

**KESEMPATAN KERJA DAN PENDAPATAN PELAKU
PEMASARAN AGRIBISNIS *ONLINE* DI KOTA MATARAM**

***EMPLOYMENT OPPORTUNITIES AND INCOME FOR ONLINE
AGRIBUSINESS MARKETING PLAYERS
IN THE CITY OF MATARAM***

Silvia Dinan Sari, Anas Zaini dan Ibrahim

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menganalisis kesempatan kerja dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *driver Grab Food*) di Kota Mataram; dan (2) menganalisis pendapatan dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *driver Grab Food*) di Kota Mataram. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Data di analisis dengan menggunakan perhitungan HKO (Hari Kerja Orang) dan dengan menggunakan analisis biaya dan pendapatan.

Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram, karena saat ini di Kota Mataram sedang gencar-gencarnya penggunaan fitur layanan Go-Food dan Grab Food. Pengambilan responden dalam penelitian ini dengan cara *accidental sampling*. Sedangkan penentuan jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 responden dengan menggunakan *quota samplin*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Kesempatan kerja/pekerjaan dari pelaku pemasaran agribisnis online di Kota Mataram berdasarkan perhitungan sebesar 5.920 HKO dengan hasil perhitungan HKO untuk per individu sebesar 1,6 HKO/orang dengan rata-rata jam kerja sehari selama 11.45 jam/hari; dan (2) Rata-rata pendapatan yang diterima oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram per bulan sebesar Rp 2.131.449

Kata Kunci: Kesempatan kerja, Go-Food, Grab Food

ABSTRACT

The objectives of this research are: (1) analyze the employment opportunities of online agribusiness marketing players (driver Go-Food and driver Grab Food) in the city of Mataram; and (2) analyze the income of online agribusiness marketing practitioners (driver Go-Food and driver Grab Food) in the city of Mataram. The method used is descriptive method. Data were analyzed using HKO (working days for people) and using cost and income.

This research was conducted in the city of Mataram, because at this time in the city of Mataram was incessant use of the features of Go-Food and Grab Food services. Respondents in this study was taking by accidental sampling. While the determination of the number of respondents in this research was set as many as 40 respondents using quota sampling. The type of data in this research is qualitative and quantitative data, while the source of data in this research is primary and secondary.

The results showed that; (1) employment opportunities/job opportunities from online agribusiness marketing players (driver Go-Food and driver Grab Food) in the city of Mataram based on a calculation is 5.920 HKO with the results of the HKO calculation for the first individual is 1,6 HKO/person with an average working hours a day for 11.45 hours/day; and (2) the average income received by online agribusiness marketing players in the city of Mataram a month is Rp 2.131.449.

Key words: *Employment opportunities, Go-Food, Grab Food*

PENDAHULUAN

Dalam bidang agribisnis didapat berbagai istilah yang dapat digunakan secara bersamaan (*interchangeable*), misalnya pemasaran produk pertanian (*agriculture product marketing*) dan pemasaran produk makanan (*food marketing*), dimana untuk tujuan terbatas istilah tersebut dapat digunakan secara umum. Agribisnis dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan meliputi manufaktur, distribusi kebutuhan usahatani, proses produksi usahatani, penyimpanan, pengolahan, serta distribusi hasil atau komoditas dari usahatani dan jenis lainnya. Adapun salah satu produk yang diamati dalam bidang agribisnis, yaitu produk makanan termasuk serat (*food and fiber*).

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki serta menyajikan berbagai produk kuliner. Makanan Indonesia merupakan pencerminan beragam budaya dan tradisi yang berasal dari kepulauan Nusantara. Sebagian dari kuliner Indonesia sudah banyak yang dikenal dan masih banyak juga yang belum terkuak, karena beragamnya produk tersebut tidak semua masyarakat mengetahui dan mengenal makanan-makanan serta produk kuliner yang ada secara menyeluruh.

Pada era modern saat ini, manusia memiliki kehidupan dengan segala aktivitas yang tidak akan pernah lepas dari perkembangan teknologi. Teknologi sangat berperan penting dalam perkembangan zaman karena dapat membuka cakrawala baru dalam perkembangan pembangunan bangsa. Berkembangannya teknologi yang

semakin cepat dapat dilihat bahwa sekarang ini dalam bidang transportasi sedang digencarkan dengan munculnya transportasi darat berbasis aplikasi android *online*. Transportasi berbasis aplikasi *online* ini merupakan penggabungan dari segi jasa transportasi ojek dan teknologi komunikasi. Salah satu hasil produk jasa transportasi yang sedang populer saat ini adalah aplikasi Go-Jek dan Grab. Dimana aplikasi Go-Jek dan Grab merupakan beberapa diantara layanan ojek *online* yang banyak menawarkan layanan jasa, seperti berupa : antar-jemput, pesan antar makanan, belanja barang, antar barang dan jenis layanan lainnya. Salah satu layanan jasa yang paling populer sekarang ini adalah layanan jasa pesan antar makanan (*food delivery*). Yang dimana pada aplikasi Go-Jek dikenal dengan fitur layanan Go-Food dan pada aplikasi Grab dikenal dengan fitur layanan yang disebut dengan Grab Food. Baik Go-Food maupun Grab Food merupakan layanan yang melayani *food delivery service* di Indonesia.

Begitu juga di daerah Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Aplikasi ojek *online* (Go-Jek dan Grab) saat ini sedang lagi ramai-ramainya diperbincangkan, karena ojek *online* dapat mempermudah aktivitas masyarakat baik untuk kalangan muda ataupun untuk orangtua. Ojek *online* (Go-Jek dan Grab) merupakan transportasi terobosan terbaru yang menggunakan aplikasi berbasis *online*, dimana dengan adanya terobosan terbaru ini dapat menciptakan kesempatan kerja atau lapangan kerja bagi masyarakat yang menganggur.

Kota Mataram merupakan salah satu dari 10 (sepuluh) kabupaten/kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat dari tahun ke tahun yang tidak diimbangi dengan pertumbuhan lapangan pekerjaan sehingga menimbulkan adanya pengangguran. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2016 jumlah penduduk secara keseluruhan adalah 459.314 jiwa, dan pada tahun 2017 jumlah penduduk Kota Mataram secara keseluruhan adalah 468.509 jiwa. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa dari tahun 2016-2017 mengalami peningkatan jumlah penduduk sebesar 2,00%.

Selain itu, Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Nusa Tenggara Barat mencatat jumlah penduduk pengangguran di Nusa Tenggara Barat (NTB) pada Agustus 2018 mencapai 83.527 orang yang tersebar di 9 kabupaten/kota tidak termasuk kabupaten Lombok Utara. Jumlah pengangguran tertinggi berada di Kota Mataram mencapai 14.934 orang atau 6,72%. Dimana hal ini disebabkan karena bencana alam (Gempa Bumi) yang melanda wilayah Nusa Tenggara Barat secara umum, mengakibatkan lemahnya perekonomian masyarakat sehingga berdampak pada peningkatan angka pengangguran. Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian yang berjudul "**Kemampuan Kerja dan Pendapatan Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online* di Kota Mataram**".

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kesempatan kerja dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *driver Grab Food*) di Kota Mataram; dan (2) menganalisis pendapatan dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *driver Grab Food*) di Kota Mataram. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dari berbagai pihak khususnya masyarakat yang ingin bekerja atau bergabung menjadi *driver* baik di perusahaan Go-Jek maupun di Grab.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang bersifat menggali permasalahan yang ditunjukkan pada penemuan fakta berdasarkan gejala faktual tentang perilaku kelompok masyarakat dan pengumpulan data dengan teknik wawancara. Unit analisis dalam penelitian ini adalah pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan Grab Food) di Kota Mataram.

Penelitian ini dilakukan di Kota Mataram, dimana Kota Mataram merupakan salah satu kota yang telah menggunakan jasa ojek *online*. Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 40 responden dengan menggunakan *quota samplin*. Sedangkan pengambilan responden dalam penelitian ini dengan cara *accidental sampling* (teknik penentuan sampel secara kebetulan atau tidak sengaja). Variabel penelitian dan cara pengukurannya adalah sebagai berikut:

- Penghasilan per hari yang diterima *driver* Go-Food dan Grab Food dinyatakan dengan satuan Rrpiah (Rp).
- Bonus transaksi per hari adalah penghasilan yang diterima oleh *driver* Go-Food dan Grab Food dengan mengkalikan jumlah poin atau jumlah orderan yang diterima dengan uang yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).
- Rata-rata pengurangan pendapatan merupakan pembagian hasil untuk pihak perusahaan dari setiap pembayaran oleh konsumen yang diterima oleh *driver* yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).
- Biaya bensin adalah salah satu biaya yang harus dikeluarkan oleh *driver* yang berpengaruh untuk melakukan transaksi yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).
- Biaya makan adalah biaya yang termasuk unsur-unsur perhitungan pendapatan dikarenakan *driver* tidak setiap waktu dapat makan di rumah yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).
- Biaya pulsa per bulan merupakan termasuk unsur-unsur dalam perhitungan pendapatan, dimana masing-masing *driver* untuk biaya pulsa per bulan pasti berbeda-beda yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).
- Biaya penyusutan alat merupakan biaya yang termasuk unsur-unsur dalam perhitungan pendapatan, dimana biaya penyusutan alat seperti biaya penyusutan sepeda motor dan biaya penyusutan *handphone* yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).
- Biaya lain-lain merupakan biaya yang termasuk unsur-unsur dalam perhitungan pendapatan, dimana biaya lain-lain seperti biaya service motor dan biaya tak terduga seperti biaya apabila dalam beroperasi *driver* mengalami pecah atau bocor ban motor yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diperoleh *driver* Go-Food maupun Grab Food, dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pendapatan (Pd)} = \text{TR} + \text{Bonus} - \text{TC}$$

Dimana:

Pendapatan (Pd) = Penghasilan yang diterima oleh pelaku pemasaran agribisnis online (*driver* Go-Food dan Grab Food).

TR = Penghasilan per bulan.

Bonus = Jumlah poin yang dinominalkan dengan uang.

TC = Total biaya yang dikeluarkan mulai dari deposit, pengurangan rata-rata, biaya bensin, biaya makan, dan biaya pulsa).

Kesempatan kerja dalam penelitian ini adalah jumlah kesempatan kerja/ peluang kerja dari pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram.

Untuk menganalisis kesempatan kerja dapat menggunakan perhitungan HKO (Hari Kerja Orang) dan dikaitkan dengan jumlah *driver* ojek *online* di Kota Mataram, sehingga secara matematis dapat dihitung dengan:

$$\text{HKO} = \frac{t \times h \times j}{7}$$

Dimana:

t = Jumlah tenaga kerja

h = Jumlah hari kerja

j = Jumlah jam kerja

7 = Standar jam kerja per hari

$$\text{Kesempatan kerja} = \text{Jumlah pelaku pemasaran (driver)} \times \text{Rata-rata HKO}$$

Kesempatan kerja = Kesempatan kerja/peluang kerja dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan Grab Food).

Jumlah pelaku pemasaran (*driver*) = Jumlah dari *driver* Go-jek dan Grab.

Rata-rata HKO = Nilai rata-rata HKO/orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan *driver* Grab food) di Kota Mataram disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan *driver* Grab food) di Kota Mataram Tahun 2020

No	Uraian	Responden
1	Jumlah Sampel (n)	40
2	Umur (Tahun)	
	Rata-rata	28
	Kisaran	17-56
3	Tingkat Pendidikan	
	SD	2 (5,0 %)
	SMP	4 (10,0 %)
	SMA/SMK	25 (62,5 %)
	Perguruan Tinggi	9 (22,5 %)
4	Jumlah Tanggungan Keluarga	
	Rata-rata	2
	Kisaran	1-6
5	Pengalaman/ Laman Bergabung	
	Rata-rata	1,6
	Kisaran	1-3

Sumber: Data primer yang diolah (2020).

Umur Responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata umur pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* *G0-food* dan *driver* *Grab food*) di Kota Mataram adalah berumur 28 tahun dengan kisaran umur 17-56 tahun. Artinya bahwa rata-rata responden termasuk kedalam kelompok usia produktif dengan kemampuan aktivitas yang cukup tinggi untuk melakukan kegiatan sehari-hari dalam melakukan pemasaran agribisnis *online* serta kemampuan dalam penyerapan informasi dan teknologi inovasi terbaru.

Tingkat Pendidikan. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* *G0-food* dan *driver* *Grab food*) di Kota Mataram adalah tamatan SMA/SMK sebanyak 25 orang (62,5%), dan sisanya memiliki tingkat pendidikan pada tingkat SD sebanyak 2 orang (5,0%), tingkat SMP sebanyak 4 orang (10,0%), dan pada tingkat Perguruan Tinggi sebanyak 9 orang (22,5%).

Jumlah Tanggungan Keluarga. Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah tanggungan keluarga pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* *G0-food* dan *driver* *Grab food*) sebanyak 2 orang dengan kisaran 1-6 orang.

Pengalaman/Lama Bergabung. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa rata-rata pengalaman/lama bergabung pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan *driver* Grab Food) adalah 1,6 tahun dengan kisaran lama bergabung antara 1-3 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden masih tergolong cukup baru, sehingga kadang masih banyak masalah yang dihadapi dalam menerima orderan, namun seiring berjalannya waktu para pelaku pemasaran ini dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Analisis Kesempatan Kerja dari Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online* di Kota Mataram

Kesempatan kerja mengandung pengertian lapangan pekerjaan dan kesempatan untuk bekerja yang ada dari suatu kegiatan ekonomi (produktif). Kesempatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesempatan kerja/pekerjaan dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan Grab Food). Yang mana hal ini tercipta karena perkembangan teknologi yang terus berkembang.

Sehingga kehadiran transportasi berbasis *online* di Kota Mataram menjadi angin segar bagi banyak kalangan masyarakat yang hanya memiliki jenjang pendidikan terakhir yang dapat dikategorikan menengah/tertentu. Pasalnya baik perusahaan Go-Jek maupun Grab memberikan peluang bekerja bagi masyarakat di Kota Mataram tanpa ada mensyaratkan status jenjang pendidikan yang dimiliki.

Oleh karena itu, kehadiran transportasi berbasis *online* di tengah-tengah masyarakat di Kota Mataram memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat yang ingin bergabung menjadi mitra kerja, tanpa mengkhawatirkan status ijazah pendidikan yang dimiliki. Cukup hanya dengan menunjukkan segala kebutuhan administrasi berkendaraan roda dua dan memiliki *handphone android*, maka seseorang tersebut dapat bergabung menjadi mitra Go-Jek ataupun Grab. Hal ini selaras dengan hasil data di lapangan, yang dimana berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa penyerapan tenaga kerja oleh perusahaan baik perusahaan Go-Jek maupun Grab lebih didominasi oleh masyarakat yang memiliki jenjang pendidikan terakhir pada tingkat SMA/SMK.

Hal ini juga dapat dilihat bahwa peranan Go-Food dan Grab Food di Kota Mataram dapat mengurangi tingkat pengangguran di Kota Mataram. berdasarkan data di lapangan diketahui bahwa pekerjaan sebagai pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver* Go-Food dan Grab Food) dapat dijadikan sebagai pekerjaan utama dan sebagai pekerjaan sampingan. Adapun rincian *driver* berdasarkan tipe pekerjaannya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rincian Tipe Pekerjaan Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online* (*Driver*) di Kota Mataram Tahun 2020

No	Jenis pekerjaan	Pelaku pemasaran agribisnis <i>online</i>	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Karyawan/pegawai	9	22,5
2	Wiraswasta	6	15,0
3	Pelajar/mahasiswa	4	10,0
4	Pekerja lepas	1	2,5
5	<i>Driver</i> (pengemudi)	20	50,0
	Jumlah	40	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa banyak masyarakat menjadikan pekerjaan sebagai pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*) sebagai pekerjaan utama. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa terdapat 20 orang (50%) menjadikan pekerjaan sebagai pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*) sebagai pekerjaan utama. Dan ada juga yang menjadikan sebagai pekerjaan sampingan. Adapun faktor-faktor yang dapat menarik masyarakat baik yang sudah memiliki pekerjaan maupun yang belum bekerja untuk bergabung menjadi *driver* yaitu:

1. Cara kerja yang *fleksibel* artinya terbuka bagi siapa saja dan tidak memandang usia dan gender. Kebebasan dalam menentukan waktu kerja seperti ini banyak dicari masyarakat yang ingin mendapat tambahan penghasilan dengan kata lain dapat dimungkinkan memberi peluang sebagai pekerjaan sampingan.
2. Cara kerja yang memberi kemudahan dalam pelayanannya karena berbasis IT. Cara kerja yang mudah dan efisien karena menggunakan aplikasi berbasis teknologi yang dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja.
3. Memberikan kemudahan dalam pengalokasian waktu karena bisa dikerjakan kapan saja sesuai dengan kemampuan mitra kerja (*driver*).

Selain itu syarat yang ditentukan oleh perusahaan baik perusahaan Go-Jek maupun Grab tidak terlalu membebankan masyarakat. Syarat yang harus dipenuhi untuk dapat bergabung menjadi *driver* yaitu minimal memiliki kendaraan pribadi lengkap dengan STNK yang aktif, SKCK, Surat Keterangan Rumah Sakit, berumur minimal 17 tahun dan sudah memiliki KTP dan maksimal berumur 55 tahun, memiliki surat izin mengemudi (SIM C), dan memiliki *smartphone*.

Hasil analisis perhitungan HKO (Hari Kerja Orang) untuk Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online*, jenis kegiatan pesan antar makanan (*food delivery*) di Kota Mataram Tahun 2020, rata-rata dalam sehari bekerja sebesar 1,6 HKO/orang, dengan rata-rata jam kerja sebesar 11,45 jam/hari. Artinya dapat dikatakan bahwa pada kegiatan pemasaran agribisnis *online* khususnya kegiatan pesan antar makanan/*food delivery* rata-rata sebesar 1,6 HKO/orang. Dengan demikian kesempatan kerja dari pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *driver Grab Food* yang berjumlah 3.700 orang) di Kota Mataram adalah:

$$\begin{aligned} \text{Kesempatan kerja} &= \text{Jumlah pelaku pemasaran (driver)} \times \text{Rata-rata HKO} \\ &= 3.700 \times 1,6 \text{ HKO} = 5.920 \text{ HKO} \end{aligned}$$

Artinya berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kesempatan kerja/peluang kerja dari pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Jek* dan *driver Grab*) di Kota Mataram sebesar 5.920 HKO.

Analisis Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online*

Sekarang ini peranan dari pelaku pemasaran agribisnis *online* tidak dapat dikesampingkan, karena pelaku pemasaran agribisnis *online* memiliki peranan yang penting, dimana dapat dilihat dari pemasaran produk-produk pertanian itu sendiri, tanpa adanya pelaku pemasaran maka produk-produk baik barang maupun jasa tidak dapat sampai ke tangan konsumen akhir.

Seperti diketahui, sejak diluncurkan pada tahun 2015, keberadaan aplikasi *Go-Food* telah merambah ke 204 kota dan kabupaten di Indonesia hingga saat ini. tak hanya itu *Go-Food* juga berekspansi di kawasan Asia Tenggara. Adapun *Grab Food*

yang baru hadir telah merambah 178 kota di Indonesia dan di beberapa negara lain di kawasan Asia Tenggara. Seperti yang dirasakan saat ini, Kota Mataram merupakan salah satu kota yang termasuk ke 204 kota dan kabupaten yang menggunakan jasa *Go-Food* maupun *Grab Food*.

Analisis penerimaan, biaya dan pendapatan pelaku pemasaran agribisnis online di Kota Mataram diuraikan berikut ini.

Analisis Penerimaan Pelaku Pemasaran Agribisnis Online

Penerimaan dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang diterima oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*) atas jumlah orderan yang diterima dan bonus transaksi yang diterima. Bonus yang diterima berbeda dengan penerimaan yang diterima berdasarkan ongkos kirim (ongkir) yang diterima.

Tabel 3. Rata-rata Penerimaan Per hari dan per Bulan Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online* di Kota Mataram Tahun 2020

No	Jenis Penerimaan	Per Hari	Per Bulan
1	Penghasilan (Rp)	111.775	3.032.300
2	Bonus Transaksi (Rp)	51.125	1.385.375
	Jumlah	162.900	4.417.675

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata penerimaan pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*) per hari sebesar Rp 162.900 atau per bulan Rp 4.417.675. Penerimaan ini dihasilkan berdasarkan jumlah orderan yang diterima dikalikan dengan biaya onkos kirim (ongkir) ditambah dengan bonus yang diterima.

1. Analisis Biaya yang Dikeluarkan Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online*

Biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala bentuk biaya yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung dalam melakukan pemasaran produk agribisnis berbasis *online*. Biaya dibagi menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya bergantung pada jumlah orderan yang diterima sedangkan biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak bergantung pada jumlah orderan yang diterima. Rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan bahwa jenis biaya variabel yang dikeluarkan oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* yaitu potongan penghasilan, biaya makan, biaya bensin, biaya pulsa dan biaya lain-lain. Rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* dengan rata-rata hari kerja selama 27 hari dalam satu bulan sebesar Rp 2.057.035 dan rata-rata biaya tetap seperti penyusutan alat (penyusutan sepeda motor dan penyusutan *handphone*) sebesar Rp 229.191. Dengan demikian total biaya yang dikeluarkan per bulan oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram sebesar Rp 2.286.226.

Tabel 4. Rata-rata Biaya yang Dikeluarkan per Bulan oleh Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online* di Kota Mataram 2020

No	Jenis Biaya	Per Bulan
1.	Biaya Variabel (Rp)	
	a. Potongan penghasilan (Rp)	409.110
	b. Biaya makan (Rp)	946.125
	c. Biaya bensin (Rp)	503.125
	d. Biaya pulsa (Rp)	73.250
	e. Biaya lain-lain (Rp)	125.425
	Sub total biaya variabel	2.057.035
2.	Biaya Tetap (Rp)	
	Penyusutan alat (Rp)	229.191
	Sub total biaya tetap	229.191
	Total	2.286.226

Sumber: Data Primer yang diolah (2020)

Analisis Pendapatan Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online*

Pendapatan pelaku pemasaran agribisnis online adalah selisih antara total penerimaan yang diterima pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*) total biaya yang dikeluarkan oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*). Rata-rata pendapatan pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Rata-rata Pendapatan Per Bulan Pelaku Pemasaran Agribisnis *Online* di Kota Mataram Tahun 2020

No	Uraian	Per Bulan
1.	Penghasilan (Rp)	3.032.300
2.	Bonus transaksi (Rp)	1.385.375
3.	Total biaya (Rp)	2.286.226
4.	Pendapatan (Rp)	2.131.449

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa rata-rata pendapatan per bulan pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram sebesar Rp 2.131.449. Besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya penerimaan yang diterima dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Semakin besar orderan dan bonus transaksi yang diterima akan dapat meningkatkan pendapatan pelaku pemasaran agribisnis online. Pendapatan per bulan yang diterima oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* (*driver Go-Food* dan *Grab Food*) di Kota Mataram hampir sama dengan besarnya UMK Kota Mataram tahun 2020 sebesar Rp 2.184.485.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kesempatan kerja/peluang kerja dari pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram berdasarkan perhitungan sebesar 5.920 HKO dengan hasil perhitungan HKO untuk per individu sebesar 1,6 HKO/orang dengan rata-rata jam kerja sehari selama 11,45 jam/hari.
2. Rata-rata pendapatan yang diterima oleh pelaku pemasaran agribisnis *online* di Kota Mataram per bulan sebesar Rp 2.131.449.

Saran

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya yaitu penyebaran kuisisioner secara merata berdasarkan seluruh kecamatan yang ada di Kota Mataram, agar memperoleh hasil yang maksimal yaitu dapat mewakili seluruh kecamatan yang ada di Kota Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2019. Kota Mataram Dalam Angka 2019. BPS Kota Mataram.
- Marsusanti, Eva, Susilawati dan Rusli Nugraha. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Gojek. *Jurnal Swabumi* 6: 128-129.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ompusunggu, Vina Maria. 2018. Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Transportasi *Online* di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 18: 15-17.
- Rakhmatulloh, Anita Ratnasari, *et al.* 2018. Dampak Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Semarang. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota* 14: 253-254.