

Pengaruh Potongan Harga, Pembayaran Non Tunai, dan Peningkatan Harga Jual pada Startup *On Demand* Terhadap Perolehan Laba *Merchant*

¹| Laode Adi Reza, ²| Ni Luh Gede Erni Sulindawati

Program Studi Akuntansi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja Indonesia

email: ¹| laodeadireza4004@gmail.com, ²| esulind@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga, pembayaran non tunai, dan peningkatan harga jual pada *startup on demand* terhadap perolehan laba *merchant*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder yang pengukurannya menggunakan skala *likert*. Alat Uji data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah itu menggunakan pengujian asumsi yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji *T*, uji *F* dan koefisien determinasi. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga, pembayaran non tunai dan peningkatan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap perolehan laba *merchant*. Dalam hal ini berarti bahwa potongan harga, pembayaran non tunai, dan peningkatan harga jual memiliki peranan penting dalam perolehan laba *merchant*.

Kata Kunci : Potongan Harga, Pembayaran Non Tunai, Harga Jual, Laba

Abstract

This study aims to determine the effect of price discounts, non-cash payments, and an increase in selling prices on startup on demand to merchant profitability. This research is a quantitative study using primary and secondary data whose measurements use a Likert scale. Data Test Equipment used in this study is to test data quality consisting of validity and reliability tests. After that, it uses assumption testing consisting of normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. Testing the hypothesis used is the T test, F test and the coefficient of determination. Data were analyzed by multiple linear regression analysis methods. The results of this study indicate that discounted prices, non-cash payments and increased selling prices have a positive and significant effect on merchant profitability. In this case it means that price discounts, non-cash payments, and increased selling prices have an important role in merchant profitability.

Keywords: Price Discount, Non-Cash Payments, Selling Prices, Profitability

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 merupakan revolusi yang sudah cukup *familiar* di masyarakat Indonesia. Revolusi industri secara umum berarti perubahan besar terhadap proses manusia dalam memproduksi barang konsumsinya. Saat ini adalah era yang diyakini oleh peneliti

sebagai era revolusi industri keempat, dikarenakan terdapat berbagai inovasi baru yang bermunculan diantaranya *big data*, percetakan 3D, *internet of things*, dan *artificial intelligence (AI)*, rekayasa genetika, bahkan kendaraan tanpa pengemudi. Bagi Indonesia sendiri, revolusi industri keempat ini sudah mulai terasa dengan mulai tak bisa

dilepaskannya masyarakat Indonesia dengan *smartphone* dan internet. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika masyarakat di Indonesia yang menggunakan internet sudah mencapai delapan puluh dua juta jiwa. Pengguna internet yang besar tersebut tentu saja dapat menjadi peluang pasar yang sangat besar. Peluang tersebut sangat dimanfaatkan oleh perusahaan *startup* yang saat ini banyak bermunculan. *Start up* sendiri adalah istilah yang diberikan kepada perusahaan rintisan yang cenderung bergerak dibidang teknologi. *Startup* juga termasuk didalam sebuah bisnis yang bergerak di bidang ekonomi kreatif, dimana ekonomi kreatif merupakan salah satu komponen yang relevan dari ekonomi postindustri modern berdasarkan pengetahuan, karena persepsi potensinya untuk menghasilkan pendapatan dan pekerjaan, yang di atas rata-rata sektor lain (Purnamawati,2019). Menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) per february 2019 terdapat 20.070 perusahaan rintisan di Indonesia. Dari 20.070 perusahaan tersebut sektor *on-demand services, financial technology (fintech)* dan *e-commerce* mengalami pertumbuhan tertinggi.

Pertumbuhan yang cukup signifikan dari waktu ke waktu disebabkan oleh peluang pasar di Indonesia yang cukup besar, peluang ini terutama dalam industri makanan. Berdasarkan data Bank Indonesia nilai transaksi online industri makanan ini terbilang cukup besar, di tahun 2018 nilai transaksinya sebesar 2,313 triliun rupiah. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh Beberapa perusahaan *startup* dengan memberikan layanan *dellivey* makanan agar masyarakat dapat dengan mudah memperoleh makanan tanpa harus keluar rumah dan terkena kemacetan. Salah satu *startup* yang memanfaatkan peluang pasar ini adalah Grab, dimana layanannya diberi nama *Grabfood*. Untuk memberikan pilihan menu yang beragam, Grab telah bekerjasama dengan para pelaku industri makanan untuk menjadi mitra penjualan *grabfood*. Dilatarbelakangi keinginan akan meningkatnya konsumen, banyak pelaku

usaha yang ingin usahanya menjadi mitra penjualan *grabfood*. Menjadi mitra penjualan *grabfood* tentu saja tidak gratis, ada sistem bagi hasil yang harus dibayarkan oleh mitra penjualan grab itu sendiri. Dalam perjalanan bisnisnya Grab banyak melakukan inovasi disetiap layanannya. Untuk memikat para penggunanya Grab selalu memberikan harga promo kepada setiap pengguna aplikasinya. Selain itu Grab telah bekerjasama dengan para startup lain di Indonesia untuk menghadirkan layanan pembayaran nontunai, sehingga penggunanya tidak perlu menggunakan uang tunai untuk melakukan transaksi.

Ketika layanan *dellivery* makanan ini sangat diminati dikota-kota besar di Indonesia, tetapi tidak dijamin pula akan terjadi juga dikota-kota kecil. Singaraja yang dikategorikan kota kecil, kemacetan sangat jarang terjadi. Nilai jual *Grabfood* yang memberikan layanan *delivery* makanan kepada konsumen tanpa harus terdampak macet dapat dikatakan tidak berlaku dikota ini. Selain itu pengenaan bagi hasil antara UMKM dan Grab membuat pengusaha menaikkan harga produknya pada aplikasi tersebut. Harga produk/harga jual merupakan harga yang ditetapkan oleh penjual untuk menutupi biaya yang dihasilkan saat memproduksi barang ditambah dengan presentase laba yang diharapkan oleh penjual terhadap barang tersebut (Mulyadi,2001).

Harga jual memiliki peranan yang penting terhadap keuntungan yang dapat dihasilkan oleh para pelaku UMKM. Harga jual dalam akuntansi adalah fenomena dalam akuntansi biaya sebagai alat penentuan HPP, pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan (Purnamawati, 2018). Hal ini dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Arief (2009) dan Andi (2013) yang menyatakan harga jual memiliki pengaruh signifikan terhadap perolehan laba yang dihasilkan. Sedangkan, hal berbeda disampaikan oleh Kurniawan (2012) dan Crisdandi (2015) yang menyatakan harga jual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perolehan laba, melainkan ada faktor-faktor lain yang signifikan mempegaruhi perolehan laba dari suatu UMKM. Untuk

mensiasati peningkatan harga jual yang diterapkan oleh UMKM, perusahaan Grab sering kali memberikan harga promo atau potongan harga kepada penggunanya. Kebijakan potongan harga itu sendiri dikeluarkan oleh pihak penyedia layanan atau Grab dan tidak dikeluarkan secara langsung oleh *merchant* itu sendiri.

Potongan harga merupakan potongan yang didapat oleh pembeli apabila pembeli tersebut memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh penjual (Ismaya, 2005). Secara garis besar, tentu saja potongan harga ini berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan oleh penjual.

Penelitian Chandra (2014) dan Yuliasari (2019) menyebutkan potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap laba yang dapat diperoleh para pelaku UMKM. Sedangkan, Adil (2015) dan Rini (2016) dalam penelitiannya menyebutkan potongan harga tidak berpengaruh secara signifikan dengan perolehan laba para pelaku UMKM. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian atas variabel potongan harga.

Sama halnya dengan kebijakan pemberian potongan harga, kebijakan pembayaran nontunai melalui penyedia aplikasi pihak ketiga juga dikeluarkan oleh pihak penyedia layanan. Pembayaran non tunai merupakan mekanisme pembayaran yang pembayarannya menggunakan kertas atau *paper based* dan pembayaran yang menggunakan kartu atau *card based* (Fikri, 2014). Nugroho (2016) dan Rifqy (2018) dalam penelitiannya menyebutkan sistem pembayaran menggunakan sistem non tunai lebih digemari oleh pelanggan, sehingga ini menambah pemasukan atau laba bagi para pelaku UMKM yang menyediakan sistem pembayaran non tunai di usahanya. Sedangkan, penelitian yang dilakukan Putri (2018) dan Hendry (2018) mengungkapkan bahwa perolehan laba tidak dipengaruhi secara signifikan oleh sistem pembayaran non tunai. Berdasarkan penelitian diatas menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara hasil-hasil

penelitian atas variabel pembayaran non tunai.

Berdasarkan uraian diatas terjadi perbedaan hasil atau ketidaksesuaian antara hasil hasil penelitian atas variabel potongan harga, pembayaran non tunai, dan harga jual. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti kembali terkait : (1) Bagaimanakah pengaruh potongan harga terhadap perolehan laba *merchant* di Kota Singaraja, (2) Bagaimanakah pengaruh pembayaran non tunai terhadap perolehan laba *merchant* di Kota Singaraja, (3) Bagaimanakah pengaruh peningkatan harga jual terhadap perolehan laba *merchant* di Kota Singaraja, dan (4) Bagaimanakah pengaruh simultan potongan harga, pembayaran non tunai, dan peningkatan harga jual terhadap perolehan laba *merchant* di Kota Singaraja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk didalam kategori penelitian kuantitatif, yaitu proses menganalisa keterangan yang ingin diketahui dalam bentuk data berupa angka-angka (Kasiram, 2008). Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, diantaranya potongan harga (X_1), pembayaran non tunai (X_2), harga jual (X_3), sedangkan variabel terikat yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah laba (Y). Penelitian ini dilaksanakan pada seluruh UMKM yang sudah bekerjasama dengan *Grabfood* di kawasan Kota Singaraja, Buleleng Bali. Populasi penelitian ini adalah *Merchant Grabfood* di Kawasan Kota Singaraja yang berjumlah 250 *merchant*. *Purposive Sampling* yang termasuk di dalam *Nonprobability Sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini. Pertimbangan/syarat yang dipakai menjadi sampel dalam penelitian ini adalah (1) *Merchant* yang sudah termasuk didalam kategori restoran pilihan. Teknik Slovin digunakan dalam menentukan jumlah sampel dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga didapat sampel penelitian berjumlah 155 *merchant*.

Pengumpulan data menggunakan kuisisioner atau angket. Kuisisioner adalah salah satu cara mengumpulkan data

dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Pada penelitian ini kuisioner disebar dengan bantuan *Google Form* dan dalam menentukan skor di setiap butir pertanyaan dalam kuisioner menggunakan skala *likert*. Penelitian ini menggunakan beberapa analisis data yang terdiri dari (1) uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, (2) uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, (3) uji hipotesis yang meliputi uji F, uji T, dan koefisien determinasi. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Kuisioner potongan harga yang terdiri dari 6 butir pertanyaan/ pernyataan menunjukkan validitas *pearson correlation* yang berada di angka 0,437 s.d 0,678 dengan reliabilitas *Alpha Cronbach* senilai 0,625. Kuisioner pembayaran non tunai

yang terdiri dari 6 butir pertanyaan/ pernyataan menunjukkan nilai validitas *Pearson Correlation* yang berada di angka 0,518 s.d 0,728 dengan reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,701. Kuisioner harga jual yang terdiri dari 6 butir pertanyaan/ pernyataan menunjukkan nilai validitas *Pearson Correlation* yang berada di angka 0,731 s.d 0,881 dengan reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,887. Kuisioner Laba yang terdiri dari 6 butir pertanyaan/ pernyataan menunjukkan nilai validitas *Pearson Correlation* yang berada di angka 0,533 s.d 0,729 dengan reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,662.

Statistik kolmogorov-Smirnov digunakan dalam pengujian normalitas yang menunjukkan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* 0,627. Dalam uji normalitas, sebaran data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Maka dalam penelitian ini sebaran data menunjukkan distribusi normal karena nilai *Asymp Sig (2-tailed)* sebesar 0,627.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		155
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63552997
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.750
Asymp. Sig. (2-tailed)		.627

Sumber: Data diolah, 2020

VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* masing masing variabel independent digunakan untuk menguji Multikolinieritas data dipenelitian ini.

Berdasarkan tabel 2 variabel potongan harga, pembayaran non tunai, dan harga jual memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Potongan Harga	0,869	1,151	Bebas Multikolinieritas
Pembayaran Non Tunai	0,842	1,187	Bebas Multikolinieritas
Harga Jual	0,966	1,035	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2020)

Nilai signifikansi pada tabel 3 memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05

Maka dapat dikatakan variabel potongan harga, pembayaran non tunai, dan harga jual tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-,917	1,067		-,859	,391
X ₁	,078	,042	,158	1,837	,068
X ₂	,011	,031	,030	,339	,735
X ₃	,004	,020	,015	,190	,850

Sumber : Data diolah (2020)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian

ini. Tabel 4 menunjukkan hasil analisis uji koefisien determinasi

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,753 ^a	0,568	0,559	1,65170

Sumber : Data diolah (2020)

Pada tabel 4 dapat dibaca nilai R square (R²) adalah sebesar 0,568 yang artinya 56,8% pengaruh yang menyebabkan tinggi atau rendahnya laba *merchant* diakibatkan oleh potongan harga, pembayaran non tunai, dan harga jual

sedangkan sisanya 43,2% dpat disebabkan karena variabel lainnya.

Hasil analisis regresi linier berganda antara variabel potongan harga, pembayaran non tunai, dan harga jual terhadap perolehan laba *merchant* ditunjukkan pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	3.034	1.673		1.814	.072
X ₁	.403	.067	.347	6.048	.000
X ₂	.142	.049	.171	2.932	.004
X ₃	.329	.031	.579	10.637	.000

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 5 didapat model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

$$Y = 3,034 + 0,403X_1 + 0,142X_2 + 0,329X_3$$

Persamaan regresi linier berganda yang terdapat pada tabel 5, dapat dijabarkan sebagai berikut : (a) Konstanta 3,034 menunjukkan bahwa variabel potongan harga, pembayaran non tunai dan harga jual terhadap laba akan tetap

memiliki nilai konstan sebesar 3,034. (b) Koefisien positif variabel Potongan Harga (X_1) berjumlah 0,403 dan nilai signifikan 0,000. Angka tersebut lebih kecil dari 0,05, jika *probabilities value* < 0,05 hipotesis tersebut dapat diterima. Maka disimpulkan Potongan Harga (X_1) mempengaruhi secara signifikan perolehan laba (Y), sedangkan nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa potongan harga (X_1) mempengaruhi secara positif perolehan laba (Y). (c) Koefisien positif variabel Pembayaran Non Tunai (X_2) senilai 0,142 dan nilai signifikan 0,004. Angka tersebut lebih kecil dari 0,05, jika *probabilities value* < 0,05 hipotesis tersebut diterima. Maka disimpulkan Pembayaran Non Tunai (X_2)

mempengaruhi secara signifikan perolehan laba (Y), sedangkan nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan pembayaran non tunai (X_2) mempengaruhi secara positif perolehan laba (Y). (d) Koefisien positif variabel Harga Jual (X_3) senilai 0,329 dan nilai signifikan 0,000. Angka tersebut lebih kecil dari 0,05, maka jika *probabilities value* < 0,05 hipotesis tersebut diterima. Maka disimpulkan Harga Jual (X_3) mempengaruhi secara signifikan perolehan laba (Y), sedangkan nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa harga jual (X_3) mempengaruhi secara positif perolehan laba (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	540,792	3	180,264	66,077	0,000 ^b
Residual	411,944	151	2,728		
Total	952,735	154			

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 6, maka ditarik kesimpulan pengujian hipotesis secara bersama-sama bisa ditentukan dari nilai signifikansi pada uji F. Nilai sig. sebesar 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05. Sedangkan pada F_{tabel} berdasarkan rumus $F_{tabel} = F(k; n-k)$ didapatkan F_{tabel} sebesar 2,66 dan F_{hitung} sebesar 66,077 yang artinya F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa variabel potongan harga, pembayaran non tunai, dan harga jual bersama-sama mempunyai kontribusi terhadap laba.

PEMBAHASAN

Hubungan antara Potongan Harga yang diberikan oleh *Grabfood* terhadap Perolehan Laba *Merchant*

Berdasarkan koefisien regresi potongan harga sebesar 0,403 berarti bahwa apabila terdapat penambahan potongan harga sebanyak 1 tingkat, berakibat meningkatnya laba sebanyak 0,403 tingkat dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Sementara itu, Variabel potongan harga (X_1) mempunyai *probabilities value* sebesar 0,000 atau lebih kecil daripada

0,05. Sehingga dinyatakan potongan harga mempengaruhi secara signifikan atas perolehan laba (Y), sedangkan nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan potongan harga (X_1) mempengaruhi secara positif atas perolehan laba (Y). Maka ditarik kesimpulan H_1 **diterima** yaitu potongan harga mempengaruhi secara positif dan signifikan atas perolehan laba *Merchant Grabfood*.

Potongan harga dapat dikatakan mempengaruhi perolehan laba, dimana dengan adanya potongan harga, pembeli mendapatkan kesempatan untuk membeli produk yang dijual oleh penjual, kesempatan tersebut akan terus dimanfaatkan oleh pembeli sehingga penjual mengalami peningkatan penjualan yang nantinya akan menimbulkan peningkatan perolehan laba.

Menurut teori *Tecnology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa faktor eksternal berpengaruh terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan digunakannya teknologi. Potongan harga merupakan salah satu faktor eksternal tersebut, hal ini disebabkan oleh penentuan potongan harga ditentukan pihak penyedia

layanan, bukan dari dalam *Merchant* sendiri. Dengan adanya kebijakan potongan harga ini, tentu digunakan sebagai salah satu dasar *Merchant* dalam mengambil sikap untuk menggunakan sistem penjualan berbasis teknologi yang ditawarkan pihak penyedia layanan (*Grabfood*). Penggunaan sistem penjualan berbasis teknologi yang ditawarkan *Grabfood* ditujukan untuk menambah pendapatan dari *Merchant* sendiri, yang nantinya akan berimbang terhadap perolehan laba dari *Merchant*.

Terdapat beberapa indikator indikator yang penulis gunakan dalam penelitian ini, diantaranya : (1) Kebermanfaatan potongan harga dalam kaitannya dengan perolehan laba. Kebermanfaatan ini berarti seberapa besar manfaat yang didapat oleh pihak *merchant* saat terjadi kebijakan potongan harga yang diterapkan oleh *Grabfood*. (2) Besaran potongan harga, besaran potongan harga yang dimaksud adalah kebijakan potongan harga yang ditetapkan oleh *Grabfood* dengan besaran yang berbeda-beda dan kaitannya dengan perolehan laba yang dapat dicapai *merchant* ketika adanya kebijakan potongan harga.

Berdasarkan konsep-konsep yang ada dan pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa potongan harga berpengaruh terhadap perolehan laba yang didapat oleh pihak *Merchant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga mempunyai hubungan searah dengan perolehan laba yang didapat oleh pihak *Merchant*. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat salah satu responden yang bernama Komang Depha Ananda Putra, pemilik *merchant* Xie Xie Boba yang beralamat di Jl. Sam Ratulangi, beliau menyampaikan bahwa :

“Saat pihak *Grabfood* mengadakan kebijakan potongan harga atau *discount* di setiap *merchant*, ini berpengaruh positif terhadap perolehan laba yang *merchant* saya dapat peroleh. Selama adanya kebijakan potongan harga, pendapatan yang bisa saya dapat selama satu hari naik sekitar 40 sampai 50%. Selain itu, terkadang biaya tanggungan potongan harga ditanggung sendiri oleh *Grabfood*,

walaupun sebagian besar kebijakan potongan harga yang ada di *Grabfood* ini tanggungan biayanya diserahkan kepada setiap *merchant*.”

Hasil penelitian ini juga didukung oleh Chandra (2014) dan Yuliasari (2019) dalam penelitiannya, yang menyebutkan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap perolehan laba para pelaku UMKM. Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objeknya. Objek yang dituju pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang sudah bekerjasama dengan *Grabfood* atau disebut dengan *merchant*

Hubungan antara Pembayaran Non Tunai yang tersedia di *Grabfood* Terhadap Perolehan Laba *Merchant*.

Berdasarkan koefisien regresi pembayaran non tunai sebesar 0,142 berarti bahwa apabila terdapat penambahan pembayaran non tunai sebanyak 1 tingkat, berakibat meningkatnya sebanyak 0,142 tingkat, dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Sementara itu, untuk variabel pembayaran non tunai (X_2) mempunyai *probabilities value* senilai 0,004 atau lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dinyatakan pembayaran non tunai mempengaruhi secara signifikan atas perolehan laba (Y), sedangkan nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa pembayaran non tunai (X_2) berpengaruh terhadap perolehan laba (Y). Jadi, dapat disimpulkan bahwa H_2 **diterima** yaitu pembayaran non tunai berpengaruh signifikan terhadap perolehan laba *Merchant Grabfood*.

Pembayaran non tunai adalah sistem pembayaran berbasis digital yang transaksinya tanpa menggunakan uang fisik (kertas maupun logam). Bank Indonesia mencatat dalam 10 tahun terakhir. Selama 2019, volume transaksi sebanyak 2,92 miliar transaksi atau tumbuh 16.600 kali dibandingkan tahun 2009. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh *Grabfood* dengan menawarkan adanya pembayaran non tunai di setiap *Merchant*. Pembayaran non tunai dapat dikatakan mempengaruhi perolehan laba *merchant*, dimana dengan terjadinya peningkatan pengguna pembayaran non tunai maka pelanggan lebih mencari UMKM

yang menyediakan sistem pembayaran secara non tunai, dengan adanya pembayaran non tunai yang disediakan oleh *Grabfood* kepada UMKM yang bekerjasama dengannya (*Merchant*) membuat pihak *merchant* terus terjadi peningkatan volume penjualan, sehingga menimbulkan peningkatan laba yang dapat diperoleh oleh pihak *merchant*.

Pembayaran non tunai jika dikaitkan dengan teori *Tecnology Acceptance Model* (TAM), tergabung di dalam faktor persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Jogiyanto (2007) menyebutkan bahwa jika seseorang percaya sistem teknologi dapat berguna untuk meningkatkan kinerjanya maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang percaya sistem teknologi kurang memiliki manfaat dia tidak akan menggunakannya, ini berarti, jika bekerjasama dengan pihak penyedia layanan (*Grabfood*) yang menawarkan adanya pembayaran non tunai diyakini oleh pihak *merchant* dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya dalam menjual produk yang dijual. Peningkatan kinerja ini tentu akan meningkatkan pendapatan yang bisa diperoleh oleh *merchant*, sehingga menambah perolehan laba.

Terdapat beberapa indikator yang penulis gunakan dalam penelitian ini, diantaranya : (1) sistem pembayaran, sistem pembayaran yang dimaksud adalah sistem pembayaran non tunai yang tersedia di *Grabfood*, dan (2) keuntungan pembayaran, dimana keuntungan pembayaran ini berarti seberapa besar *merchant* mendapatkan manfaat dari adanya sistem pembayaran non tunai yang tersedia di *Grabfood*.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dikatakan bahwa pembayaran non tunai berpengaruh terhadap perolehan laba *merchant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembayaran non tunai mempunyai hubungan searah dengan perolehan laba *merchant*. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat salah satu responden yang bernama Komang Depha Ananda Putra, pemilik *merchant* Xie Xie Boba yang beralamat di Jl. Sam Ratulangi, beliau menyampaikan bahwa :

“Pembayaran non tunai yang disediakan oleh *Grabfood* sangat

memberikan manfaat terhadap usaha saya. Pembayaran non tunai atau saya menyebutnya dengan *Digital Money* merupakan salah satu transaksi pembayaran yang banyak dipakai oleh pelanggan saya saat berbelanja melalui aplikasi *Grabfood*. Apalagi ditambah dengan situasi belakangan ini yang membuat transaksi pembayaran non tunai di usaha saya terus meningkat. Rata-rata transaksi pembayaran non tunai yang terjadi di usaha saya berkisar sekitar 400 ribu dalam satu hari. Jadi dengan adanya pilihan pembayaran non tunai di aplikasi *Grabfood* sangat membantu saya dalam memperoleh pendapatan dan meningkatkan laba dari usaha saya.”

Hasil ini didukung oleh Rifqy (2018) dalam penelitiannya, yang menyebutkan pembayaran menggunakan sistem non tunai lebih digemari oleh pelanggan, sehingga ini menambah pemasukan atau laba bagi para pelaku UMKM yang menyediakan sistem pembayaran non tunai di usahanya.

Pengaruh antara Peningkatan Harga Jual Terhadap Perolehan Laba *Merchant*

Berdasarkan koefisien regresi harga jual sebanyak 0,329 berarti bahwa apabila terdapat penambahan harga jual sebanyak 1 tingkat, berakibat meningkatnya laba sebanyak 0,329 tingkat, dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Sementara itu, variabel variabel harga jual (X_3) mempunyai *probabilities value* senilai 0,000 atau lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat dinyatakan peningkatan harga jual mempengaruhi secara signifikan atas perolehan laba (Y), sedangkan nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan peningkatan harga jual (X_3) mempengaruhi secara positif atas perolehan laba (Y). Jadi, dapat disimpulkan bahwa H_3 **diterima** yaitu peningkatan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap perolehan laba *Merchant Grabfood*.

Peningkatan harga jual dapat dikatakan mempengaruhi laba *merchant*, dimana dengan adanya sistem bagi hasil yang terdapat di *Grabfood* membuat terjadinya peningkatan harga dari produk yang dijual oleh *merchant*, semakin tinggi peningkatan harga jual maka akan berpengaruh terhadap perolehan laba yang didapat oleh *merchant*.

Dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi, yaitu faktor *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Jogiyanto (2007) menyebutkan bahwa *Perceived usefulness* terdiri dari mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektifitas, mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat. Sedangkan *perceived ease of use* terdiri dari mudah dipelajari, dapat dikontrol, dapat dipahami, fleksibel dan mudah digunakan. Dalam kaitannya dengan sistem penjualan berbasis teknologi yang ditawarkan oleh *Grabfood*, peningkatan harga jual termasuk didalam faktor *perceived usefulness*. *Merchant* meyakini dengan adanya peningkatan harga jual yang terdapat di *Grabfood* bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas usahanya, jika produktivitas usaha meningkat tentu saja pendapatan dari *merchant* tersebut akan meningkat, yang nantinya akan berpengaruh juga terhadap perolehan laba *merchant*

Terdapat beberapa indikator yang penulis gunakan dalam penelitian ini, diantaranya : (1) keterjangkauan harga, keterjangkauan harga berarti peningkatan harga yang diterapkan ketika bekerjasama dengan *Grabfood* namun masih dapat dijangkau oleh pelanggan, dan (2) pengaruh harga, dimana pengaruh harga ini berhubungan dengan seberapa besar harga dari produk yang sudah dinaikan ini mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli produk yang dijual oleh *merchant*,

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya Andi (2013) yang menyebutkan bahwa harga jual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

semakin banyak pembeli memutuskan untuk tetap membeli produk dari *merchant* maka semakin banyak pula pendapatan yang didapat oleh *merchant*, sehingga perolehan laba dari *merchant* juga meningkat.

Berdasarkan konsep-konsep yang ada dan pemaparan diatas, dapat dikatakan bahwa peningkatan harga jual berpengaruh terhadap perolehan laba *merchant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan harga jual mempunyai hubungan searah dengan perolehan laba *merchant*. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat salah satu responden yang bernama Komang Depha Ananda Putra, pemilik *merchant* Xie Xie Boba yang beralamat di Jl. Sam Ratulangi, beliau menyampaikan bahwa :

“Peningkatan harga jual memang dilakukan oleh usaha saya saat bekerjasama dengan *Grabfood*. Hal ini saya lakukan karena adanya sistem bagi hasil antara *Grabfood* dengan usaha saya. Pembagian hasil ini sebesar 20% dari penjualan melalui aplikasi *Grabfood* selama satu hari. Sehingga harga barang dagangan saya yang tersedia di aplikasi *Grabfood* lebih mahal ketimbang harga jika langsung berbelanja di kedai saya. Tapi, jika dihubungkan dengan perolehan laba, tentu perolehan laba yang dapat saya peroleh lebih besar dari penjualan melalui aplikasi *Grabfood*. Hal ini disebabkan karena peningkatan harga yang dilakukan juga termasuk untuk meningkatkan laba yang ingin saya dapatkan per produk. Sehingga peningkatan harga jual ini sangat mempengaruhi terhadap perolehan pendapatan dan peningkatan laba dari usaha saya.”

perolehan laba yang dihasilkan. Perbedaan dari penelitian ini adalah objeknya. Dalam penelitian objek yang digunakan adalah UMKM yang bekerjasama dengan pihak ketiga atau sering disebut *merchant*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan diatas mengenai pengaruh potongan harga, pembayaran non tunai, dan peningkatan harga jual terhadap perolehan laba *merchant* di Kota Singaraja, dapat ditarik beberapa simpulan, diantaranya : (1) Potongan harga mempengaruhi secara positif atas perolehan laba *merchant*. Berdasarkan uji nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 serta memiliki koefisien positif sebesar 0,403 sehingga H_1 diterima. Potongan harga mempengaruhi secara positif dan signifikan atas perolehan laba *merchant*. Hal ini sejalan dengan Chandra (2014) dalam penelitiannya, yang menyebutkan potongan harga mempengaruhi secara signifikan atas perolehan laba para pelaku UMKM. (2) Pembayaran Non Tunai berpengaruh positif terhadap tingkat perolehan laba *merchant*. Berdasarkan uji nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,004 serta memiliki koefisien positif sebesar 0,142 sehingga H_2 diterima. Pembayaran Non Tunai mempengaruhi secara positif dan signifikan atas perolehan laba *merchant*. Hal ini sejalan dengan Rifqy (2018) dalam penelitiannya, dimana pembayaran menggunakan sistem non tunai lebih digemari oleh pelanggan, sehingga ini menambah pemasukan atau laba bagi para pelaku UMKM yang menyediakan sistem pembayaran non tunai di usahanya. (3) Harga jual berpengaruh positif terhadap tingkat perolehan laba *merchant*. Berdasarkan uji nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 serta memiliki koefisien positif sebesar 0,329 sehingga H_3 diterima. Peningkatan harga jual mempengaruhi secara positif dan signifikan atas perolehan laba *merchant*. Hal ini sejalan dengan Andi (2013) dalam penelitiannya, dimana harga jual mempengaruhi secara signifikan atas perolehan laba yang dihasilkan

Berdasarkan pemaparan dan simpulan diatas, terdapat beberapa saran yang penulis ingin berikan, diantaranya: (1) Bagi Penelitian Selanjutnya, disarankan untuk lebih memaksimalkan hasil penelitiannya dengan adanya penambahan variabel selain potongan harga, pembayaran non tunai, dan peningkatan

harga jual yang mempunyai pengaruh terhadap perolehan laba *merchant*. Peneliti selanjutnya juga disarankan agar menambah jumlah sampel terkait penelitian, karena semakin banyaknya UMKM yang bekerjasama dengan *Grabfood* mengakibatkan populasi akan semakin bertambah. Hal ini juga ditujukan agar hasil penelitian lebih maksimal. (2) Bagi Pelaku UMKM, peneliti menyarankan dengan adanya penelitian ini, para pelaku UMKM yang berada di Kota Singaraja, khususnya UMKM yang bergerak di bidang makanan untuk mulai mempertimbangkan kembali didalam bekerjasama dengan pihak penyedia layanan. Pertimbangan ini bisa diambil dengan melihat manfaat dari bekerjasama dengan pihak penyedia layanan yang ada didalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Rini. 2015. Pengaruh program diskon terhadap keputusan pembelian (Study kasus pada Ramayana Bogor Trade Mall), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor
- Bukhria. 2018. Pengaruh Penggunaan Modal Kerja Terhadap Omzet Penjualan Pada Apotek Wahdah Farma 01 Kota Makassar, Universitas Negeri Makassar
- Chandra. 2014. Pengaruh Promosi, Potongan Harga, dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Ritel *Alfamart*. Universitas Negeri Semarang. *Skripsi*
- Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol 13
- Fishbein, M, & Ajzen, I. 1975. *Belief Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley

- Purnamawati, I.G.A., dkk. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada UMKM di Kabupaten Badung. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)* Undiksha, Volume 4, Nomor 1.
- Purnamawati, I.G.A., dkk. 2018. Analisis Komparasi Penentuan Harga Pokok Produksi Seni Kerajinan Lukisan Kaca Menggunakan Metode Tradisional Dengan Pendekatan Metode Full Costing Di Desa Nagasepaha, Kabupateng Buleleng, Bali. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)* Undiksha, Volume 8, Nomor 2.
- Purnamawati, I.G.A., dkk. 2019. Creative Industry And Opportunity In Export Market. *International Journal of Social Science and Business*, 3(2), (Hlmn.169-179).
- Putri, Hendry. 2018. Pengaruh Sistem Transaksi Non Tunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat Surabaya. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya. *Skripsi*
- Rifqy. 2018. Eksistensi Pembayaran Non Tunai Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Jurnal IAIN Ponorogo*.Vol 3. No 1.
- Sigit, Suhardi, 2008. *Pemasaran Praktis* Edisi Ketiga. Yogyakarta : BPF
- Startupranking, 2019. Top Indonesia. <https://www.startupranking.com/top/indonesia> diakses pada tanggal 10 oktober 2019.
- Syarif. 2018. Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner di Kota Malang. *Jurnal UNMER Malang*.
- Teguh. 2019. Analisis Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan di Banjarmasin. *Jurnal Al-Kalam*. Vol 6. No 1
- Wijaya,Candra. 2005. *Riset Keuangan: Pengujian-pengujian Empiris*. Jakarta
- Wiradinata. 2018. Intensi UMKM Dalam Adopsi *Financial Technology* di Jawa Timur. Universitas Bunda Mulia. *Skripsi*
- Yuliasari dkk. 2019. Analisis penerapan potongan harga terhadap tingkat penjualan pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan (ULP) Menado Selatan. Universitas Sam Ratulangi Manado