
**EFEKTIFITAS PEMANFAATAN APLIKASI MAKANAN DIGITAL
SEBAGAI KEBERLANGSUNGAN MEDIA UMKM TOKO KUE
DIROMI**

Rahma Ayu Setyawati¹⁾

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka¹⁾

Email: rahmaay08@gmail.com

Abstrak

Media digital telah berkembang dengan bertransformasi digital termasuk aplikasi makanan digital yang sudah membantu pelaku usaha atau UMKM dalam mempromosikan produk dan memasarkan pasar yang lebih luas yaitu dengan melalui aplikasi Gofood. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan aplikasi makanan digital sebagai keberlangsungan media UMKM di Toko Kue Diromi. Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan desain penelitiannya yaitu studi kasus. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Untuk membuktikan efektivitas pemanfaatan aplikasi makanan digital dalam keberlangsungan media digital UMKM. UMKM Toko Kue Diromi menggunakan Aplikasi makanan digital atau Gofood dengan menggunakan satu bulan. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Maka berdasarkan informasi yang diperoleh dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital ini efektif sebagai media digital UMKM untuk penjualan pelaku UMKM Toko Kue Diromi dengan menilai dari produktivitas, kemampuan memperoleh laba, dan beradaptasi pada media digital.

Kata kunci : UMKM, Efektifitas, Aplikasi Makanan Digital

***EFFECTIVENESS OF DIGITAL FOOD APPLICATION UTILIZATION AS A MEDIA
SUSTAINABILITY FOR UMKM CAKE SHOP DIROMI***

Abstract

Digital media has developed with digital transformation including digital food applications that have helped businesses or MSMEs in promoting their products and marketing a wider market, namely through applications. Gofood. This study aims to determine the effectiveness of using digital food applications as a continuation of MSME media at the Diromi Donat Shop. The research method used is a qualitative research method with a research design that is a case study. Sampling technique using observation and interview techniques. To prove the

effectiveness of using digital food applications in the sustainability of MSME digital media. UMKM Diromi Donut Shop uses a digital food application orGofood using one month. The data collection is done by observation and interviews. So based on the information obtained in the use of this digital food application it is effective as a digital media for MSMEs for sales of MSME players at the Diromi Donut Shop by assessing productivity, ability to earn profits, and adapting to digital media

Keywords : *UMKM, Effectiveness, Digital Food Applications*

PENDAHULUAN

Pada perkembangan teknologi saat ini yang diiringi dengan perkembangan system informasi yang berbasis teknologi menjadi kemajuan yang begitu pesat di era globalisasi saat ini. Penggunaan media sosial menjadi salah satu yang utama sebagai media informasi. Teknologi akan terus berkembang dari waktu ke waktu, dan perkembangan dapat membawa masalah bagi para pelaku usaha UMKM.

Permasalahan keterbatasan inovasi dan teknologi menjadi hal yang tidak mudah mengakses bagi para pelaku usaha UMKM. Sehingga UMKM harus beradaptasi pada media teknologi saat ini. Maka penggunaan teknologi internet pada bisnis di Indonesia menjadi peluang bagi para pelaku usaha

UMKM, karna dengan peluang menggunakan teknologi internet dapat menjangkau pemasaran dapat lebih luas dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Oleh karena itu, transformasi ke era digital pada bisnis menjadi pengaruh kegiatan pasar saat ini dengan kemajuan teknologi berdampak pada penjualan produk. Mengembangkan strategi pemasaran menjadi salah satu penting

memperluas pemasaran Pemanfaatan teknologi menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam memasarkan produk mengingat semakin banyak orang yang menggunakan teknologi sebagai media informasi. Pada era teknologi ini informasi yang mudah dan penggunaan media sosial menjadi pilihan banyak orang untuk menghabiskan aktivitas di media sosial. Digital marketing merupakan bentuk pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi untuk menarik konsumen (Ryan Kristo Muljono,2018:5). Transformasi digital yang semakin berkembang terjadi perubahan yang terjadi pada era teknologi saat ini yang menyebabkan perubahan pada perilaku konsumen dalam keputusan membeli makanan, karna dari banyak kemajuan teknologi tidak lagi banyak konsumen makan di tempat dan beralih ke pembelian makanan secara digital. Pembelian makanan secara digital melalui aplikasi transportasi *online* yang melayani pembelian makanan, salah satunya adalah *Gofood* menjadi gaya hidup masyarakat di era teknologi saat ini. Strategi pemasaran yang dilakukan aplikasi makanan digital atau *Gofood* salah satu promosi yang dapat menjangkau konsumen secara luas karna adanya iklan yang dilakukan oleh *Gofood*

dari berbagai media sosial, ditemukan seperti Youtube, Facebook, Twitter, Instagram dan Tiktok. Iklan yang dilakukan *Gofood* melalui media sosial menjangkau pasar yang luas secara efektif.

Menurut Taufi et al, mendefinisikan bahwa *online food delivery* merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang digunakan oleh pelaku usaha dalam bidang kuliner. Saat ini *Gofood* adalah salah satu fitur aplikasi makanan digital atau *Gojek* dengan memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam layanan pesan antar makanan di Indonesia. Fitur *Gofood* muncul *Gofood* muncul sejak 2006 dengan tujuan membantu masyarakat dalam memecahkan masalah yang dihadapi yaitu memesan macam kuliner cepat saji dengan akses yang memudahkan konsumen memesan makanan dimana pun berada secara instan dan cepat. Maka UMKM memanfaatkan teknologi saat ini dalam media digital melalui aplikasi aplikasi makanan digital serta peluang bagi UMKM. Efektifitas penggunaan aplikasi akan terukur berdasarkan seberapa besar persentase dari target tercapai, dimana semakin besar pencapaian target maka akan semakin tinggi tingkat efektifitas penggunaannya (Hidayat,1986).

Efektifitas UMKM dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *gojek* yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM untuk keberlangsungan media digital di era teknologi saat ini. Layanan *Gofood* berkembang di era teknologi saat ini memiliki manfaat bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Pemesanan makanan melalui aplikasi makanan digital atau *Gofood* menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat di era teknologi saat ini. Pemanfaatan pada *Gofood* membuat pelaku usaha UMKM lebih menjangkau konsumen yang luas dengan hal itu konsumen tidak perlu mengantri dalam penggunaan *Gofood* karena konsumen sudah menjadi perilaku konsumen maka secara terus-menerus menjadi kebiasaan. Sehingga aplikasi makanan digital memudahkan pelaku usaha UMKM dalam keberlangsungan media digital. Dari hasil pengamatan tersebut penulis tertarik untuk meneliti dan memahami dengan detail tentang efektifitas pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *Gofood* menjadi wadah untuk keberlangsungan media digital bagi UMKM. Dengan demikian berdasarkan penelitian ini adalah "Efektifitas Pemanfaatan Aplikasi Makanan Digital Sebagai Keberlangsungan Media UMKM.

MATERI DAN METODE

Metode Penelitian

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan metode studi kasus yang mendeskripsikan hasil penelitian dengan menemukan gambaran menyeluruh dalam suatu keadaan. Definisi studi kasus menurut Robert K. Yin (2015) adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dan konteks tak tampak jelas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata dan kekuatan yang unik dari studi kasus adalah kemampuannya untuk berhubungan sepenuhnya dari berbagai jenis bukti baik dokumen, peralatan, wawancara dan observasi (Yin, 2015). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti menganggap permasalahan yang diteliti cukup kompleks dan dinamis sehingga data yang diperoleh dari para narasumber tersebut dijarah dengan metode yang lebih alamiah yakni *Interview* langsung dengan narasumber sehingga didapatkan jawaban yang alamiah.

Lingkup Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) peran peneliti dalam penelitian kualitatif sebagai *human instrument* dan dengan teknik pengumpulan data *participant observation* (observasi berperan serta) dan *in depth interview* (wawancara mendalam), maka peneliti harus mengenal betul orang yang memerikan data (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui subjek pada *representative informan* atau data. Penelitian kualitatif dilakukan dengan teknik kondisi alami, sumber data primer dan teknik observasi berperan serta, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Desain Penelitian

Butuhnya sumber data pada penelitian ini yang akan memperoleh suatu informasi kepada seorang peneliti. Pengumpulan data oleh seorang peneliti melalui subjek ini dipilih pada *representative informan* atau data. Penelitian ini menghindari generalisasi, tiap-tiap subjek mewakili diri sendiri. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik kondisi alami, sumber data primer dan lebih banyak pada teknik observasi berperan serta, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis model interaktif yang dikembangkan oleh Miles (Miles & Huberman, 2007) yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penyajian data adalah perakitan, pengorganisasian atau kompresi informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan. Analisis data kualitatif dilakukan selama peneliti terjun ke lapangan. Penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis data yang bersifat induktif, artinya sebuah analisis yang berdasarkan data yang didapatkannya sehingga dapat dikembangkan menjadi hipotesis. Analisis data kualitatif akan dilaksanakan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data berlangsung.

SUB JUDUL/ PEMBAHASAN **Efektivitas**

Secara Etimologis Efektivitas dari Bahasa Inggris yaitu *effective* yang artinya berhasil atau dilakukan dengan baik. Sehingga dalam menurut Kamus Besar Indonesia (KBBI) kata efektifitas berarti dapat membuahkan hasil, mulai berlaku,

ada pengaruhnya, atau akibat. Maka menurut . Menurut Sondang (dalam(Othenk, 2008)), Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya berupa sarana maupun prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya dengan tujuan menghasilkan barang atau jasa dari kegiatan yang dijalankan. Menurut Morris & Steers (1980), efektivitas bisa ditinjau dari beberapa aspek yaitu aspek produktivitas, kemampuan memperoleh laba, kemampuan menyesuaikan diri dan kepuasan kerja. Sehingga seberp efektif dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *Gofood* menjadi keberlangsungan media pada UMKM.

Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)

Berdasarkan UU No. 9 Tahun 1999 yang kemudian dirubah ke Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undangundang ini.
- 2) 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 tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

- 3) 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 (Suci, 2017).

Aplikasi Makanan Digital

Aplikasi makanan digital yang digunakan pada era teknologi saat ini salah satunya adalah *Gofood*. *Gofood* salah satu fitur berasal software gojek yang berupa layanan jasa beli dan antar makanan di konsumen. Sebagaimana yang dilansir dari halaman resmi gojek

(www.gojek.com), fitur *GoFood* timbul Sejak tahun 2006 dengan tujuan untuk membantu masyarakat dalam memecahkan persoalan yang dihadapi yaitu berupa harapan untuk menikmati berbagai makanan cepat saji tetapi memiliki keterbatasan kendaraan dan tidak mengetahui akses untuk pergi ke tempat tersebut. hingga saat ini, kurang lebih 190 juta orang yang telah menginstall aplikasi gojek, 2 juta mitra *driver* yang telah bergabung, serta 900 ribu jumlah mitra *GoFood* yang terdaftar. Adanya fitur *GoFood* ini memudahkan konsumen untuk menentukan berbagai jenis kuliner sesuai menggunakan yang diinginkan (Azizah & Adawia, 2018). Bagi para pelaku usaha sendiri, adanya fitur *GoFood* ini sangat membantu buat mempromosikan bisnisnya supaya lebih berkembang dan dikenal oleh banyak orang. Bukan hanya itu saja, fitur *GoFood* juga membantu para pelaku usaha untuk menarik lebih banyak calon konsumen sehingga mereka bisa memperoleh pendapatan yang meningkat dibandingkan sebelumnya.

Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Toko Kue Diromi yang berada di Kecamatan Duren Sawit, Kota Jakarta

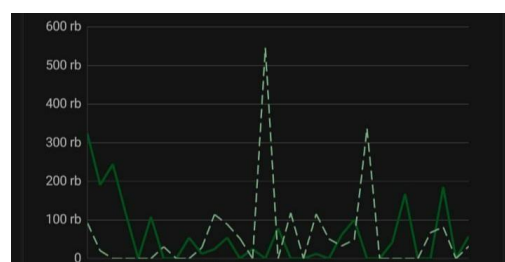
Timur. Bersumber dari UU No. 20 Tahun 2008, Pasal 1 ayat 1, 2, dan 3 menjelaskan ada tiga perbedaan dalam bentuk usaha mikro kecil, menengah, besar. Dijelaskan bahwa rumah tangga industri dan bisnis individu yang memenuhi persyaratan usaha mikro didefinisikan sebagai "usaha mikro". Usaha kecil adalah usaha non-besar atau menengah yang termasuk dalam definisi usaha kecil. Sebagaimana didefinisikan oleh Undang-undang ini, usaha menengah ialah bisnis yang tidak kecil atau besar dalam hal total kekayaan bersih atau penjualan tahunnya. Usaha didefinisikan sebagai besar dalam total kekayaan bersih atau penjualan tahunannya. Maka UMKM memanfaatkan media digital sebagai keberlangsungan penjualan dalam efektifitas pada aplikasi makanan digital.

No	Nama	Nilai / % Responden
1	Pasar lebih luas	76
2	Bantu pengiriman makanan	74
3	Bantu kelola operasional	63
4	Subsidi untuk promosi	55
5	Edukasi bisnis	37

Tabel 1.1 Aplikasi *Gofood* membantu UMKM jangkau pasar lebih luas Sumber: Databok

Pada data tersebut menyatakan bahwa aplikasi makanan digital bermanfaat bagi UMKM untuk

menjangkau pasar lebih luas dalam memasarkan produk dari pasar yang lebih luas menjangkau konsumen 76% responden, membantu pengiriman makanan 74% responden, membantu kelola operasional 63% responden, membantu promosi 55% responden, dan dapat mengedukasi usaha bisnis 37% responden. Sehingga efektifitas dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *Gofood* berpengaruh dalam penjualan makanan secara digital.



Gambar 2. Grafik Penjualan Sumber: Aplikasi *Gofood* Toko Kue Diromi

Efektifitas bisa ditinjau dari beberapa aspek yaitu aspek produktivitas, pada grafik diatas produktivitas penjualan selam 1 bulan dalam kemampuan memperoleh laba, dapat kemampuan menyesuaikan diri dan kepuasan kerja. Sehingga efektifitas pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *Gofood* menjadi keberlangsungan media UMKM. Dapat menunjukkan efektifitas dalam melakukan setiap harinya dalam 1 bulan dengan pemanfaatan aplikasi makanan digital

atau *Gofood* dengan secara signifikan dalam pendapatan penjualan yang didapat dari penjualan melalui aplikasi makanan digital. Bersumber dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwasannya pelaku usaha Toko Kue Diromi merasa efektif selama keberlangsungan pemanfaatan aplikasi makanan digital. Selain itu mengenai media keberlangsungan UMKM beranggapan sangat bermanfaat dalam penjualan melalui media digital. Hal ini didukung dengan narasumber : *"Menurut saya dengan adanya aplikasi makanan digital seperti Gofood sangat bermanfaat saya sebagai pelaku UMKM. Karena, dulu dalam menjual makanan masih dengan pemasaran konvensional sehingga terkadang saya tidak bisa menjangkau konsumen lebih luas, dan pendapatan saya semakin bertambah dengan aplikasi Gofood"*

Manfaat yang dirasakan pelaku usaha UMKM adalah tujuan dari keektifitas selama keberlangsungan media digital dalam aplikasi makanan digital pada penggunaan aplikasi tersebut tepat dan efektif dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital. Sehingga, diharapkan pada penggunaannya mampu

meningkatkan penjualan sebagai keberlangsung UMKM serta efektif dan efisien dalam melakukan pemasaran lebih luas dalam pemanfaatan. Pada pemanfaatan aplikasi makanan digital para pelaku usaha UMKM tidak merasakan kesulitan dalam penjualan secara digital yang mereka rasakan dari mudahnya mengetahui penjualan dan penghasilan yang mereka dapatkan. Sehingga efektifitas dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital sebagai media keberlangsungan sangat tepat dan efektif.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan terkait Efektifitas pemanfaatan aplikasi makanan digital sebagai keberlangsungan media UMKM di Toko Kue Diromi Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Toko Kue Diromi yang berada di Kecamatan Duren Sawit, Kota Jakarta Timur. Bersumber dari UU No. 20 Tahun 2008, Pasal 1 ayat 1, 2, dan 3 menjelaskan ada tiga perbedaan dalam bentuk usaha mikro kecil, menengah, besar. Dijelaskan bahwa rumah tangga industri dan bisnis individu yang memenuhi persyaratan usaha mikro didefinisikan sebagai "usaha mikro". Usaha kecil adalah usaha non-besar atau

menengah yang termasuk dalam definisi usaha kecil. Pada data tersebut menyatakan bahwa aplikasi makanan digital bermanfaat bagi UMKM untuk menjangkau pasar lebih luas dalam memasarkan produk dari pasar yang lebih luas menjangkau konsumen 76% responden, membantu pengiriman makanan 74% responden, membantu kelola operasional 63% responden, membantu promosi 55% responden, dan dapat mengedukasi usaha bisnis 37% responden. Sehingga efektifitas dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *Gofood* berpengaruh dalam penjualan makanan secara digital. produktivitas penjualan selama 1 bulan dalam kemampuan memperoleh laba, dapat kemampuan menyesuaikan diri dan kepuasan kerja. Sehingga efektivitas pemanfaatan aplikasi makanan digital atau *Gofood* menjadi keberlangsungan media UMKM. Manfaat yang dirasakan pelaku usaha UMKM adalah tujuan dari keektifitas selama keberlangsungan media digital dalam aplikasi makanan digital pada penggunaan aplikasi tersebut tepat dan efektif dalam pemanfaatan aplikasi makanan digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarini, N. S. B. (2017). Implementasi undang-undang no. 20 tahun 2008 dalam

pengembangan usaha perikanan berkelanjutan. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 26(2), 32–50.

Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Ikraith-Informatika*, 2(3), 53–60.

Didin Hadi Saputra, Dian Utami, Sutiksno Aditya Halim Perdana Kusuma, Romindo Dewi Wahyuni, Agung Purnomo, Jenner Sinamarta. *Digital Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.

Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH*

Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1(2), 157–172. Islami, N. W., Supanto, F., & Soeroyo, A. (2021). Peran pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM yang terdampak covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45– 57.

Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019

LD FEB UI “Suvei Gofood Bantu UMKM Jangkau Pasar Lebih Luas” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/13/survei-gofoodbantu-umkm-jangkau-pasar-lebihluas>(diakses 20 Januari 2023)

