. Saat ini UMKM merupakan sebuah identitas yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat prioritas oleh pemerintah sehingga melalui

kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif sangat mendorong dan

memberi kesempatan seluas-luasnya bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang untuk mengurangi kemiskinan di Indonesia.

Menurut Hasibuan (Dinar 2017:9) kinerja UMKM adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu. Menurut Aribawa (2016:2) kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut di dalam UMKM pada suatu periode tertentu dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standart dari UMKM yang individu bekerja.

Dari pengertian tersebut dapat disimpul bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yan dicapai secara keseluruhan dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati pada sebuah identitas usaha dengan kriteria asset dan omzet yang telah ditentukan dalam undang-undang.

3. Distribusi Dalam Pemasaran

Distribusi berakar dari baha inggris Distribution yang berartin penyaluran. Berdasarkan Kamus Inggris Indonesia John M, Echols da Hassan Shadily dalam Damsar (2009:93) bermakna membagikan, menyalurkan, menyebarkan, mendistribusikan, dan mengageni. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia, distribusi dimaksudkan sebagai penyalur (Pembagian dan pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat. Sehingga berdasarkan rujukan di atas distribusi dapat di

pahami sebagai proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain. Dalam kegiatan distribusi diperlukan adanya sarana dan tujuan sehingga kegiatan distribusi dapat berjalan dan terlaksana dengan baik. Kegiatan distribusi merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dilakukan dalam pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperluas arus barang atau jasa mulai dari produsen sampai ketangan konsumen sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah ditentukan.

Untuk mengetahui pengertian distribusi, berikut ini beberapa pendapat yang dikemukakan oleh beberapa ahli, antara lain:

Gugup Kismono (2001:364), distribusi adalah perpindahan barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen. Menurut Sofyan Assauri (2004:83) distribusi merupakan suatu lembaga yang memasarkan produk, yang berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Sedangkan menurut Keegan (2003:136) distribusi adalah sistem yang menghubungkan manufaktur kepada pelanggan, saluran konsumen dirancang untuk menempatkan produk tersebut di tangan orang-orang untuk digunakan sendiri, sedangkan saluran barang industri menyampaikan produk ke manufaktur atau organisasi yang menggunakan produk tersebut dalam proses produksi atau operasi sehari-hari.

4. Transportasi

Transportasi secara umum adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya dalam waktu tertentu dengan

menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia, hewan atau mesin.

Transportasi sangat dibutuhkan bagi setiap kalangan masyarakat, karena dalam melakukan kegiatan setiap harinya kita harus pergi ketempat yang lain untuk berkegiatan atau hanya sekedar bertemu dengan seseorang.

Menurut Nasution (2004:15), transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan di mulai, ke tempat tujuan, kemana kegiatan pengangkutan diakhiri. Sedangkan menurut Rustian Kamaludin (2003:3), transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari satu tempat ketempat lain.

Unsur – unsur transportasi meliputi :

- a. Manusia yang membutuhkan
- b. Barang yang dibutuhkan
- c. Kendaraan sebagai alat/sarana
- d. Jalan dan terminal sebagai prasarana transportasi
- e. Organisasi (pengelola transportasi)

Transportasi dalam hal ini sebagai dasar pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi. Dengan adanya transportasi dapat meningkatkan nilai kebutuhan dan fungsi angkutan yang tergantung pada fungsi kegunaan dalam hal ini untuk meningkatkan UMKM dan pendapatan masyarakat di wilayah penelitian.

5. *Delivery Order*

Delivery Order adalah suatu layanan dalam perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal pemesanan suatu barang atau layanan jasa. *Delivery Order* merupakan sekumpulan proses manajerial yang memiliki fokus utama pada customer dari semua layanan, yang menjamin bahwa layanan-layanan tersebut dapat digunakan sesuai fungsinya untuk mendukung kegiatan bisnis.

Surat *Delivery Order* atau surat order pesanan didefinisikan sebagai dokumen lembar pertama surat order pesanan pembelian yang dikirimkan kepada pemasok sebagai order resmi yang dikeluarkan oleh perusahaan. *Delivery Order* bila diartikan kedalam bahasa indonesia adalah pengantar pesanan atau bisa juga disebut surat jalan.

Delivery Order atau surat jalan ini digunakan sebagai surat pengantar barang ke customer atau pembeli atau tanda bukti pemesanan barang, dimana *Delivery Order* atau surat jalan ini memiliki kekuatan hukum atas legalitas yang diperlukan di jalan raya mulai dari keluar perusahaan sampai memasuki wilayah customer, selain itu juga *Delivery Order* atau surat jalan digunakan sebagai bukti untuk penagihan ke customer. Di dalam *Delivery Order* atau surat jalan ini tercantum nama perusahaan, alamat perusahaan, nomer Purchase order, jenis barang dan kuantitas yang dipesan oleh customer.

6. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Menurut Moenir dalam Yudha (2012:24), pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok individu dengan dukungan dari faktor materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya.

Sementara itu, menurut Tjiptono dalam Yudha (2012:24), jasa merujuk pada aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk diperdagangkan. Secara umum, pelayanan jasa pengiriman barang mencakup semua usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok individu dalam suatu organisasi untuk memberikan layanan dengan cara yang efektif dan efisien.

Dari definisi ini, dapat disimpulkan bahwa pelayanan jasa pengiriman barang melibatkan segala upaya yang dilakukan secara individu atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan layanan dengan efektif dan efisien kepada pelanggan. Yang tujuannya untuk memudahkan konsumen dalam melakukan kemudahan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan, sehingga di dalamnya ada transaksi dan tumbuhnya ekonomi.

Menurut Cibro, Y. P., & Setiawan (2024:9) jasa pengiriman merupakan layanan mengantarkan barang dari satu tempat ke tempat lain, melewati proses pengelolaan dan koordinasi pengiriman dari tempat asal ke tujuan. Jasa pengiriman bisa diibaratkan sebagai layanan antar barang. Ketika Anda membeli sesuatu secara online atau ingin

mengirimkan barang ke orang lain di kota yang berbeda, jasa pengiriman inilah yang akan mengantar barang tersebut sampai ke tujuan. Bayangkan seperti ojek online, tapi yang diantar bukan orang, melainkan barang-barang.

7. Peran Penting Jasa Pengiriman dalam Kehidupan Sehari-hari

Dalam era digital seperti sekarang, jasa pengiriman memiliki peran yang sangat krusial. Beberapa peran pentingnya antara lain:

- a. Memudahkan transaksi online : Berkat jasa pengiriman kita bisa dengan mudah membeli barang dari toko online di mana saja dan kapan saja.
- b. Mendukung pertumbuhan bisnis : Bisnis baik skala kecil maupun besar sangat bergantung pada jasa pengiriman untuk mendistribusikan produk mereka ke konsumen.
- c. Menghubungkan produsen dan konsumen : Jasa pengiriman menjadi jembatan antara produsen yang membuat barang dan konsumen yang membutuhkan barang tersebut.

8. Jenis-jenis Jasa Pengiriman dan Contohnya

- a. Kurir : Biasanya menangani paket-paket kecil dan menengah dengan pengiriman yang relatif cepat. Contoh: JNE, TIKI, J&T.
- b. Ekspedisi : Lebih fokus pada pengiriman barang dalam jumlah besar atau barang yang memiliki dimensi yang lebih besar. Contoh: Sicepat, Wahana, Pos Indonesia.

- c. Cargo : Mengkhususkan diri pada pengiriman barang-barang berat dan berukuran besar, seperti mesin-mesin industri atau bahan baku produksi. Contoh: PT. XYZ Cargo.
- d. Same-Day Delivery : Layanan pengiriman yang menjamin pengiriman barang pada hari yang sama, biasanya untuk jarak dekat. Contoh: Grab Express, GoSend.

9. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Biaya Pengiriman

- a. Berat dan ukuran barang : Semakin berat dan besar barang, semakin mahal biayanya.
- b. Jarak tempuh : Semakin jauh jarak pengiriman, semakin tinggi biayanya.
- c. Asuransi : Jika Anda ingin menambahkan asuransi untuk melindungi barang selama pengiriman, akan ada biaya tambahan.
- d. Layanan tambahan : Layanan tambahan seperti pengiriman khusus, pengemasan ulang, atau pengiriman ke alamat yang sulit dijangkau akan dikenakan biaya tambahan.

10. Teknologi dalam Jasa Pengiriman

- a. Sistem pelacakan : Anda bisa melacak keberadaan paket Anda secara real-time melalui aplikasi atau website.
- b. Drone : Beberapa perusahaan mulai menggunakan drone untuk pengiriman barang, terutama untuk jarak pendek.
- c. Kecerdasan buatan (AI) : AI digunakan untuk mengoptimalkan rute pengiriman, memprediksi permintaan, dan meningkatkan efisiensi.

11. Tantangan dan Peluang di Masa Depan

- a. Persaingan yang ketat : Semakin banyak perusahaan jasa pengiriman, semakin ketat persaingannya.
- b. Perkembangan teknologi : Teknologi terus berkembang, sehingga perusahaan jasa pengiriman harus terus berinovasi.
- c. Perubahan perilaku konsumen : Permintaan konsumen akan layanan pengiriman yang semakin cepat dan efisien terus meningkat.

B. Kajian Empiris

Kajian empiris yang telah dilakukan menjadi dasar pendukung bagi penelitian ini. Beberapa studi sebelumnya yang terkait dengan Jasa *Delivery Order* antara lain:

Tabel 1
Kajian Empirik

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Perbandingan	
					Persamaan	Perbedaan
1.	Hafiyyan, dkk (2023)	Pengaruh Layanan <i>Food Delivery</i> Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi	Jenis penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (<i>Field</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya aplikasi <i>Go Food</i> yang digunakan oleh penjual usaha kuliner	membahas pengaruh dari layanan <i>Go Food</i> terhadap meningkat atau tidaknya	Perbedaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian dan lokasi penelitiannya.

		Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar Go- Food Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya).	<i>Research</i>).	memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan.	penjualan gerai makanan.	
2.	Falaq, dkk (2021)	Keberadaan Ojek Online Dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM Di Kota Surabaya.	Jenis penelitian kualitatif	Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa UMKM memang sangat terpengaruh dengan keberadaan ojek online, mereka dapat berkembang pesat dari segi penghasilan maupun hadir usaha baru.	Membahas pengaruh keberadaan ojek online dalam meningkatkan n perkembang an perekonomia n.	Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi penelitiannya.

3.	Kurniawati, dkk (2020)	Pengaruh <i>Digital</i> <i>Marketing</i> , Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, Dan Harga Terhadap Volume Penjualan UMKM Di Kota Semarang.	Jenis penelitian kuantitatif.	Hasil analisis, menunjukkan bahwa secara parsial digital marketing, aplikasi layanan pesan antar makanan tidak memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap volume penjualan. Sedangkan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.	Membahas pengaruh digital marketing dan pengaruh volume penjualan UMKM	Perbedaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian, subjek dan lokasi penelitiannya.
4.	Az-zahra, dkk (2021)	Layanan Online Food Delivery Dalam	Jenis penelitian kualitatif dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan online food	Untuk mengetahui pengaruh layanan	Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi

		Membantu	pendekatan	delivery dapat	online food	penelitiannya.
		Meningkatkan	studi	membantu	delivery	
		Penjualan	kepastakaan	meningkatkan	terhadap	
		Pada Usaha	google	penjualan	peningkatan	
		Mikro.	cendekia.	UMKM karena	penjualan	
				pelaku bisnis	UMKM	
				kuliner tidak	serta	
				perlu	membantu	
				menyediakan	para UMKM	
				biaya besar	dapat	
				dalam	memanfaatk	
				pengadaan	an layanan	
				layanan pesan	online food	
				antar sendiri.	delivery	
					dengan	
					benar.	

Sumber : Data Diolah Dari Peneliti Terdahulu

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan Alasan Penggunaannya

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kualitatif adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan *trianggulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*. (Sugiyono, 2016 : 13-15)

Sedangkan menurut Moleong (2017 : 6) Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. (Sujarweni, 2015 : 16)

Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif adalah dimana peneliti membantu perusahaan dalam mengetahui efektifitas jasa *Delivery Order* ini guna meningkatkan UMKM di Kecamatan Rengel.

B. Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih tempat penelitian pada beberapa mitra usaha yang sudah bekerjasama dengan JDOR yakni Kedai Defita DO di Jl. Trobongso, Desa Sumberejo, Kecamatan Rengel, Kabupaten Tuban. Selain itu, juga bermitra dengan Teras Kota, Bubur Campur, dan Es Teller.

C. Instrumen Penelitian

Sugiyono (2016 : 305) menyatakan bahwa “Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen itu peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan, validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya, yang melakukan validasi adalah peneliti sendiri yaitu melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan.”

Menurut Sugiyono (2016 : 307) dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian

menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.

Peneliti dalam instrumen penelitian ini fokus dalam penelitian memilih sumber data dari informasi yang ada dilapangan, mengumpulkan data secara wawancara, menghitung jarak tempuh pemesanan dan mengevaluasi data dan membuat kesimpulan atas temuan data-data yang telah didapatkan dari Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel khususnya dalam meningkatkan pendapatan UMKM itu sendiri.

D. Situasi Sosial dan Sampel Sumber Data

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransfer ketempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari.

Situasi sosial dalam penelitian ini terdiri dari tiga elemen yaitu sebagai berikut :

1. Tempat : Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel.
2. Pelaku : UMKM
3. Aktivitasi : Kegiatan yang berhubungan dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel.

Sugiyono (2016 : 300) mengatakan bahwa “Dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Sedangkan *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin besar, seperti bola salju yang menggelinding lama-lama menjadi besar.”

Maka dalam penelitian ini teknik sampel pertama adalah dengan *purposive sampling*, dimana yang menjadi sampel disini adalah pemilik Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel, Ojek atau *Delivery* dan UMKM yang terlibat di dalamnya dan dilanjutkan menggunakan teknik *snowball sampling*, dimana jika pemilik dirasa belum cukup dalam memberikan sebuah informasi dan data yang dibutuhkan oleh peneliti maka dilanjutkan ke bagian-bagian yang lain seperti bagian administrasi, pemasaran dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan Sumber

Teknik pengumpulan data merupakan “Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.” (Sugiyono, 2016 : 308)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Observasi Nonparticipant (*participant observation*)

Sugiyono (2016 : 204) menyatakan bahwa observasi nonpartisipan adalah pengamatan dimana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Dalam penelitian ini observasi nonpartisipannya adalah dimana peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Yang dilakukan peneliti adalah datang ke lokasi UMKM dan kantor Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel disana peneliti meneliti langkah-langkah hingga sampai proses tahap pengantaran barang yang dipesan kepada customer.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* yang menyiapkan pertanyaan dan *terwawancara* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong, 2017 : 186). wawancara ini dilakukan dengan pemilik Jasa

Delivery Order Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel, Ojek atau *Delivery* dan UMKM yang terlibat di dalamnya.

3. Studi Dokumen

Menurut Sujarweni (2015 : 32) “Studi dokumentasi merupakan metode yang sebagian besar data adalah fakta dan terbentuk dokumen seperti: surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal harian.” Dokumen dalam penelitian ini adalah catatan harian pesanan, jarak tempuh, customer dan penjualnya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016 : 334). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis sebelum di lapangan dan analisis selama dilapangan model Miles and Huberman.

Sugiyono mengatakan bahwa “Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan, analisis ini dilakukan terhadap data studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian (2016 : 336). Dan analisis selama dilapangan model Miles and Huberman adalah Reduksi Data, Display Data,

dan *Conclusion Drawing/Verification*. Dimana reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu (2016 : 338). Display data yaitu menyajikan data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya, yang paling sering digunakan adalah menyajikan dengan teks yang bersifat naratif (2016 : 341). *Concluding Drawing* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas (2016 : 345).”

G. Pengujian Keabsahan Data

Untuk menguji nilai kebenaran dari data hasil penelitian peneliti ini yaitu dengan menggunakan *uji kredibilitas*. Menurut Moleong (2017 : 326-337) uji kredibilitas adalah sebagai berikut :

1. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Dimana setelah uji kredibilitas maka adanya buku pendukung seperti dokumen yang mengenai cara-cara yang digunakan dalam

pemesanan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) Kecamatan Rengel untuk membuktikan data yang telah dikemukakan oleh peneliti memang menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Dokumen-dokumennya misal purchase order, order, driver, jarak tempuh dari lokasi, dan dokumen lain yang berhubungan dengan prosedur penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Az-zahra, Handira Nurul dkk. 2021. Layanan *Online Food Delivery* Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM) Vol. 2 No. 2. (Online). (<https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>), diakses 09 Mei 2024

Cibro, Y. P., & Setiawan, A. 2024. Pengembangan Model Pemilihan Jasa Pengiriman Barang pada E-Commerce. Jurnal Serambi Engineering, Vol. 9 No. 3, Hal. 9926-9935. (Online). (<https://jse.serambimekkah.id/index.php/jse/article/view/345>), diakses 12 Agustus 2024

Falaq, Achmad Fajrul dkk. 2021. Keberadaan Ojek Online Dalam Menngkatkan Perkembangan UMKM Di Kota Surabaya. Journal of Sustainability Business Research Vol. 2 No. 1. (Online). (<https://doi.org/10.36456/jsbr.v2i1.3376>), diakses 09 Mei 2024

Hasiah, khusnul dkk. 2024. Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital. Journal of Islamic Economics and Finance, Vol. 2 (1). (Online), (<https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i1.676>), diakses 28 April 2024

Hafiyyan, Muhammad Irham dkk. 2023. Pengaruh Layanan *Food Delivery* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar Go-Food Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya). Student Research Journal Vol. 1 No. 4. (Online). (<https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i4.522>), diakses 09 Mei 2024

<http://www.slideshare.net/mobile/ranggonang/delivery-order>

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. Marketing Management. Pearson.

Kurniawati, Nia dkk. 2020. Pengaruh *Digital Marketing*, Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, Dan Harga Terhadap Volume Penjualan UMKM Di Kota Semarang. Prosiding Seminar Nasional Unimus. (Online).

(<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/687>), diakses 09 Mei 2024

Martono. 2015. Manajemen [Management]. Salemba Empat

Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rohmana, Devie Wianda. 2023. "Peranan Ekonomi Digital Dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM : Peluang Dan Tantangan". Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri. (Online), (<https://prosiding.uit-lirboyo.ac.id/index.php/psh/about>), diakses 28 April 2024

Syarifudin, Mohammad. 2022. Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Bisnis Jasa Antar Di Pedesaan (Studi Kasus Jasa *Delivery Order* Rengel. Skripsi. Manajemen STIE Cendekia

Sunyoto, D. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta CV

Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru

Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008

Yudha, P. (Ed). 2012. Pemasaran [Marketing]. Graha Ilmu.

LAMPIRAN

A. Teks wawancara dengan pelaku UMKM

Teras Kota

1. Kinerja UMKM

Berapa omzet yang di dapat setelah bergabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) dalam sehari?

Jawaban : “Omset dari outlet yang menggunakan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) mencapai 30% dalam sehari.”

2. Distribusi Dalam Pemasaran

Bagaimana usaha ibu sebelum dan setelah gabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR)?

Jawaban : “Sebelum bergabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) belum banyak yang tau apa itu minuman teh Teras Kota. Setelah bergabung jadi semakin banyak yang tau akan produk dari Teras Kota.”

3. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Bagaimana pelayanan dari driver Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) selama ini?

Jawaban : “Sangat ramah dan telaten tidak peduli meskipun hujan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) selalu ada.”

4. Teknologi Dalam Jasa Pengiriman

Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki dari layanan JDOR agar lebih baik lagi?

Jawaban : “Mungkin dibutuhkan sebuah aplikasi *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) agar mudah di akses masyarakat luas.”

5. Tantangan Dan Peluang Di Masa Depan

Apa masukan ibu kepada pihak *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR)?

Jawaban : “Semoga *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) semakin tersampaikan visi misinya dan *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) semakin berkembang.”

Bubur Campur

1. Kinerja UMKM

Berapa omzet yang di dapat setelah bergabung dengan *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) dalam sehari?

Jawaban : “Untuk omest tidak pasti tetapi rata-rata bisa mencapai Rp100.000 sampai dengan Rp200.000 perhari.”

2. Distribusi Dalam Pemasaran

Bagaimana usaha ibu sebelum dan setelah gabung dengan *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR)?

Jawaban : “Sebelum bergabung di *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) usaha saya kurang berkembang. Alhamdulillah, setelah bergabung di *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) usaha saya semakin berkembang.”

3. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Bagaimana pelayanan dari driver *Jasa Delivery Order Rengel* (JDOR) selama ini?

Jawaban : “Pelayanan driver Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) sangat memuaskan dan baik, drivernya juga ramah-ramah.”

4. Teknologi Dalam Jasa Pengiriman

Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki dari layanan JDOR agar lebih baik lagi?

Jawaban : “Menurut saya adalah memberikan discount gratis ongkir untuk menarik minat para pelanggan entah 2 minggu sekali atau 1 bulan sekali.”

5. Tantangan Dan Peluang Di Masa Depan

Apa masukan ibu kepada pihak Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR)?

Jawaban : “Masukan saya kepada pihak Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) tetap mengutamakan pelayanan yang terbaik.”

Es Teller Moon

1. Kinerja UMKM

Berapa omzet yang di dapat setelah bergabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) dalam sehari?

Jawaban : “Ada peningkatan 45% dalam pemasukan setelah dibantu Jasa *Delivery Order* Rengel.”

2. Distribusi Dalam Pemasaran

Bagaimana usaha ibu sebelum dan setelah gabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR)?

Jawaban : “Sebelum bergabung banyak masyarakat yang belum mengetahui usaha saya. Namun sebelum bergabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel

(JDOR) yang biasanya hanya mengantar makanan atau minuman sendiri,

sekarang setelah bergabung banyak yang sudah mengetahui usaha saya.

Urusan mengantar minuman dan makanan juga lebih gampang.”

3. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Bagaimana pelayanan dari driver Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) selama ini?

Jawaban : “Pelayanannya sangat baik begitu juga dengan drivernya ramah semua.”

4. Teknologi Dalam Jasa Pengiriman

Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki dari layanan JDOR agar lebih baik lagi?

Jawaban : “Menggunakan sosial media yang lainnya. Contohnya membuat konten bareng mitra Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) untuk meningkatkan penjualan.”

5. Tantangan Dan Peluang Di Masa Depan

Apa masukan ibu kepada pihak Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR)?

Jawaban : “Tetap semangat team Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) untuk selalu berinovasi.”

Kedai Defita DO

1. Kinerja UMKM

- Berapa omzet yang di dapat setelah bergabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) dalam sehari?

Jawaban : “Menghasilkan omzet 60% dari pesanan yang diterima melalui Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR).”

- Berapa tahun Anda bergabung dengan Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR)?

Jawaban : “Sudah bergabung selama 4 tahun.”

- Berapa rata-rata jumlah pesanan yang Anda terima dalam sehari?

Jawaban : “Sehari bisa mendapatkan 14 orderan.”

2. Distribusi Dalam Pemasaran

Berapakah persentase pemesanan yang Anda terima melalui JDOR selama ini?

Jawaban : “Menghasilkan omzet 60% dari pesanan yang diterima melalui Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR).”

3. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Bagaimana pelayanan dari driver Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) selama ini?

Jawaban : “Pelayanan Cepat dan Bagus.”

4. Tantangan Dan Peluang Di Masa Depan

Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki dari layanan JDOR agar lebih baik lagi?

Jawaban : “Pelayanannya sudah bagus, namun terdapat kendala apabila ada orderan yang menumpuk banyak menyebabkan pengantaran orderan telat ke konsumen.”

Geprek Kober

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Pengiriman

Kenapa alasan anda tidak gabung dengan JDOR?

Jawaban : “Lokasi jauh dari Jasa *Delivery Order* Rengel.”

2. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Apa perbedaan layanan Jasa *Delivery Order* Rengel dengan aplikasi lainnya?

Jawaban : “Sama bagusya, namun terkait tarif untuk per km kejauhan sehingga berpengaruh di ongkos kirim.”

Bakso Tinto

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Pengiriman

Kenapa alasan anda tidak gabung dengan JDOR?

Jawaban : “Jarak tempuh jauh dari Jasa *Delivery Order* Rengel dan berbeda kecamatan serta sudah banyak pembeli sekaligus harga bersahabat sehingga tidak ikut dalam aplikasi Jasa *Delivery Order* Rengel.”

2. Pengertian Pelayanan Jasa Pengiriman Barang

Apa Apa perbedaan layanan Jasa *Delivery Order* Rengel dengan aplikasi lainnya?

Jawaban : “Kualitas layanannya sama, tapi karena hitungan biaya pengiriman per kilometer, ini bisa mempengaruhi biaya operasional UMKM.”

B. Wawancara dengan pihak Driver

Tanggal : 28 Juni 2024

Waktu : 14.00 WIB

Narasumber : Wawan Hadi (Dusun Lampah)

1. Sejak kapan Anda bergabung dengan JDOR sebagai driver?

Jawaban : “Saya sudah bergabung dengan JDOR sejak tahun 2022.”

2. Mengapa Anda tertarik bergabung dengan JDOR?

Jawaban : “Karena saya senang di jalan dan tidak merasa bosan.”

3. Berapa pendapatan Anda sebagai driver selama bergabung dengan JDOR?

Jawaban : “Saya mendapatkan sekitar Rp150.000- Rp200.000 perhari.”

4. Berapa jumlah maksimal pesanan yang dapat ditangani dalam sehari?

Jawaban : “Jumlah maksimal pesanan yang dapat ditangani dalam sehari adalah 20 orderan.”

5. Jarak pengiriman terjauh yang pernah dilakukan sejauh mana?

Jawaban : “Jarak pengiriman terjauh yang pernah dilakukan adalah hingga Gresik.”

6. Apa masukan yang dapat Anda sampaikan untuk perbaikan UMKM?

Jawaban : “Pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dengan senantiasa bersikap ramah dan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga membuat pelanggan merasa dihargai dan lebih loyal.”

7. Apa saran yang dapat Anda berikan untuk pengembangan JDOR?

Jawaban : “Optimalkan penggunaan media sosial dengan posting secara rutin. Lakukan evaluasi secara berkala untuk melihat efektivitasnya. Selain itu, manfaatkan fitur WhatsApp Bisnis untuk menjalin komunikasi yang lebih efektif dan personal dengan para mitra kerja.”

C. Wawancara dengan Admin Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR)

Tanggal : 28 Juni 2024

Waktu : 13.00 WIB

Narasumber : Deviyani

1. Sejak kapan JDOR mulai beroperasi?

Jawaban : “Jasa *Delivery Order* Rengel (JDOR) beroperasi pada tanggal 3 juli 2020.”

2. Berapa banyak merchant (mitra usaha) yang sudah bekerja sama dengan JDOR?

Jawaban : “Merchant (mitra usaha) yang sudah bekerja sama dengan JDOR sebanyak 170 outlet.”

3. Berapa total tenaga kerja yang dimiliki JDOR?

Jawaban : “Jumlahnya 8 tenaga kerja yang terdiri dari 1 admin dan 7 driver.”

DAFTAR NAMA DRIVER JDOR**Wilayah Rengel**

Tabel.1.1
Sumber. Diolah Peneliti

NO	NAMA DRIVER	KENDARAAN
1	Akhid	Supra
2	Wawan	Mio Vino
3	Edi	Vario
4	Azis	Beat
5	Ardy	Beat Street
6	Riska	Beat
7	Nawawi	Vario
8	Karim	Beat
9	Sugik	Jupiter

Tabel.1.2
Sumber. Diolah Peneliti

Wilayah Plumpang

NO	NAMA DRIVER	KENDARAAN
1	Tama	Mio
2	Amir	Supra
3	Sugik	Beat

Tabel.1.3
Data Merchant
Sumber. Diolah Peneliti

No	Nama Usaha
1	Avokado Kocok
2	Resto Oemah Lawas
3	Pisang Keju Mr. Dragon
4	Esecantik
5	Mie Ayam Yamin88
6	Telur Asin (Mas Gondrong Kauman - Rengel - Tuban)
7	Warung Rumahan Bu Darno
8	Nasgor Bang Koyek
9	Martabak Dan Terabulan
10	Warung Kembang Gedang
11	Kedai Mam
12	Seblak.Yuk
13	Warung Mie Ayam Bakso & Soto Lamongan Falah
14	Nasi Krawu,Bubur Ayam,Wedang Ronde,Nasi Gudeg
15	Telur Asin Hammami
16	Dapur Ivana
17	Teras Kota
18	Rolade Ikan Laut
19	Faidlotur Rohmah
20	Kuliner
21	Dapoer Kita
22	Pengabdi Mie
23	Dapoer Kita
24	Mr San Dimsum
25	Aneka Kue Basah Dan Kering
26	Fathan Cookies
27	Heyo Lumpia Beef
28	Beli Bakaran
29	Alna Tookyou
30	Nasi Padang Anak Kost
31	Cakue Darmo/Roti Goreng
32	Kedai Food & Drink
33	Kedai Pisco & Krupuk Seblak Erni
34	Caca Kitchen

35	Warung Makan Nn
36	Lontong Balap+Es Cao
37	Dapur Bu Marni
38	Pawon Una 888
39	Toko Obat Princess
40	Teh Kita
41	Klinik Aglaonema Keisha Nursery
42	Nag'ih Fajarfood
43	Es Teh Mantut
44	Batagor&Siomay
45	King Salad Buah
46	Gado Gado Merdeka
47	Kaba Food
48	Cipichips
49	Teh Point Rengel
50	Kaba Food
51	Warung Anggrek
52	Kedai Mam
53	Pisang Rambutan Kress By Ayy
54	Ayam Geprek Sakewo
55	Seblak Kang Denny
56	Terang Bulan Bandung
57	Arum Ganda
58	Ala, Ala Pancong Lumer A, Za
59	Cafe Sderhana
60	Jasuke Creammy
61	Zaskia Poci
62	Persambelan
63	Dapur Sambel Kinanty
64	Penyetan Latar Amanah (La)
65	Es Coklat Kuwentel
66	Nasi Goreng
67	Hjr Streetfoood
68	Kedai Bhanaya
69	Mr Cokelat
70	Zis Chiken
71	Es Teh Q'zoer
72	Assalam Dental
73	Mnco Drink

74	Souffle Pancake By. Frisch Bojonegoro
75	Teh Gemoy Indonesia
76	Warung Satera
77	Kedai Nge-Geber
78	Warung Sahabat
79	Mie Wisasa
80	Nasi Bebek Mas Teng
81	Aditya Sandwich
82	Warung Makan Pak Gendut
83	Diana Geprek Ngandong
84	Bakso Tetelan Mas Jito
85	Rama Jamur Crispy
86	Amore Café Rengel
87	Oplack Kembang
88	Mamatha Khitchen
89	Siomay Dan Pempek Bu Wiwik
90	Warung Mie Ayam & Bakso Mas Pri
91	Asyilla Seblak
92	Etty Cake & Cookies
93	Warung Bu Kasto
94	Telur Asin Aira
95	Dapoer_Yumna
96	Stand Pasar Pasar
97	Sumber Mas Motor
98	Bagus Rattan
99	Station Seger
100	Raja Pisang Keju
101	Warung Mbak Ning Zali Gumeng
102	Ee Donuts
103	Sano Café
104	Yan Bakery
105	Arta Putri British Propolis
106	Aneka Bahan Kue Dan Serba Plastik
107	Riyantie Cake
108	Fajar Food
109	Warung Coy
110	Ratu Meet Point
111	D'cla Rice Bowl
112	Mie Ayam Pojok

113	Bekicot Perempatan
114	Es Dawet Ayu Mas Kuplok
115	Burtongsi
116	Ratu Bakery
117	Ms Glow Rengel
118	Angkringan Pos
119	Sempol Gemol
120	Geprek Bagong
121	Rung Mewah
122	Mie Pangsit Rmp
123	Arrozak Bakery
124	Bu Endang Njatus
125	Bawang Goreng Ori
126	Pangsit Mie Jakarta Purboyo Hits
127	Bakso Super 57
128	Warung Makan Jessica
129	Bakso Tennis Goyang Lidah Solo
130	Duma Ice
131	Es Buah Mas Brow
132	Sate Jamur Tiram
133	Ayam Geprek Sa'i
134	Es Yuhu
135	Kana Cake
136	Peyek Pereng Barat
137	Sultan Street Food
138	Segara
139	Wr Podo Moro Cak Rifin
140	Gum Gum Shop
141	Mayasi Bento Rengel
142	Warung Endull Mbak Lim
143	Kedai Br
144	Siomay Meme
145	Banana Rolls
146	Gado-Gado Syifa
147	Kedai Defita Do
148	Panca Froozenfood
149	Warung Oren
150	Ungkepan Dadah
151	Pentol Nekad

152	Pempek Watu Bulus
153	Emde Shop (Pentol Gresik)
154	Warung Cak Basyar
155	Bobakare Food Menu & Drinks
156	Cemal Cemil Tuban
157	Bakso Baper
158	Le'is Kitchen
159	Bubur Mb Ning Zali
160	Aira Homemade Food
161	Warung Nasi Goreng Cak Cimoot
162	Bubur Campur Gawang Pasar Rengel
163	Warung Sederehana Yuliyanti
164	Sae Hidroponik
165	Pentol Kuah
166	Gethuk Ndeso
167	Kedai Tubruk Dj
168	Warung Kunyul
169	Bakso & Mie Ayam Maibit Mbak Mus/ Mas Memed
170	Angkringan Ndeso

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti

Foto Dokumentasi

Gambar 2

Foto Dokumentasi

Wawancara dengan Admin JDOR

Sumber : Data Diolah Dari Hasil Wawancara



Gambar 3

Foto Dokumentasi

Wawancara dengan Teras Kota

Sumber : Data Diolah Dari Hasil Wawancara



Gambar 4
Foto Dokumentasi
Wawancara dengan Kedai Defita DO
Sumber : Data Diolah Dari Hasil Wawancara



Gambar 5
Foto Dokumentasi
Wawancara dengan Driver JDOR
Sumber : Data Diolah Dari Hasil Wawancara

