
**PEMANFAATAN LAYANAN PADA APLIKASI PESAN ANTAR
SECARA *ONLINE* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM
INDUSTRI KREATIF MAKANAN**

Nur Aisah¹

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA¹

nur900859@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini memiliki peranan yang penting dalam perkembangan zaman, penelitian ini dilatar belakangi dari maraknya perkembangan layanan Jasa pesan antar makan salah satunya yaitu *Gofood*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari pemanfaatan *gofood* untuk meningkatkan pendapatan UMKM pada industri kreatif makanan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Pemanfaatan aplikasi pada layanan pesan antar makanan di usaha Diromi ini bisa dikatakan berpengaruh positif dalam meningkatkan pendapatan penjualan yang memudahkan pelanggan untuk memesan makanan tanpa harus menunggu *open pre order* dan melakukan transaksi secara langsung.

Kata kunci: Pemanfaatan, Aplikasi layanan pesan anter, Meningkatkan Penjualan.

***UTILIZATION OF SERVICES ON ONLINE DELIVERY APPLICATIONS IN
INCREASING THE INCOME OF UMKM CREATIVE FOOD INDUSTRY***

Abstract

Technological developments currently have an important role in the times, this research is motivated by the widespread development of food delivery services, one of which is Gofood. The purpose of this study is to determine the impact of using gofood to increase MSME income in the creative food industry. Data collection techniques used in this study by way of observation, interviews and documentation. The use of applications for food delivery services at Diromi's business can be said to have a positive effect in increasing sales revenue which makes it easier for customers to order food without having to wait for open pre orders and make transactions directly.

Keywords: *Utilization, delivery service application, increasing sales.*

PENDAHULUAN

Pada era teknologi sekarang ini, perkembangan bisnis kuliner tidak bisa lagi dilepas dari perkembangan teknologi. Teknologi mempunyai peran yang sangat penting dalam perkembangan zaman saat ini, karena dapat membuka cakrawala baru dalam eksistensi bangsa. Penggunaan internet tidak hanya sebatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media saja, melainkan juga dapat digunakan untuk sarana transaksi dalam kegiatan perdagangan dan strategi pemasarannya, dengan strategi yang semakin canggih dan berkembang terutama disektor usaha kuliner yang masih bertahan dan bangkit dari krisis ekonomi yang melanda.

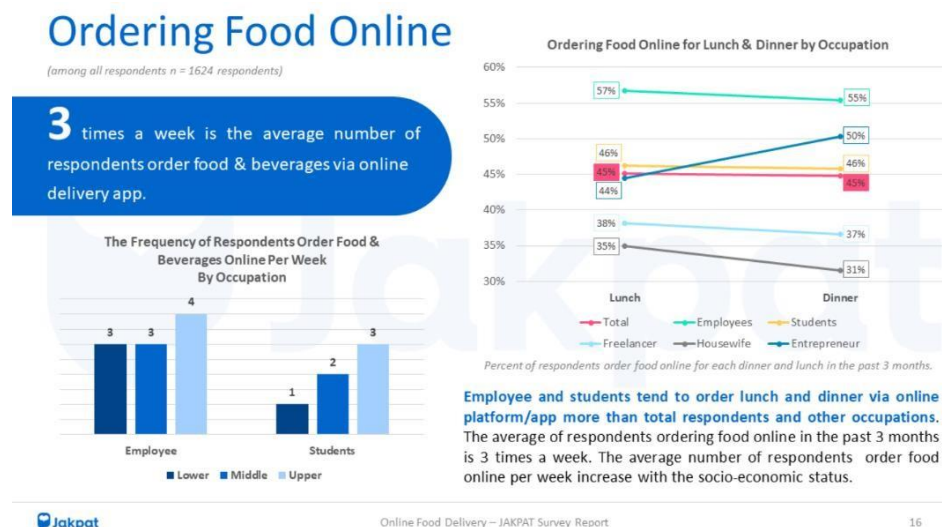
Peningkatan penggunaan layanan internet terutama di Indonesia bisa di bilang sangat signifikan yang menyebabkan pemasaran digital pun meningkat, sehingga masyarakat atau pelaku usaha dituntut untuk lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial, yang pada umumnya dimasa lalu strategi pemasaran hanya dilakukan melalui laman *website*. Untuk menunjang pemasaran digital tersebut dompet digital juga sangat berpengaruh dan memiliki peran penting dalam pengembangan usaha, sehingga kemampuan dalam berinteraksi menjadi lebih mudah, cepat, efisien, efektif, dan dapat meningkatkan jumlah konsumen dalam penjualan, dompet digital tersebut seperti Go-pay, Dana, M-banking dan lain sebagainya. (Hasan et al., 2021)

Dengan banyaknya kemudahan dan berkembangnya teknologi seperti contohnya layanan pesan antar makanan online, layanan jasa pesan antar merupakan suatu sistem yang dapat membantu konsumen untuk memudahkan untuk memesan makanan melalui aplikasi online dari usaha kecil mikro dan menengah ke lokasi yang dituju oleh konsumen untuk memesan, sehingga lebih efektif dan efisien saat membeli kebutuhan pangan pada layanan pesan antar, dengan hasil riset membuktikan pada tahun 2022 menyatakan laporan momentum work menunjukkan bahwa nilai transaksi broto layanan pesan antar di asia tenggara mencapai Rp. 245,91 triliun. Selanjutnya indonesia menjadi pasar terbesar *online food delivery* di Asia tenggara dengan nilai transaksi bruto mencapai US\$4,5 miliar. (<https://databoks.katadata.co.id>)

Salah satu platform layanan pesan antar makanan pada saat ini di Indonesia adalah gofood, gofood merupakan bagian dari layanan jasa antar makanan yang ada di gojek. Gofood merupakan layanan pesan antar di indonesia yang merupakan bagian dari pihak ketiga, pada pada sektor bisnis kuliner dari usaha atau pelaku umkm ke konsumen. Transformasi pengiriman makanan dari offline ke online yang berhubungan dengan pihak ketiga dan sosial media dikatakan sebagai layanan *online food delivery* (OFD). (Rifani, 2022)

Layanan *online food delivery* sangat digemari dan sudah banyak yang menggunakannya, hal ini dibuktikan dengan hasil riset dari JAKPAT 2022,

Hasil Laporan Survei Kebiasaan Pengiriman Makanan Secara Online



Gambar 1.1 Riset layanan Pesan Antar Makanan Online 2022

Sumber: Website JAKPAT pada laman "Lapran survei Pengguna OFD 2022".

[https://blog.iakpat.net/the-habit-of-online-food-delivery-jakpat-survey-report-](https://blog.iakpat.net/the-habit-of-online-food-delivery-jakpat-survey-report-2022/)

[2022/](https://blog.iakpat.net/the-habit-of-online-food-delivery-jakpat-survey-report-2022/) diakses pada 15 Januari 2023

Berdasarkan hasil surevi diatas, riset penggunaan layanan *online food delivery* 3 kali dalam seminggu merupakan jumlah rata rata responden yang memesan makanan dan minuman melalui aplikasi pesan antar, frekuensi atas persentase diatas yang paling tertinggi/sering yaitu pada kalangan karyawan dan di lanjut pada siswa/mahasiswa dan mereka cenderung memesan makanan untuk makan siang dan makan malam. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatnya minat menggunakan layanan pesan antar online akan menyebabkan peningkatan omzet dan keuntungan bagi UMKM.

Dalam penelitian kali ini salah satu umkm yang menggunakan aplikasi Gofood adalah Diromi, diromi merupakan sebuah toko donat yang terletak di Jalan. Bunga Rampai 1, Gg. Beringin 13 No. 162, Rt. 01/ Rw. 010. Malaka Jaya, Duren Sawit- Jakarta Timur. Nama pemilik usaha ini yaitu, Ibu Praha Ninik K.D, usaha ini berdiri pada tanggal 28 february 2020 secara offline dan baru di dua bulan ini toko Diromi menggunakan aplikasi Gofood untuk sarana penjualan untuk meningkatkan pendapatan Diromi.

Dari penelitian terdahulu yang sudah melakukan sebuah analisa mengenai layanan pesan antar dan menggunakan variabel variabel yang sama dengan penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Wiharsono et al., 2022) layanan pesan antar memiliki dampak positif terhadap peningkatan omzet di toko mereka. Hasil yang sama dilakukan oleh (Amelia, 2019) hasil dari penelitian itu menyatakan bahwa pengaruh aplikasi gofood sangat berdampak terhadap peningkatan penjualan dengan begitu keputusan yang tepat dalam memilih gofood sebagai media promosi. Namun penelitian selanjutnya tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wiharsono et al., 2022) dan (Amelia, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawati, 2020) tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan pesan antar terhadap volume penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini akan membahas "Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi Pesan Antar Secara Online Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Industri Kreatif Makanan".

MATERI DAN METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, serta fokus kepada pelaku usaha UMKM di bidang kuliner (makanan) untuk menerapkan layanan *online food delivery*, dengan pola pikir induktif. Analisis data kualitatif yang bersifat induktif yaitu suatu proses yang dimulai dari data atau fakta yang bersifat khusus, kemudian diakhiri dengan pengembangan suatu hipotesis, yang tujuannya untuk menyusun teori dengan melalui pengungkapan fakta yang ada. (Fadli, 2021) Ada tiga prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (1) observasi tak berstruktur (2) Wawancara terstruktur dan (3) Dokumentasi.

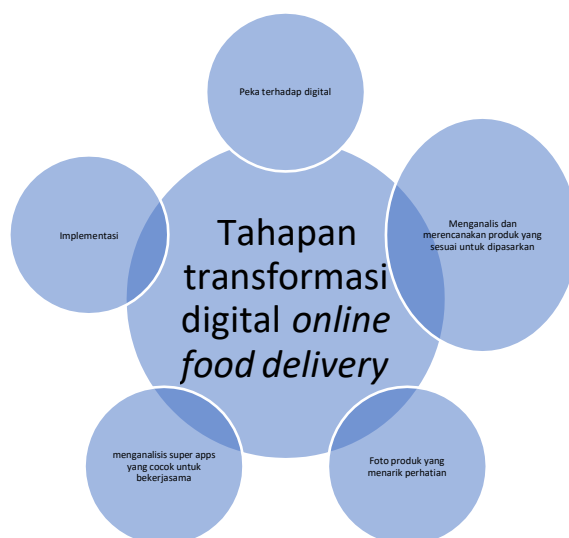
Menurut (Murdiyanto, 2020) kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural yang holistik, kompleks dan rinci. Penelitian kualitatif ini bersikap independent yang artinya peneliti menjalin interaksi secara intens, terstruktur dan dengan realitas yang ada untuk mendapatkan hasil yang optimal (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli melalui aplikasi gofood baik yang sering membeli ataupun baru membeli sekali.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu umkm industri kreatif makanan yaitu Donat Diromi yang beralamatkan di Jalan. Bunga Rampai 1, Gg. Beringin 13 No. 162, Rt. 01/Rw. 010. Malaka Jaya, Duren Sawit- Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan pada awal Bulan Desember 2022 sampai dengan Bulan Januari 2023, yang dilakukan secara bertahap.

SUB JUDUL/PEMBAHASAN

Tahapan transformasi layanan online delivery

Tahapan transformasi layanan online delivery ini salah satu hal yang penting untuk memulai transformasi digital. Dengan adanya tahapan ini pelaku usaha tau step-step apa saja yang perlu di persiapkan untuk beralih penjualan dari offline ke online. berikut ada 6 tahapan untuk memahami transformasi digital *online food delivery*:



Sumber: Hasil olah data

Gambar 1.2 Tahapan Transformasi Digital Layanan OFD diadaptasi dari (Hasan et al., 2021)

Penjelasan skema tahapan transformasi digital *online food delivery* pada Diromi, sebagai berikut: Tahap yang pertama yaitu peka terhadap digital, pada tahap ini pemilik meningkatkan keinginan untuk memahami penggunaan *online food delivery*, yang cocok digunakan untuk memasarkan produk Diromi. Hal ini dikuatkan oleh (Wibowo, 2021) tahapan dalam hal ini usaha akan berhasil dimana pelaku usaha memutuskan untuk mendigitalisasikan dan menerapkan dengan baik. Selanjutnya, tahap kedua menganalisis dan merencanakan produk yang sesuai untuk dipasarkan, tahapan ini pelaku usaha harus mempertimbangkan dan menganalisis produk apa yang

bisa untuk dipasarkan dengan catatan produk tersebut sampai ketangan konsumen tidak mengubah cita rasa, bentuk dan lain sebagainya agar bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis, selain produk aset seperti handphone dan alat penunjang lainnya bereperan efektif untuk bersaing di era digital. Hal tersebut dikuatkan oleh (Verhoef et al., 2021) yang menunjukkan bahwa pemilik mampu menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan transformasi digital terutama menyediakan alat pemasaran dan penyediaan pembayaran digital.

Selanjutnya tahap ketiga yaitu, foto produk yang menarik perhatian konsumen, tujuan dari hal tersebut yaitu untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang dipasarkan, karena dengan banyaknya persaingan para pelaku usaha pun harus meningkatkan kualitas foto produk yang meyakinkan pembeli. Selain foto produk logo dan kemasan produk juga harus diperhatikan hal tersebut dikuatkan oleh (Wiecek, 2018) mengatakan bahwa makna dari suatu produk yang mengambil peran penting dalam penjualan, dengan begitu tahapan ini dikatakan penting dalam proses transformasi.

Tahapan selanjutnya yaitu menganalisis super apps yang cocok untuk bekerjasama, superapp yang kami gunakan yaitu Go-Food. Go-Food menjadi salah satu contoh e-commerce yang populer adalah Go-Food yaitu salah satu bentuk pelayanan jasa pesan antar makanan/minuman yang terdapat pada layanan jasa aplikasi Go-Jek. Go-Food telah bekerja sama dengan banyak merchant di berbagai kota di Indonesia baik pelaku usaha menengah, usaha kecil maupun mikro maupun usaha berskala besar. (BPK Kalimantan Barat, 2021). Aplikasi ini menjadi alternatif sekaligus peluang yang luar biasa yang memungkinkan pemilik UMKM mengembangkan usahanya tanpa mengeluarkan modal besar untuk membuka cabang atau untuk memperkerjakan karyawan siap antar. Aplikasi ini menjadi alternatif sekaligus peluang yang luar biasa yang memungkinkan pemilik UMKM mengembangkan usahanya tanpa mengeluarkan modal besar untuk membuka cabang atau untuk memperkerjakan karyawan siap antar. Berdasarkan keberagaman menu dan kualitas konten aplikasi GoFood lebih unggul dengan mengimplementasikan co-branding dilakukan kerja sama dengan pelaku usaha.

Kemudian tahap yang terakhir adalah implementasi, aspek yang diterapkan pada tahap ini adalah promosi dan pembayaran. Pada dasarnya pemasaran dan promosi secara online memungkinkan pelaku usaha dan calon konsumen dapat berinteraksi serta menimalkan dalam hal layanan. (Hasan et al., 2021). Dengan pelaku usaha menggunakan promosi digital dapat memudahkan calon pembeli untuk mengakses serta memperluas wilayah pasar, tetapi aspek promosi ini dalam usaha diromi belum terlaksanakan dikarenakan akun yang baru dan belum memiliki banyak pelanggan. Selanjutnya pada aspek pembayaran digital, pembayaran digil sudah terlaksana,

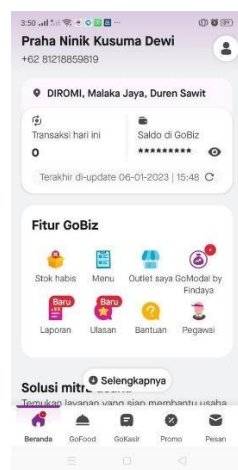


Gambar 1.3 pembayaran gopay via qris

Dengan adanya pembayaran digital ini, dampak yang dirasakan oleh konsumen dan pelaku usaha adalah memudahkan transaksi dalam penjualan.

Manfaat Layanan pesan antar makanan (*Gofood*) terhadap peningkatan penjualan bisnis kreatif makanan

Dalam dunia bisnis kita harus lebih peka terhadap perkembangan teknologi, terutama dalam usaha makan selain mempertahankan cita rasa perlu juga memperhatikan kemajuan teknologi untuk meningkatkan usaha. Karena pada era sekarang ini jika pelaku usaha tidak mengikuti kemajuan teknologi maka akan mengalami kesulitan untuk mengembangkan usahanya. Pada saat ini perkembangan teknologi yang bisa kita rasakan yaitu layanan pesan antar makanan dan minuman dengan *online* yaitu salah satunya gofood. Gofood merupakan pihak ketiga antara pelaku usaha/restoran dengan konsumen yang sudah bekerja sama dengan pihak Gojek.



Gambar 1.5 Profil Gofood **Gambar 1.6 Menu Diromi**

Gofood memberikan banyak peluang besar kepada pelaku umkm untuk mengembangkan usahanya, dan menjadi solusi alternatif untuk pelaku usaha yang memiliki modal sedikit untuk mengembangkan usahanya dengan cara memasarkan produknya untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas karena produk yang dipromosikan dapat dilihat oleh pengguna gofood.

Berikut manfaat dari layanan pesan antar makanan dalam meningkatkan penjualan kreatif makanan di Donat Diromi. Dengan adanya layanan pesan antar tersebut peningkatan volume penjualan yang mempengaruhi meningkatnya pendapatan dan keingin konsumen dapat terlayani dengan efektif.

Selanjutnya pendapat tersebut di kuatkan oleh Ibu Praha mengenai peningkatan penjualan Diromi *“sebenarnya saya sudah memasarkan produk saya melalui aplikasi whatsapp dengan cara saya membuka open pre order yang saya tulis di status, setelah usaha saya di daftarkan ke gofood allhamdulillah omzet penjualan yang saya dapat naik, walaupun belum banyak dan ramai, yang tadinya hanya 4-5 orang sehari sekarang menjadi 6-7 orang perhari. Disini saya tidak membuka usaha saya setiap hari dikarenakan saya seorang ibu rumah tangga dan mengikuti bagian dari komite di sekolah, jadi saya buka aplikasi gofood disaat waktu di hari itu senggang”*

Penggunaan gofood memberikan banyak kemudahan bagi konsumen untuk membeli donat tanpa harus bertemu ataupun memesan driver manual untuk mengirimkan pesanan tersebut. Wawancara yang dilakukan oleh pemilik usaha Ibu Praha *“Dengan adanya layanan pesan antar ini banyak memudahkan pelanggan saya terutama yang rumahnya bisa dibidang jauh untuk membeli donat saja, dengan*

aplikasi ini juga saya tidak perlu keluar rumah untuk mengatarkan pesanan dan tidak perlu memesan diver untuk pick up barang karena biasanya banyak yang menolak, barang yang disampaikan tidak langsung di antar menyebabkan cita rasa juga berkurang, dan harga pengiriman juga jadi lebih mahal"

Sama halnya penguatan yang diberikan oleh salah satu pelanggan Diromi, terhadap manfaat layanan gofood, Mama dira pelanggan diromi *"Dengan adanya layanan ini menjadi lebih mudah, karna jarak antara rumah kami bisa di bilang jauh menjadikan lebih efektif karena biasanya perlu memerlukan waktu lama untuk menerima makanan tersebut, karena biasanya kalau kita mesan secara manual barang yang kita pick up tidak langsung menuju ke rumah saya"*

Kendala UMKM dalam menggunakan layanan pesan antar bagi usahanya

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di lakukan kepada pemilik usaha Diromi, ada beberapa kendala, hambatan dan proses transformasi penggunaan layanan ini bagi pelaku umkm. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Praha *"dalam proses tranformasi ini bisa dibbilang tidak begitu rumit dan masih dalam batas wajar dan proses verivikasi untuk mendaftarkannya juga cepat"*

Dilanjut hambatan yang ditakutkan oleh Ibu Praha dalam memasarkan produknya di aplikasi gofood *"sebenarnya hambatan yang saya takukan tertelak pada banyaknya produk jualan yang serupa di gofood, yang mungkin karna banyak prduk yang serupa dengan rating yang baik, pilihan menu yang lebih banyak sehingga mempengaruhi penjualan saya"*

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan kepada UMKM dapat disimpulkan bahwa dengan adanya layanan pesan antar makan sebelum dan sesudah memberikan pengaruh pada tingkat penjualan, omzet yang didapatkan tidak selalu sama di tiap harinya. Selanjutnya layanan pesan antar ini memudahkan jual beli atau transaksi karena lebih efektif dan efisien bagi konsumen yang tidak sempat keluar ataupun jarak rumah yang jauh dan yang terakhir proses transformasi ini bisa dikatakan mudah atau masih dalam batas wajar.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diteliti mendeskripsikan tahapan-tahapan yang perlu dilakukan untuk transformasi layanan *online food delivery* pada usaha Diromi dibagi menjadi 5 tahapan yaitu, (1) Peka terhadap digital (2) Menganalisis dan merencanakan produk yang sesuai untuk dipasarkan (3) Foto produk yang menarik perhatian (4) menganalisis super apps yang cocok untuk bekerjasama (5) Implementasi. Selanjutnya dari hasil wawancara yang sudah dilakukan, pelaku usaha mengatakan bahwa layanan *online food delivery* ini sangat membantu usaha-nya, terutama dengan peningkatan pendapatan penjualan, dengan melakukan pemasaran digital yang dirasakan yaitu pelanggan baru berdatangan. Dengan begitu banyak manfaat yang telah dirasakan melalui pemasaran digital yaitu; transaksi menjadi lebih mudah, memperluas pasar, dan memudahkan konsumen lama memesan yang dikarenakan jarak tempuh yang cukup jauh. Dengan beberapa manfaat yang sudah dirasakan ada kendala yang dialami oleh umkm salah satunya yaitu banyaknya produk yang sejenis yang dengan tampilan dan tingkat pembelian sudah banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. (2019). Pengaruh Aplikasi Gofood Terhadap Peningkatan Penjualan Mochitalk Plaza Medan Fair. *Manajemen Pemasaran Politeknik Unggul LP3M*, 6(2), 79–84.
- BPK Kalimantan Barat. (2021). Pemerintah Daerah Kabupaten Ketapang. 5–37.
<https://kalbar.bpk.go.id/pemerintah-daerah-kabupaten-ketapang/>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>
- Kurniawati, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing , Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan , dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang Sales Volume in Semarang City. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1105–1114.
- Murdiyanto, Ek. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat.
- Rifani, R. A. (2022). YUME : Journal of Management Implementasi Layanan Food Delivery bagi Penjualan UMKM Makanan dan Minuman di Kota Parepare. 5(3), 486–491.
<https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.6587>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122(July 2018), 889–901.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 127–134. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.5072>
- Wiecek, A. (2018). *Product Design and Its Influence on Consumers ' Behavior*.
- Wiharsono, H. A., Khoerani, A., Utami, V., Marsa, M., Fitri, A. N., & Nuryati, N. (2022). Pengaruh Layanan Pesan Antar Secara Online Selama Masa Pandemi Terhadap Omzet Penjualan Frozen Food di Kota Cimahi. 13–14.

Website

<https://blog.jakpat.net/the-habit-of-online-food-delivery-jakpat-survey-report-2022/>

<https://dataindonesia.id/>