

Peran Sistem Digital GoJek bagi Pelaku Usaha untuk Meningkatkan Permintaan Konsumen di Distrik Abepura Kota Jayapura

Paulinus Baharu, Christina Irwati Tanan*

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Ottow Geissler Papua

e-mail: christinatanan06@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah dan upaya pelaku usaha dan peran sistem digital bagi pelaku usaha untuk meningkatkan permintaan konsumen di Distrik Abepura Kota Jayapura. Penelitian dilakukan pada tahun 2019-2022 pada 15 Pengemudi Ojek Dalam Jaringan (Ojek Daring) berbasis aplikasi GoJek dan 85 Bisnis makanan di Distrik Abepura. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan masalah yang dihadapi pelaku usaha pada masa Covid-19 adalah penurunan pendapatan dan upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk mengatasi masalah adalah dengan melakukan inovasi, penjualan daring dan menjual makanan kekinian. Peran Aplikasi sistem digital sangat membantu dan meningkatkan permintaan konsumen pengemudi GoJek dan bisnis makanan di Distrik Abepura sebesar 30-50% Tahun 2023 bisnis makanan dan minuman yang terdaftar di aplikasi GoJek di wilayah Distrik Abepura sebanyak 175 usaha. Belum semua usaha menggunakan sistem digital atau penjualan secara daring karena belum semua penjual memahami cara penjualan dengan sistem digital atau penjualan secara daring. Program pendampingan kepada pelaku usaha diharapkan dapat dilakukan oleh pemerintah, dunia akademisi, pakar sehingga penggunaan sistem digital dapat digunakan dengan cara tepat.

Kata kunci: Sistem Digitalisasi, Permintaan Konsumen, Pelaku Usaha

ABSTRACT

This study aims to determine the problems and efforts of business actors and the role of digital systems for business actors to increase consumer demand in Abepura District. The research was conducted in 2019-2022 on 15 GoJek drivers and 85 food businesses in Abepura District. The data analysis used was descriptive qualitative. The results showed that the problem faced by business actors during the Covid-19 period was a decrease in income and the efforts made by business actors to overcome the problem were to innovate, sell daring and sell contemporary food. The role of digital system applications is very helpful and increases consumer demand for

GoJek drivers and food businesses in Abepura District by 30-50 per cent. In 2023 the food and beverage business registered in the GoJek application in the Abepura District area was 175 businesses. Not all businesses use digital systems or daring sales because not all sellers understand how to sell with digital systems or daring sales. Mentoring programmes for business actors are expected to be carried out by the government, academia, experts so that the use of digital systems can be used in the right way.

Keywords: Digitalization System, Consumer Demand, Business Players.

PENDAHULUAN

Covid-19 yang melanda dunia berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat baik dalam bidang ekonomi seperti pada usaha-usaha yang dikelola oleh masyarakat. Masalah yang dihadapi yaitu penurunan pendapatan, pemutusan hubungan kerja sampai pada penutupan usaha. Untuk itu berbagai upaya dilakukan untuk mengatasi dampak Covid-19 seperti membuat inovasi produk baru, menciptakan produk kekinian dan bahkan kerjasama dengan usaha lain dan melakukan efisiensi. Semua usaha yang dilakukan dalam mengatasi dampak Covid-19 sehingga dapat bertahan sampai akhirnya dapat memajukan usahanya kembali.

Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) kerajinan pada saat pasca wabah Covid-19 diperhadapkan pada banyak masalah, di mana dampak pandemi pada industri sangat terpuruk akibat industri bersifat informal dan bersifat musiman dalam memenuhi permintaannya (Agarwal *et al.*, 2022). Pada kondisi ini UMKM harus mengambil langkah untuk dapat mengatasi masalah yang dihadapi baik tindakan secara internal dan eksternal.

Untuk mengatasi berbagai masalah akibat dampak Covid-19, maka dilakukan sejumlah usaha dan metode penjualan lebih banyak dilakukan secara daring. Sehingga teknologi digital menjadi strategi yang dipelajari dan dilakukan untuk mendapatkan konsumen. Peran teknologi meningkat pada saat Covid-19 dan menjadi sangat diperlukan bagi pelaku usaha seperti UMKM. Penerapan penggunaan *e-commerce* bagi para pelaku UMKM menjadi cara yang dilakukan demikian juga digital marketing (Nazwar & Anwar, 2022). Salah satu alternatif menolong pelaku usaha pada saat pandemi Covid-19 yaitu pengembangan UMKM digital (Arianto, 2020).

Pada masa Covid-19 pelaku usaha pengemudi ojek daring dan penjual makanan dan minuman di Distrik Abepura mengalami penurunan pendapatan. Sehingga pelaku usaha melakukan upaya untuk meningkatkan pendapatan. Seperti melakukan pekerjaan tambahan dan inovasi produk. Penggunaan Aplikasi

GoJek pada pengemudi ojek daring lebih memudahkan mereka mendapatkan konsumen atau konsumen bila dibandingkan penjual yang hanya mengandalkan penjualan lansung kepada konsumen. Sehingga pentingnya pengetahuan dalam melakukan penjualan atau transaksi daring menjadi hal yang penting dipelajari oleh pelaku usaha baik *e-commerce* dan pemasaran digital.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui masalah dan peran pengemudi ojek daring dan penjual di Distrik Abepura pada masa Covid-19 untuk meningkatkan pendapatannya serta peran sistem digital untuk meningkatkan permintaan konsumen. Akan tetapi belum semua penjual di Distrik Abepura melakukan penjualannya secara daring atau menggunakan sistem digital karena terbatasnya kemampuan yang dimiliki. Walaupun penerapan ekonomi digital memberikan banyak manfaat positif, akan tetapi UMKM yang ada masih kurang dalam mengadopsi dari ekonomi berbagi digital untuk itu diperlukan kesiapan UMKM (Lestantri, *et al.*, 2021). Adanya pengetahuan tentang pemasaran digital yang masih kurang maka pelaku UMKM belum mengikuti perkembangan dari digital secara penuh (Arumsari, *et al.*, 2022). Sehingga pendapatan yang diperoleh hanya dari penjualan secara langsung. Untuk itu pentingnya peran pelaku usaha untuk mengikuti perkembangan digitalisasi dengan meningkatkan transaksi secara daring sehingga usahanya dapat bertahan dan berkembang.

Menurut (Fitri, *et al.*, 2022) bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh pada permintaan konsumen tetapi pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen. Permintaan konsumen merupakan jumlah yang ingin dibeli oleh konsumen dalam suatu periode berdasarkan tingkat harga. Perubahan permintaan dapat terjadi karena: perubahan pendapatan, selera, Perkiraan atau ekspektasi, jumlah/banyaknya konsumen, harga barang lain atau barang komplementer (Nopirin, 2008).

Produk dan manfaat juga faktor sosial konsumsi merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen (Made Tisnawati, 2015). Adanya faktor permintaan konsumen menentukan jumlah barang/jasa yang dibeli oleh konsumen.

Pelaku usaha mengalami masalah dalam penjualan produknya yaitu menurun sebesar 39,5 %. Untuk meningkatkan pendapatan dibutuhkan wadah sosial media sehingga media sosial mengalami peningkatan dalam penggunaannya. Demikian juga promosi begitu juga transaksi penerapan model matematika. Sehingga di masa pandemi upaya termasuk mengikuti sosialisasi program lewat webinar bagi UMKM dapat memberi peningkatan pendapatan (Chaerani *et al.*, 2020).

Penurunan pendapatan pada masa Covid-19 menumbuhkan upaya dan strategi yang sebelumnya bisa jadi tidak dilakukan menjadi bagian yang penting yang dilakukan oleh pelaku usaha. Walaupun tidak semua upaya dan strategi bisa memberikan dampak pada peningkatan pendapatan tetapi pelaku usaha terus melakukan berbagai macam cara yang terbaik yang dapat dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan pendapatan dealer Mitsubishi Kota Jayapura pada masa Pandemi Covid-19, mengalami penurunan bila dibandingkan sebelum masa Pandemi Covid-19 yaitu rata-rata 51% (Tanan & Lelapary, 2021).

Di Kota Jayapura pelaku UMKM mengalami kesulitan membayar upah tenaga kerja, kesulitan akses bahan baku, pendapatan mengalami penurunan, belum memperoleh bantuan dan akses kredit ringan serta masalah lain yaitu: pembeli yang kurang dan Strategi yang ditawarkan antara lain memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produk, bergabung dalam sebuah komunitas, inovatif dalam promosi (Wamafma & Ratang, 2020). Sedangkan pengemudi ojek daring GoRide pada saat pandemi Covid-19 pendapatannya tidak menurun signifikan jika dibandingkan dengan pengemudi ojek daring GoFood (Mallo & Nugroho, 2021).

UMKM “dituntut” menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada sehingga dapat meningkatkan pendapatannya, seperti pada saat terjadi pandemi penjualan atau transaksi secara daring menjadi strategi yang dilakukan oleh UMKM dengan pemanfaatan *e-commerce*. Melalui pemasaran digital pelaku UMKM dapat memberikan informasi dan berhubungan langsung dengan konsumen, pangsa pasar lebih luas, menumbuhkan kesadaran dan penjualan untuk pelaku UKM (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Menurut (Ariyanto & Dkk, 2021) pada saat pandemi UMKM yang menggunakan transaksi secara daring atau daring lebih sedikit terdampak. Namun tidak semua pelaku UMKM menguasai penggunaan internet dan kendala utamanya masih kurangnya pengetahuan pelaku usaha didalam menjalankan usaha secara daring. Untuk itu maka pendampingan terhadap usaha atau UMKM dilakukan baik oleh pemerintah dengan pakar dalam bidang teknologi informasi.

Penggunaan aplikasi dapat menimbulkan berbagai persepsi seperti hasil penelitian (Permata Sari *et al.*, 2021) tingkat kepuasan dari GoFood partner yaitu masuk jenis puas termasuk didalamnya *merchant* dan mitra pengemudi ojek daring dengan analisis PIECES. Menurut (Krisnawati, 2018) UMKM Kepiting Nyinyir dengan adanya teknologi digital yang memiliki peran penting dalam menjalankan bisnis dan pemasarannya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif, dengan menganalisis masalah dan upaya pengemudi ojek daring dan penjual makanan dan minuman serta peran sistem digitalisasi terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan permintaan konsumen. Analisis deskriptif-kualitatif menurut (Sugiyono, 2019) adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian akan tetapi tidak digunakan dalam menghasilkan kesimpulan yang diperoleh lebih luas dalam pengumpulan dan analisis data yang digunakan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Di mana data primer yaitu berupa hasil wawancara dan kuesioner pelaku usaha: pengemudi ojek daring dan penjual makanan dan minuman yaitu masalah pelaku usaha pada masa Covid-19. Upaya pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan dan peran sistem digitalisasi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan permintaan konsumen. Dan juga data survei konsumen dan pelaku usaha pengguna Aplikasi GoJek.

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha: Pengemudi Ojek Daring GoJek dan penjual makanan dan minuman di Distrik Abepura sebanyak 190 orang. Adapun sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden terdiri dari 15 responden Pengemudi Ojek Daring GoJek dan 85 responden penjual makanan dan minuman GoFood.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Metode Wawancara dan kuesioner yaitu teknik untuk memperoleh informasi dan data masalah upaya pelaku usaha Pengemudi Ojek Daring GoJek dan penjual makanan dan minuman GoFood untuk meningkatkan pendapatan dan peran sistem digitalisasi bagi pelaku usaha di Distrik Abepura. (2) Observasi yaitu teknik yang digunakan untuk melengkapi data dengan melihat dan mencermati secara langsung perkembangan sistem digitalisasi bagi pelaku usaha di distrik Abepura. (3) Kepustakaan yaitu data sekunder ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan Pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku dan lain sebagainya. Referensi dan penelitian yang berhubungan dengan pelaku usaha dengan sistem digitalisasi.

Adapun responden yang terdiri dari 15 Pengemudi Ojek Daring GoJek dan 85 penjual makanan dan minuman GoFood ditunjukkan pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Pengemudi Ojek Daring GoJek di Distrik Abepura

No	Pengemudi Ojek Daring GoJek	Lokasi
1	Gusti Jemaru	Abepura
2	Simon Ngaru	Abepura
3	Fidelis Jebarut	Abepura
4	Karel Henot	Abepura
5	Fransiskus Leleng	Abepura
6	Aris Bagiman	Abepura
7	Heribertus Gunde	Abepura
8	Vendi Mari	Abepura
9	Febritus Jemadu	Abepura
10	Karlus Burdin	Abepura
11	Aristoteles	Abepura
12	Yohanes Sardin	Abepura
13	Thales Randi	Abepura
14	Irfan Irianto	Abepura
15	Edi Sandari	Abepura

Sumber: data GoJek, 2023

Pengemudi Ojek Daring GoJek di Distrik Abepura memberikan pelayanannya bukan saja di distrik Abepura tetapi juga di wilayah Jayapura dan sekitarnya. Ojek daring menjadi sarana transportasi pada masa Covid-19 dan aktivitas yang normal, yaitu kebanyakan sebagai sarana transportasi kegiatan ekonomi, transportasi ke sekolah, perkantoran dan sarana transportasi untuk kegiatan lainnya.

Tabel 2 Usaha Makanan dan Minuman Pengguna Aplikasi GoFood di Distrik Abepura

Usaha Makan dan Minuman di Distrik Abepura		
1	Ayam Gepuk Pak Gembus, Raya Abepura	46. Es Teler Oke, Abepura
2	Rin' Kitchen Kotaraja Grand	47. Tong Pu Pork, Abepura Raya
3	Warung Nasi Uduk Kotaraja	48. Takumande, RS Bhayangkara
4	Warung Medan ,Kali Acai	49. Pentol Mercon The Legend , Abepura
5	Nasi Pecel Pincuk Mandala Cak Temo, Kotaraja	50. Kopu Kopi
6	Bubur Madala Pilos Abepura	51. Warung Makan Marendeng , Dpn Multi Bangunan
7	Soto Ayam Lamongan Cak KIN,Vim	52. DFC D' Fried Chicken, Abepura
8	RM Rizky Masakan Padang, Kotaraja	53. Roti Gembong Gode, Abepura
9	Sure Coffee Abepura	54. Kedai Bogani Abepura
10	Bakso Marlboro , Perkutut	55. Kebab & Burger Tenan 28

Usaha Makan dan Minuman di Distrik Abepura		
11	Dapoer Harunita Abepura	56. Martabak Terang Bulan Alya, Abepura
12	Bubur Ayam Aulia Asgar, Kotaraja	57. Poem-poem Esge Park, Abepura
13	Warung Mie Ayam dan Bakso Ibu Ratna, Abepura	58. Bos Boy's Steak
14	Swac Drink Boba, Abepura	59. Kedai Kopi Kau, Abepura
15	Coto Makassar, Samping Hotel Matos	60. Barak Drink
16	BM Thai Tea, Asrama Brimob Kotaraja	61. Kedai Au Safitri, Whai morock
17	Bubur Ayam Aulia dan Ketoprak, Baru Abepura	62. Es Dalgona 88
18	Putri Kembar Abepura	63. Aneka Cemilan
19	Ayam Geprek Dower, Depan Laundry 87	64. Lalapan Star Rasa, Abepura
20	Pisang Nugget Ori, Abepura Raya	65. Es Dalgona 88
21	Nasi Kuning Bogani	66. Nasi Gurih Mentari
22	Ayam Geprek Kha Kha, Furia	67. Oh Cofffee
23	Hz Spicy Chicken, kotaraja Luar	68. Dapur Cemil
24	Dapur Azahra	69. Warung Bakso 3D
25	Dum Dum Thai Drinks Express Saga Youtefa	70. Pisang Coklat Lumer , Kotaraja
26	Galery Food NR, Perumahan Pemda 2 Cigombong	71. Nasi Kuning Blade
27	Bubur Manado Warmindo nara, Kali acai , Abepura	72. Kedai Kopi Kulo Abepura
28	Nyeblakin Aja (Juara Seblak di Jayapura), Abepura	73. Nasi kuning Blade
29	Kedai Bersama, Telkom Abepura	74. Rujak Ulek Nona Jenifer, Abepura
30	Sarasa Bumbu Hitam, Bucen IV, Kotaraja Luar	75. Warung Makan Gibol Jaya
31	Mie' Yuu-Mie Ayam & Bakso Abepura	76. Warung Makan Dua Putri
32	BM Boba Milenial, Kotaraja Dalam	77. Sake, Abepura
33	Tom & Jelly Abepura, Jl. Baru Ps. Lama Abepura	78. Bakso Mekar, Tanah hitam
34	Soto Ayam Lamongan Abi Lancar	79. Nasi Bakar Mbak Khusnul
35	Rm.Dua Kembar, Kotaraja Kelurahan Vim	80. Markas Cemilan, Asano
36	Rafa Resto, Abepura/kaliacay	81. Tea to, Tanah Hitam
37	Gracia Café & Resto, Abepura	82. Kedai Hokyris, Abepura
38	DFC D'Fried Chicken, Kotaraja	83. Rumah Makan Mangga, Waena
39	Xinona Boba & Coffee , Abepura	84. Seenak Ricebox, Abepura

Usaha Makan dan Minuman di Distrik Abepura		
40	Tahubakso_Incezz Youtefa, Pasar Yotefa	85. Durian Sumatera , Abepura
41	Ayam Geprek Ncess, Abepura	
42	Bakso Bang Yus	
43	Come N Drink (Boba, Kopi & Thai Tea), Perkutut	
44	Kedai Es Ceria	
45	Kopi Konnichiwa, Abepura	
46	Kingboba Melati	

Sumber: data GoFood, 2023

Pelaku usaha memanfaatkan makanan pada Aplikasi GoJek (GoFood) untuk mendapatkan pembeli dan meningkatkan permintaan terhadap makanan dan minuman yang dijual baik pada masa Covid-19 sampai dengan sekarang saat aktivitas sudah berjalan seperti biasanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masalah Pelaku Usaha Pada Masa Covid-19 di Distrik Abepura

Pandemi Covid-19 yang melanda semua negara di dunia juga berdampak pada usaha-usaha yang dilakukan oleh masyarakat seperti yang juga dihadapi oleh Pengemudi Ojek Daring dan penjual usaha bisnis makanan di Distrik Abepura. Penurunan pendapatan pengemudi ojek daring dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 3. Pendapatan Pengemudi Ojek Daring dan Penjual Tahun 2019 – 2021 di Distrik Abepura

Tahun	Pengemudi Ojek Daring (%)	Pendapatan Penjual (%)
2019	-	-
2020	-57%	-80.55
2021	16.13 %	108.58

Sumber: data primer, 2023

Pendapatan pengemudi ojek daring pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami penurunan sebesar 57% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 16.13%. Penurunan pendapatan terjadi akibat adanya wabah Covid-19 yaitu menurunnya pengguna jasa pengemudi ojek daring sebagai sarana transportasi atau pengantaran. Penurunan pelanggan ini mengakibatkan masalah yang dihadapi oleh pengemudi ojek daring pada pemenuhan kebutuhannya. Demikian juga pendapatan penjual mengalami penurunan sebesar 80.55% pada tahun 2020 dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan 108.58%. Kenaikan

pendapatan pada tahun 2021 karena Covid-19 sudah mulai menurun dan aktifitas ekonomi dan perkantoran sudah memasuki aktivitas normal.

Upaya Pengemudi GoJek dan UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan di Distrik Abepura

Penurunan konsumen mengakibatkan pendapatan pengemudi ojek daring dan penjual menurun pada masa Covid-19. Untuk itu berbagai upaya dilakukan antara lain: adanya usaha sampingan, konsumsi pada kebutuhan utama dan meningkatkan pola hidup hemat, meningkatkan proses dan mengikuti program vaksin untuk mengatasi Covid-19. Program vaksin yang diikuti meningkatkan kepercayaan konsumen yang dilayani. Untuk menghadapi penurunan pembeli atau konsumen maka kebanyakan penjual di distrik Abepura melakukan penjualan secara daring dengan memanfaatkan Facebook, WhatsApp dan Instagram.

Pada masa pandemi kendala yang dihadapi penjual adalah kesulitan mendapat bahan baku demikian juga masalah permodalan usaha untuk keberlangsungan usaha. Penjual melakukan upaya atau tindakan untuk mengatasi masalahnya yaitu menjual makanan dan minuman kekinian, kerjasama dengan pelaku usaha lain disamping melakukan penghematan.

Selama masa pandemi banyak usaha-usaha mendapatkan bantuan dari pemerintah, demikian juga pengemudi ojek daring dan penjual makanan dan minuman mendapat bantuan dan insentif dari pemerintah. Bantuan ini bertujuan meringankan dampak Covid-19 yang dialami oleh pelaku usaha, seperti bantuan sembako dan bantuan keuangan.

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha ini berdampak pula pada peningkatan inovasi pengembangan usaha yang mereka jalankan dan terus berjalan sampai sekarang. Seperti menjual makanan dan minuman kekinian, seperti ayam geprek dengan level sambal, bakso aneka varian rasa, minuman kopi kekinian, meningkatkan pelayanan sehingga makanan dan minuman dapat sampai tepat waktu.

Peran Sistem Digitalisasi Untuk Pelaku Usaha

Walaupun kondisi Covid-19 menimbulkan dampak yang tidak mudah dilewati oleh produsen atau pelaku usaha, namun ada dampak positif yang terus berkembang hingga saat ini antara lain: meningkatnya penggunaan sistem digital dalam usaha yang dikelola, inovasi pelaku usaha terus berkembang dan munculnya berbagai produk kekinian yang viral dimasyarakat. Seperti

penggunaan sistem digital meningkat seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Disamping itu minat masyarakat yang mau belajar dan berkembang mengikuti teknologi digital yang berkembang.

Peran sistem digitalisasi yaitu aplikasi yang digunakan untuk mendapatkan konsumen memudahkan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Seperti penggunaan Aplikasi GoJek yang digunakan pengemudi ojek daring dan usaha bisnis makanan dan minuman untuk mendapatkan konsumen. Berdasarkan data sampai dengan tahun 2023 jumlah usaha bisnis makanan dan minuman di Distrik Abepura yang menggunakan Aplikasi GoJek (GoFood) berjumlah 175 jenis usaha dan terus mengalami peningkatan.

Penggunaan aplikasi digital ini mampu meningkatkan permintaan makanan dan minuman yang ditawarkan bisnis makanan sekitar 35-50% Di mana faktor yang dapat meningkatkan permintaan konsumen GoFood adalah selera, harga, ongkos pengiriman (ongkir), promo dan jarak atau lamanya Pengantaran. Sehingga permintaan terhadap makanan dan minuman tergantung pada Jarak atau lamanya pengantaran menjadi pertimbangan yang paling besar dalam menentukan pembeliannya. Kemudian faktor yang lain yaitu selera, harga dan promo. Selera menunjukkan pada pillihan makanan dan minuman yang disukai konsumen, sedangkan harga makanan dan minuman menunjukkan tingkat harga atau kesediaan konsumen membeli berdasarkan tingkat harga. Sehingga menjadi pertimbangan konsumen menyangkut harga makanan dan minuman mahal atau murah yang dibeli. Sedangkan promo adalah diskon yang diberikan pada saat konsumen membeli makanan atau minuman dan promo juga menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk membeli.

Dalam era perkembangan teknologi digital saat ini, para pelaku usaha di Distrik Abepura dihadapkan pada tuntutan untuk mengikuti kemajuan yang ada. Mereka diharapkan mampu memanfaatkan teknologi digital guna memperluas bisnis dan meningkatkan perkembangannya. Namun, masih terdapat kendala yang dihadapi oleh sebagian penjual atau pedagang di daerah tersebut. Beberapa di antaranya belum sepenuhnya mengadopsi sistem penjualan daring atau menggunakan aplikasi digital. Kendala ini disebabkan oleh keterbatasan pemahaman mereka dalam menjalankan penjualan daring, ketidaktahuan dalam memanfaatkan aplikasi, atau kurangnya pengalaman dalam bertransaksi secara daring. Selain itu, beberapa penjual juga enggan terlibat dalam proses pengiriman barang yang dijual dan lebih memilih berjualan secara langsung.

Oleh karena itu, penting untuk memberikan pendampingan kepada para pelaku usaha dalam memanfaatkan sistem digital untuk melakukan penjualan daring. Dengan adanya kegiatan pendampingan ini, diharapkan para pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan penjualan

menggunakan sistem digital secara efektif dan efisien. Hal ini akan membantu mereka memasarkan produk mereka secara daring dengan lebih baik, sehingga mencapai hasil yang optimal.

Peran sistem digital dalam industri ojek daring dan bagi pelaku usaha di Distrik Abepura sangat penting dalam meningkatkan permintaan konsumen. Meskipun ojek daring mengalami penurunan selama pandemi Covid-19, mereka tetap memiliki keunggulan dalam menarik konsumen dibandingkan dengan ojek konvensional yang tidak menggunakan aplikasi. Bahkan, selama masa pandemi dan setelah kembali ke masa normal, banyak ojek konvensional yang beralih ke ojek daring guna memperoleh konsumen dengan lebih mudah. Di sisi lain, bagi pelaku usaha makanan dan minuman, sistem digital tidak hanya meningkatkan permintaan terhadap produk mereka, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk mempromosikan makanan dan minuman tersebut. Selain itu, penjualan daring juga menciptakan peluang bisnis daring yang dapat dijalankan oleh ibu rumah tangga dan mahasiswa.

Peranan sistem digital bagi ojek daring dan pelaku usaha makanan tidak hanya terbatas pada peningkatan permintaan konsumen, tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif. Selain itu, sistem digital juga membuka lapangan kerja dalam sektor usaha daring. Di Distrik Abepura, berbagai kalangan luas, termasuk ibu rumah tangga, mahasiswa, dan bahkan pegawai yang mencari pekerjaan sampingan, mengelola usaha-usaha daring ini. Bagi pelaku usaha makanan dan minuman, aplikasi ini memudahkan proses pemesanan, pengantaran, dan pembayaran kepada konsumen, sehingga lebih efektif dan efisien. Di Distrik Abepura, pusat penjualan makanan dan minuman tersebar di berbagai wilayah, sehingga tidak semua wilayah memiliki makanan dan minuman yang diminati oleh konsumen. Dengan adanya aplikasi, konsumen dapat memilih makanan dan minuman sesuai dengan preferensi mereka.

Oleh karena itu, digitalisasi sistem sangat diperlukan dalam usaha-usaha yang ada di masyarakat, guna meningkatkan pendapatan pelaku usaha sekaligus mempromosikan usaha mereka. Diharapkan dengan adanya digitalisasi, usaha-usaha ini dapat terus berjalan dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada, sehingga tetap relevan dan berdaya saing.

KESIMPULAN

Peran sistem digitalisasi bagi pelaku usaha sangat penting, terutama melalui penggunaan aplikasi yang mempermudah mereka dalam menjalankan bisnis dan menjangkau konsumen. Bagi pelaku usaha di industri makanan dan minuman, sistem digitalisasi memainkan peran krusial dalam memperoleh konsumen dan

juga menciptakan lapangan pekerjaan daring yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Contohnya adalah penggunaan Aplikasi GoJek, yang digunakan oleh pengemudi ojek daring serta pelaku usaha makanan dan minuman untuk menjangkau dan melayani konsumen.

Data menunjukkan bahwa pada tahun 2023, terdapat sekitar 175 usaha bisnis makanan dan minuman di Distrik Abepura, dan jumlah ini terus meningkat. Penggunaan aplikasi digital tersebut memberikan dampak positif dalam meningkatkan permintaan terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh bisnis-bisnis tersebut, dengan peningkatan sekitar 35-50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasa sangat puas dengan penggunaan Aplikasi GoFood. Keberadaan aplikasi ini juga memudahkan konsumen dalam memesan beragam jenis makanan dan minuman, mengingat wilayah di Distrik Abepura menyediakan banyak pilihan makanan dan minuman yang dapat dipilih oleh konsumen.

Melalui sistem digitalisasi, pelaku usaha dapat memperoleh kemudahan dan manfaat besar dalam menjalankan usaha mereka, terutama dalam hal memperluas jangkauan pasar dan memudahkan proses pemesanan bagi konsumen. Dengan menggunakan aplikasi digital, pelaku usaha dapat mencapai kesuksesan dan tetap beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang terus bergerak maju.

REFERENSI

- Agarwal, V., Mathiyazhagan, K., Malhotra, S., & Pimpunchat, B. (2022). Building resilience for sustainability of MSMEs post COVID-19 outbreak: An Indian handicraft industry outlook. *Socio-Economic Planning Sciences*, September, 101443. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2022.101443>
- Ariyanto, A., & Dkk. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. In *Insan Cendekia Mandiri* (Issue Giastech).
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Bambang Arianto. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Atrabis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 3. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Fitri, N., Inda, T., Rahma, F., Islam, U., Sumatera, N., Korespondensi, E., Layanan, K., & Konsumen, P. (n.d.). *Permintaan Konsumen Depot Air Minum Semuril*. 1(3), 151–162.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>
- Lestantri, I. D., Janom, N. B., Aris, R. S., & Husni, Y. (2021). The perceptions towards the digital sharing economy among SMEs: Preliminary findings. *Procedia Computer Science*, 197(2021), 82–91. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.121>
- Made Tisnawati, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Beras Organik Di Kota Denpasar. *Piramida*, 11(1), 13–19.
- Mallo, H. A. R., & Nugroho, P. I. (2021). Analisis Pendapatan Pengemudi Ojek Online Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Salatiga. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 67. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.33382>
- Muhammad Iqbal Nazwar, & Saiful Anwar. (2022). Strategi Pemulihan Kondisi Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 dalam UMKM Kabupaten Tulungagung. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 9(1), 59–71. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v9i1.316>
- Nopirin. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. BPFE.
- Permata Sari, A. D., Widayanti, S., & Soedarto, T. (2021). Tingkat Kepuasan GoFood Partner Terhadap Sistem Kemitraan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(3), 669. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5421>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tanan , Irwati, C., & Lelapary, A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Produsen Dealer Mitsubishi Di Jayapura. *JEDI: Journal of Economics Development Issues*, 4(2), 478–487. <http://jedi.upnjatim.ac.id/index.php/jedi/article/view/109>
- Wamafma, I. K., & Ratang, W. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro di Kota Jayapura Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease-19 (Covid-19). *Jumabis: Jurnal Manajemen*, 4(2), 40–46.