

Digitalisasi UMKM Bidang Kuliner terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Alfin Agung Az'har¹, Zuhrinal M. Nawawi²

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Email: Alfinagungazharr@gmail.com, zuhrinal.nawawi@gmail.com

ABSTRACT

In this era of development, the engineering of ideas can start from a small place and then grow into a bigger one and become a company that affects millions of people around them. Culinary SMEs can now take advantage of the innovations provided by Gojek. Especially in the food delivery service, namely GoFood. Departing from that, Grab launched the GrabMerchant application which is specifically designed to help MSME owners (Micro, Small and Medium Enterprises) digitize their business. It is desirable that on this occasion the article is also designed as a learning material and informs that technological developments can digitize micro, small and medium enterprises for economic growth so that SMEs in the community can increase by using Grab and GojekGrab Indonesia with food. delivery service feature - GrabFood offers delivery services at quite competitive prices. The research explains that GrabFood merchant partners and GrabKios agents experienced a 35% and 17% increase in sales respectively after joining Grab, and 12% of GrabFood's merchant partners said they were inspired to start their business because of GrabFood. As the business of GrabKios merchant partners and agents grows, they also accept Grab workers from their community. Overall, the main benefits that SMEs feel from partnering with GoFood are GoFood promotion opportunities, expansion of market access, ease of operation through the GoBiz application, and entrepreneurship training. Moreover, 3 out of 4 partner MSMEs get GoFood commissions according to the profits received. On this occasion, the author of the article wants to introduce the digitization of micro, small and medium enterprises to technological developments by utilizing third parties, namely companies engaged in digital transportation services that have the convenience of developing micro, small and medium enterprises. companies with offers and policies that certainly increase economic growth, it is time for MSMEs to develop with digitalization in the 4.0 era which will soon reach 5.0

Keywords: *Micro, small and medium enterprises, Gofood, Grabfood*

ABSTRAK

Di era perkembangan ini, rekayasa ide bisa dimulai dari tempat kecil kemudian berkembang menjadi lebih besar dan menjadi perusahaan yang mempengaruhi jutaan orang di sekitarnya. UMKM kuliner kini bisa memanfaatkan inovasi yang diberikan oleh Gojek. Khususnya pada layanan pesan antar makanan yaitu GoFood. Berangkat dari itu, Grab meluncurkan aplikasi GrabMerchant yang dirancang khusus untuk membantu pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) mendigitalkan bisnisnya. Diinginkan, pada kesempatan kali ini artikel juga dirancang sebagai bahan pembelajaran dan menginformasikan bahwa perkembangan teknologi dapat mendigitalkan usaha mikro, kecil dan menengah untuk pertumbuhan ekonomi sehingga

UMKM di masyarakat dapat meningkat dengan menggunakan Grab dan GojekGrab Indonesia dengan pangan. fitur delivery service-GrabFood menawarkan layanan delivery dengan harga yang cukup kompetitif. Riset tersebut menjelaskan bahwa mitra merchant GrabFood dan agen GrabKios mengalami peningkatan penjualan masing-masing sebesar 35% dan 17% setelah bergabung dengan Grab, dan 12% mitra merchant GrabFood mengatakan mereka terinspirasi untuk memulai bisnisnya karena GrabFood. Seiring berkembangnya bisnis mitra pedagang dan agen GrabKios, mereka juga menerima tenaga kerja Grab dari komunitasnya. Secara keseluruhan,

Manfaat utama yang dirasakan umkm dari kemitraan dengan GoFood adalah peluang promosi GoFood, perluasan akses pasar, kemudahan pengoperasian melalui aplikasi GoBiz, dan pelatihan kewirausahaan. Apalagi 3 dari 4 UMKM mitra mendapatkan komisi GoFood

sesuai dengan keuntungan yang diterima. Pada kesempatan kali ini penulis artikel ingin memperkenalkan digitalisasi usaha mikro, kecil dan menengah terhadap perkembangan teknologi dengan memanfaatkan pihak ketiga yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi digital yang memiliki kemudahan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah. perusahaan dengan penawaran dan kebijakan yang tentunya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, sudah saatnya umkm berkembang dengan digitalisasi di era 4.0 yang sebentar lagi akan mencapai 5.0

Kata Kunci: Usaha mikro kecil dan menengah, Gofood, Grabfood

PENDAHULUAN

Pada era perkembangan teknologi ini, ide rekayasa atau engineering dapat dimulai dari tempat yang kecil lalu berkembang menjadi lebih besar dan menjadi perusahaan yang memberikan dampak pada jutaan orang di sekitarnya. Hal tersebut tidak seperti pada masa lampau yang mana sebuah ide hanya dapat muncul di dalam laboratorium saja. Maka dari itu, untuk membahas hal tersebut lebih dalam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM membawa topik "Engineering Development in Technology Era" dalam International Week 2021.

Perutumbuhan teknologi yang semakin cepat ini bukan hanya disebabkan oleh semakin banyaknya ide-ide yang tumbuh, tetapi juga disebabkan oleh pertukaran informasi yang cepat melalui search engine machine. Oleh karena itu, akan selalu ada ruang bagi inovator-inovator baru menggantikan perusahaan sebelumnya dengan inovasi yang lebih baik sehingga tidak peduli seberapa kuat perusahaan lama itu bertahan, innovator baru atau pesaing baru akan selalu muncul seiring dengan perkembangan zaman.

Ia juga mengungkapkan bahwa untuk mendapatkan ide yang cerdas untuk mendirikan startup adalah dengan cara mencari bisnis dan market yang sudah ada lalu mengimprovisasi dan membuat inovasi menggunakan teknologi yang lebih maju sehingga produk yang dihasilkan akan lebih efisien, cepat, murah, dan mudah digunakan.¹

Revolusi industri 4.0 merupakan era industri yang memungkinkan seluruh entitas di dalamnya untuk saling berkomunikasi kapan saja secara real time dengan memanfaatkan teknologi internet. Kemudahan ini mendorong tercapainya kreasi nilai baru penerapan revolusi industri 4.0 yang sudah terlaksana di Tanah Air adalah kebijakan e-smart Industri Kecil dan Menengah (IKM). Kebijakan tersebut membantu para pelaku usaha untuk secara lebih masif dapat mempromosikan produk mereka di platform digital.

Semua kemajuan dan perubahan yang dibawa revolusi industri 4.0 mungkin membuat banyak orang merasa tidak ada revolusi lagi yang bisa terjadi. Namun, pikiran itu musnah setelah muncul era Society 5.0, sebuah konsep yang dihadirkan oleh Federasi Bisnis Jepang. Konsep yang sudah diusulkan dalam 5th Science and Technology Basic Plan ini dijadikan masyarakat masa depan yang harus dicitakan oleh Negeri Matahari Terbit ini.

Era society 5.0 bertujuan untuk mengintegrasikan ruang maya dan ruang fisik. Integrasi tersebut dilakukan untuk membuat semua hal menjadi lebih mudah. Keseimbangan kemajuan ekonomi dengan

¹ UNIVERSITAS GADJAH MADA FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS: "Perkembangan Teknologi di Era Digital" <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3614-perkembangan-teknologi-di-era-digital> Di akses tanggal: 22 juni 2022

penyelesaian masalah sosial dengan memanfaatkan sistem yang sangat mengintegrasikan kedua hal tersebut membuat semua hal menjadi mudah, terutama memperluas prospek kerja.²

Para UMKM kuliner saat ini dapat memanfaatkan inovasi yang disediakan Gojek. Khususnya dalam layanan pesan antar makanan yakni GoFood sekaligus hal tersebut juga berdampak positif kepada pengemudi Gojek. Sebab tak hanya sektor UMKM saja, pengemudi transportasi daring pun juga terimbas dengan dibatasinya mobilitas masyarakat saat pembatasan diberlakukan oleh pemerintah.

Jika ekosistem Gojek dimanfaatkan, UMKM kuliner dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki Gojek. Saat ini, aplikasi Gojek telah diunduh lebih dari 190 juta kali per Juni 2021. Angka itu dapat dimanfaatkan para pelaku usaha UMKM kuliner dalam memperluas penjualannya. Susan Suhargo, Regional Marketing Manager GO-JEK Medan menambahkan, “banyak mitra merchant kami yang memulai bisnis kuliner hanya dari dapur dengan peralatan seadanya dan kini usaha mereka berkembang lebih besar dengan hadirnya infrastruktur dari GO-FOOD”. Dia juga menambahkan bahwa rata-rata transaksi merchant meningkat 2.5 kali sejak bergabung dengan GO-FOOD³

Tak hanya itu, Gojek pun menjanjikan inovasi yang akan terus dilakukan dan pada akhirnya juga menguntungkan para mitranya dalam menjalankan bisnis. "Sejak Gojek lahir 11 tahun lalu, inovasi sudah menjadi bagian dari DNA kami," kata Co-Founder dan CEO Gojek Kevin Aluwi dalam konferensi video.⁴ Berangkat dari hal tersebut, Grab meluncurkan aplikasi GrabMerchant yang dirancang khusus untuk membantu para pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) mendigitalisasi bisnis mereka.

Pada dasarnya, aplikasi GrabMerchant ini menggantikan aplikasi GrabFood Merchant. Namun, layanan ini tak hanya akan melayani kuliner saja, melainkan untuk GrabMart juga. Kerja sama pun turut dijalin dengan pasar tradisional. Salah satunya, PD. Pasar Jaya. Dengan aplikasi GrabMerchant, para UMKM di bidang kuliner juga bisa menjual bahan-bahan makanan beku dan peralatan makan mereka melalui GrabMart.

Menurut Hadi Surya Koe selaku Head of Marketing GrabFood, Grab Indonesia, GrabMerchant tak hanya memberikan fitur pengaturan keuangan secara digitalisasi, namun juga memberikan akses yang bisa dimodifikasi sesuai mitra merchant. Misalnya, mengatur akses khusus bagi pemilik usaha, store manager, atau kasir. Mitra merchant juga bisa membuat iklan sendiri, serta mendapat insight mengenai produk yang paling banyak dijual. Selain itu, GrabMerchant juga mengembangkan fitur grosir untuk memenuhi kebutuhan supply para mitra.⁵

METODE PENELITIAN

²Binus: “Sejarah Revolusi Industri 4.0 dan Bedanya dengan Society 5.0” <https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/05/23/sejarah-revolusi-industri-4-0-dan-bedanya-dengan-society-5-0/> Di Akses tanggal 22 juni 2022

³ Data internal GO-JEK, Berdasarkan rata-rata pertumbuhan median (median growth) dari masing-masing merchant UMKM di GO-FOOD dari pertama bergabung hingga Januari 2018

⁴Republika.co: “Menangkap Peluang Bisnis Kuliner di Ruang Digital” <https://www.republika.co.id/berita/r1on20370/menangkap-peluang-bisnis-kuliner-di-ruang-digital> Di Akses Tanggal 22 juni 2022

⁵ Grab: “Grab Perkenalkan GrabMerchant, Dorong Transformasi Digital & Geliat UMKM di Era New Normal” <https://www.grab.com/id/press/tech-product/grab-perkenalkan-grabmerchant/> Di Akses tanggal 22 Juni 2022

Pada artikel ini menggunakan teknik metode kualitatif di mana prosesnya diambil dari observasi penelitian jurnal atau artikel terdahulu serta kajian pustaka guna menetapkan data yang diinginkan, di kesempatan kali ini juga artikel di rancang sebagai bahan pembelajaran serta menginformasikan bahwa perkembangan teknologi dapat mendigitalisasikan usaha mikro kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi agar umkm di masyarakat bisa meningkatkan dengan kerja sama terhadap layanan Grab dan Gojek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan internet economy, web economy, digital-based economy, new economy knowledge, atau new economy.⁶

Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997) Menurutnya, ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas e-commerce, distribusi digital barang dan jasa.

Turban et al. (2004), Katawetawaraks dan Wang (2011) menjelaskan bahwa belanja online adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) melalui media internet. Kegiatan belanja online meliputi kegiatan Business to Business (B2B) maupun Business to Consumers (B2C). Sementara pada penelitian kegiatan belanja online dikaitkan dengan B2C karena kegiatan pembelian yang dimaksudkan adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri, tidak dijual kembali.

Kegiatan belanja online di sini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja online di sini adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara online. Menurut Zimmerman (2000), merupakan sebuah konsep yang sering digunakan untuk menjelaskan dampak global terhadap pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang berdampak pada kondisi sosial-ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi yang berdampak pada ekonomi makro maupun mikro. Sektor yang dipengaruhi meliputi barang dan jasa saat pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada sejauh mana teknologi digital dapat menjangkau.⁷

Di ekonomi digital, digital disruption memicu terjadinya digital business model. Istilah digital disruption menunjukkan terjadinya model bisnis baru ketika teknologi digital memengaruhi perubahan nilai dari transaksi bisnis. Digital disruption misalnya dengan mengubah nilai dan cara berbisnis ojek tradisional lewat interkoneksi jaringan internet. Pengemudi ojek dapat berkerja dengan lebih produktif karena dapat memperoleh order pelanggan yang paling dekat dengan lokasinya. Dengan jumlah order

⁷ Rangkyu, Dewi Mahrani, et al. "MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEP DASAR EKONOMI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA KELOMPOK USAHA IBU RUMAH TANGGA." *Garda-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2.1 (2021): 71-80.

yang meningkat, pengemudi dapat 4 Digitalisasi UMKM meningkatkan bahkan mendobolkan pendapatannya. Di sisi lain, pelanggan dapat memesan ojek dengan lebih cepat karena dihubungkan dengan armada ojek yang besar yang sebagian berada di sekitar lokasinya. Akibatnya, pelanggan dapat mengurangi searching costs yang ditanggungnya. Bagi perusahaan, transaction costs dapat berkurang secara signifikan karena beroperasi dengan sepeda motor yang tidak dimilikinya sehingga menghilangkan biaya investasi.

Grab Indonesia dengan fitur layanan food delivery-nya yaitu GrabFood menawarkan layanan antar dengan biaya yang cukup bersaing. Selain itu, GrabFood selalu menawarkan promo diskon biaya antar dan diskon pemesanan makanan dan minuman yang menggiurkan melalui voucher – voucher yang mereka sediakan. Promo ini bisa didapatkan dengan memakai Ovo, layanan pembayaran dan transaksi online yang tergabung di dalam aplikasi Grab. Ada beragam merchant di GrabFood, dari mulai UMKM hingga restoran mewah dan juga cepat saji yang Halal. Jadi, Anda akan dimanjakan dengan pilihan makanan yang beragam hanya dalam satu aplikasi.⁸

Sebuah riset yang dilakukan oleh Center for Strategic and International Studies (CSIS) dan Tenggara Strategics di bulan Januari 2020 menemukan bahwa gig economy yang didukung oleh Grab telah memberi dampak bagi ketahanan ekonomi Indonesia. Mitra Grab dari 12 kota yang disurvei menyatakan bahwa Grab tidak hanya menawarkan peluang ekonomi yang lebih baik bagi pekerja informal (yang merupakan 56,5% dari total tenaga kerja Indonesia), tetapi juga meningkatkan pertumbuhan bisnis kecil dan menciptakan lapangan pekerjaan di luar platform Grab.

Riset tersebut menjelaskan bahwa mitra merchant GrabFood dan agen GrabKios merasakan adanya peningkatan penjualan masing-masing sebesar 35% dan 17% setelah bergabung dengan Grab, dan 12% mitra merchant GrabFood mengatakan bahwa mereka terinspirasi untuk memulai bisnisnya karena adanya GrabFood. Seiring dengan tumbuhnya bisnis mitra merchant GrabFood dan agen GrabKios, mereka juga menyerap tenaga kerja dari komunitas mereka. Secara keseluruhan, gig work dari platform Grab berkontribusi sebesar Rp77,4 triliun bagi ekonomi Indonesia pada 2019, meningkat 58% dari Rp 48,9 triliun pada tahun 2018.

Ridzki menambahkan, “Meski dihadang oleh ketidakpastian ekonomi di masa depan, namun kami percaya bahwa kami dapat turut berperan dalam membangkitkan ekonomi Indonesia lewat digitalisasi UMKM melalui layanan seperti GrabFood, GrabKios, dan GrabMart, sembari menciptakan peluang ekonomi lainnya bagi jutaan wirausahawan mikro.”

Tercatat pada 2020, penjualan e-commerce meningkat 26% atau sebesar Rp36 triliun dibandingkan tahun 2019. Selain itu, terdapat 51% konsumen baru yang pertama kali melakukan belanja secara daring saat diberlakukannya PSBB. Selanjutnya, jumlah pengguna e-commerce di Indonesia saat ini mencapai 129 juta pengguna, namun pelaku usaha yang go digital baru 13,7 juta (21%) dari total 64 juta pelaku UMKM.

Untuk itu, Kementerian Koperasi dan UKM berkomitmen untuk mempercepat akselerasi tingkat adopsi digital bagi UMKM. Pemerintah menargetkan setidaknya sebanyak 30 juta UMKM bergabung pada platform digital sampai dengan tahun 2024.

⁸Halal Trip: “Aplikasi Pesan Makanan dan Minuman “ <https://www.halaltrip.com/id/other/blog/aplikasi-pesan-makanan-online-indonesia/> Di Akses Tanggal : 22 juni 2022

"Hal ini tentunya tidak mudah. Tantangan yang dihadapi UMKM terutama terkait kesiapan baik dari sisi produk maupun SDM. Selain itu, upaya untuk meningkatkan literasi manfaat masuk ke ekosistem digital dan inkubasi untuk mengakselerasi kesiapan UMKM perlu dilakukan secara intensif," jelas Sutarmo.

Untuk mewujudkan hal-hal tersebut, tentunya diperlukan sinergitas dan kolaborasi antar stakeholders. Salah satunya berkolaborasi dengan PT Grab Teknologi Indonesia untuk mengembangkan usaha mikro melalui teknologi digital yang sudah dilakukan sejak tahun kemarin. "Itu bukti komitmen kami dalam pendampingan onboarding, maka dilakukanlah perjanjian kerjasama pada 2021," imbuh Sutarmo.⁹

GoFood merupakan fitur layanan food delivery yang ada di dalam aplikasi Gojek. Faktanya, Gojek juga merupakan salah satu pelopor aplikasi yang menyediakan fitur pesan makanan dan minuman online di Indonesia. GoFood menawarkan kemudahan transaksi dan interface yang ramah pengguna. Transaksi pembayaran online GoFood bisa dilakukan dengan GoPay dengan cara mengisi saldo dari ATM/MBanking/Internet Banking Anda secara langsung. Sehingga dapat menghindari pemakaian uang fisik yang tidak higienis. Dengan mengisi GoPay, Anda akan mendapatkan berbagai macam promo yang tersedia.

Dari mulai diskon layanan antar hingga diskon biaya pemesanan sampai dengan 75% dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Dengan GoFood, Anda akan mendapati banyak pilihan merchant, termasuk UMKM, makanan Halal, frozen food, barang belanjaan rumah, dan restoran mewah, juga restoran cepat saji.¹⁰ "Lebih dari 80% mitra UMKM dan mitra driver di ekosistem Gojek semakin optimis terhadap tren pertumbuhan layanan online setelah pandemi dan ingin terus bermitra dengan Gojek ke depannya," jelas Alfindra.

Ekosistem dan solusi yang dimiliki Gojek juga membantu UMKM dan pengusaha pemula terus tumbuh di tengah pandemi. Buktinya, jumlah pengusaha pemula yang memanfaatkan GoFood meningkat selama masa pandemi sebesar 47%, dibanding periode sebelumnya 31%. Selain itu, disebutkan 4 dari 5 UMKM percaya GoFood mendorong pertumbuhan usaha. Manfaat utama yang dirasakan UMKM dari kemitraan dengan GoFood adalah kesempatan promosi GoFood, perluasan akses pasar, kemudahan pengelolaan operasional melalui aplikasi GoBiz, dan pelatihan kewirausahaan. Apalagi 3 dari 4 mitra UMKM menganggap biaya komisi GoFood sudah sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

"Hampir setengah atau 44% UMKM social seller menyatakan lebih sering atau selalu menggunakan GoSend untuk mengirimkan barang. Bisnis UMKM social seller mengalami rata-rata kenaikan pendapatan sebesar 18%," kata Alfiandri.

Peningkatan Pendapatan Mitra Berkontribusi Pada Pemulihan Ekonomi

Sementara itu Wakil Kepala LD FEB UI, Dr. Paksi C.K Walandouw mengatakan resiliensi, kecepatan pemulihan melalui peningkatan pendapatan mitra UMKM yang berada di ekosistem Gojek.

⁹ Grab:” Grab Luncurkan #TerusUsaha, Bantu UMKM Berkembang dalam Era ‘New Normal’ <https://www.grab.com/id/press/social-impact-safety/grab-luncurkan-terususaha-bantu-umkm-berkembang-dalam-era-new-normal/> Di akses Tanggal 22 juni 2022

¹⁰ ibid

Selain itu, serta loyalitas konsumen berdampak positif pada pemulihan ekonomi Indonesia pada masa pandemi.

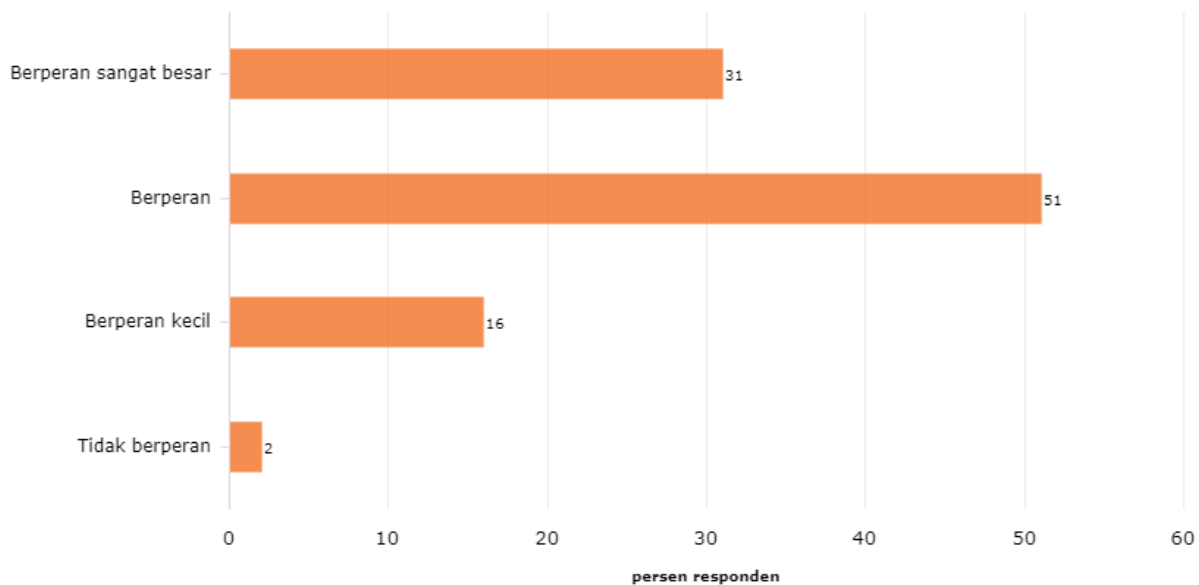
"Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan pendapatan para mitra driver dan UMKM pada 2021, yang diperkirakan akan mencapai Rp 66 triliun dari 2020 ke 2021," kata Paksi.

Peningkatan tersebut membuat kontribusi ekosistem Gojek dan GoTo Financial pada perekonomian nasional diperkirakan naik 60% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 249 triliun atau 1,6% dari PDB Indonesia di tahun 2021.

Angka ini dihitung berdasarkan total pendapatan yang berasal dari sumbangan langsung dari mitra sumbangan tidak langsung dari mitra UMKM GoFood. Kemudian social seller, dan mitra UMKM GoTo financial serta dampak ekonomi ikutan (multiplier) yang dihitung dari total output untuk sektor perhubungan darat dan sektor penyediaan jasa dan minuman berdasar tabel input output.

Riset LD FEB UI dilakukan di beberapa kota dengan responden riset ini adalah konsumen, UMKM yang sudah menggunakan layanan Gojek sebelum pandemi yakni sejak Maret 2020. Total responden yang mengisi kuesioner secara lengkap dan dapat dilakukan analisis adalah 42.471 orang, terdiri dari 10.837 mitra driver GoRide, 9.756 mitra driver GoCar, 7.228 mitra driver GoSend dan GoKilat, 4.363 mitra UMKM GoFood, 1.728 mitra social seller, dan 8.559 konsumen. Mayoritas responden atau 95% tersebar di 21 kota.

Menurut survei Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI), mayoritas atau 51% responden dari kalangan UMKM kuliner mitra GoFood menganggap platform ini berperan dalam pertumbuhan usaha mereka.



Sumber: Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Indonesia, 21 Oktober 2021

Sebanyak 31% responden menganggap peran GoFood sangat besar, kemudian 16% responden menilai GoFood berperan kecil, dan hanya 2% responden yang menganggap GoFood tidak berperan sama sekali dalam pertumbuhan usahanya.

Survei ini dilakukan LD FEB UI terhadap 4.363 UMKM kuliner mitra GoFood yang tersebar di 21 kota pada Agustus 2021. Pengumpulan data dilakukan secara online dengan pendekatan simple random sampling, margin kesalahan 2%, dan tingkat kepercayaan 95%.¹¹

KESIMPULAN

Pada kesempatan ini penyusun artikel ingin mengenalkan mengenai digitalisasi terhadap usaha mikro kecil menengah terhadap perkembangan teknologi dengan memanfaatkan pihak ketiga yakni perusahaan yang bergerak di bidang layanan transportasi digital yang memiliki fasilitas terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah dengan tawaran dan kebijakan yang tentunya bersifat membangun pertumbuhan ekonomi, sudah saat nya umkm perkembangan dengan digitalisasi pada era 4.0 yang sebentar lagi akan menjadi 5.0

DAFTAR PUSTAKA

- Arti Bella, 2021. *Aplikasi Pesan Makanan dan Minuman*, URL: <https://www.halaltrip.com/id/other/blog/aplikasi-pesan-makanan-online-indonesia/>, diakses pada 23 Juni 2022.
- Astuti, R., Kartono, & Rahmadi. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Digitalisasi Teknologi Dan Integrasi Akses Permodalan. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 248 – 256. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764>
- Arif, M., & Dedi, J. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 195 – 205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- FEB UGM, 2022. *Perkembangan Teknologi di Era Digital*, URL: <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3614-perkembangan-teknologi-di-era-digital>, diakses pada 22 Juni 2022.
- Grab, 2020. *Luncurkan #TerusUsaha, Bantu UMKM Berkembang Dalam Era “New Normal”*, URL: <https://www.grab.com/id/press/social-impact-safety/grab-luncurkan-terususaha-bantu-umkm-berkembang-dalam-era-new-normal/>, diakses pada 23 Juni 2022.
- Nizar, N., I., & Sholeh, A., N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Madani*, 4(1), 87 – 99. <https://doi.org/https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>

¹¹ Data books:” Survei: Mayoritas UMKM Merasa Terbantu oleh GoFood” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/13/survei-mayoritas-umkm-merasa-terbantu-oleh-gofood> Di Akses Tanggal 22 juni 2022

- Pahlevi Reza, 2022. *Survei: Mayoritas UMKM Merasa Terbantu oleh Grabfood*, URL: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/13/survei-mayoritas-umkm-merasa-terbantu-oleh-gofood>, diakses pada 22 Juni 2022.
- Rangkuty, Dewi Mahrani, et.al. (2021). Meningkatkan Pemahaman Konsep Dasar Ekonomi Digital Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Garda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 71 – 80. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/grd/article/view/15569>
- Subekti Rahayu, 2021. *Menangkap Peluang Bisnis Kuliner di Ruang Digital*, URL: <https://www.republika.co.id/berita/r1on20370/menangkap-peluang-bisnis-kuliner-di-ruang-digital>, diakses pada 24 Juni 2022.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet, Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.