



Pengaruh Penggunaan Aplikasi Go-Jek dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan pada Kedai Bang Jun Samarinda

¹Margareth Henrika*, ²Arvin Said, ³Kevin Alviano, ⁴Nadia Zahrina, ⁵Wiena Aprilia

¹²³⁴⁵Universitas Mulawarman

*Corresponding author: margareth@feb.unmul.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi GO-JEK terhadap peningkatan pelayanan pelanggan di Kedai Bang Jun, Samarinda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dampak aplikasi GO-JEK dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan di UMKM kuliner. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan wawancara semi-terstruktur dan pengamatan langsung sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun layanan pesan antar melalui GO-JEK memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan, layanan makan di tempat tetap menjadi pilihan utama pelanggan, menyumbang 75-85% dari total pendapatan bulanan. Kendala utama yang dihadapi adalah keterlambatan pengiriman dan kesalahan pengelolaan pesanan. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa UMKM perlu mengintegrasikan teknologi digital dengan strategi operasional yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing bisnis. Penelitian ini juga menyarankan peningkatan sistem manajemen pesanan dan komunikasi yang lebih baik dengan mitra pengemudi untuk mengatasi masalah pengantaran.

Kata Kunci: *UMKM, GO-JEK, Layanan pelanggan, Aplikasi mobile, Pengantaran makanan.*

ABTRACT

This study analyzes the impact of using the GO-JEK application in improving customer service at Kedai Bang Jun, Samarinda. The aim of this research is to understand the effect of the GO-JEK app on operational efficiency and customer satisfaction in MSMEs in the culinary sector. The research methodology used is qualitative, with semi-structured interviews and direct observation as data collection techniques. The results show that although the food delivery service through GO-JEK contributes significantly to revenue, dine-in services remain the main choice for customers, contributing 75-85% of the total monthly revenue. The main challenges faced include delivery delays and order management errors. The implications of these findings suggest that MSMEs need to integrate digital technology with effective operational strategies to enhance service quality and business competitiveness. The study also recommends improving order management systems and better communication with driver partners to address delivery issues.

Keywords: *MSMEs, GO-JEK, Customer service, Mobile application, Food delivery.*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi, terutama aplikasi mobile, telah merevolusi operasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memperluas pemasaran digital melalui marketplace dan media sosial, sehingga memungkinkan bisnis menjangkau lebih banyak pelanggan. Pemanfaatan marketplace dan media sosial dalam pemasaran digital telah memungkinkan bisnis untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperluas pasar mereka (Khaerani & Sudarmiati, 2022). Digitalisasi juga telah membantu para pengusaha untuk memahami strategi branding dan pemasaran online, sehingga memperkuat kehadiran mereka di industri (Fayvishenko & Yatsiuk, 2022). Namun, meskipun ada banyak penelitian yang membahas dampak digitalisasi terhadap UMKM, penelitian yang secara khusus meneliti pengaruh GO-JEK terhadap UMKM kuliner, seperti Kedai Bang Jun masih terbatas.

Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan bisnis, terutama di era digital dan media sosial. Kepuasan pelanggan berperan penting sebagai aset UMKM di era digital dan media sosial (Ristiana et al., 2022). Penelitian mereka mengungkapkan bahwa UMKM dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi cenderung memiliki reputasi yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang ketat. Selain itu, pelanggan yang puas cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan bisnis kepada orang lain, yang secara signifikan mendukung pertumbuhan pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Dalam hal ini, UMKM harus meningkatkan kualitas produk dan layanan, merespons keluhan pelanggan dengan cepat, dan menjaga komunikasi yang efisien untuk membangun loyalitas pelanggan. Seiring dengan meningkatnya ketergantungan terhadap platform digital, memahami dampak alat digital seperti GO-JEK terhadap kepuasan pelanggan menjadi semakin penting.

Seiring berjalannya waktu, hampir semua hal kini dapat diakses dengan lebih mudah, hal ini ditandai dengan teknologi yang terus meningkatkan otomatisasi dan digitalisasi di sektor industri dan juga sektor UMKM. Digitalisasi menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya otomatisasi dalam bisnis yang pada akhirnya mengubah cara UMKM beroperasi (Nata et al., 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, UMKM kini semakin meningkatkan kualitas pada platform digital untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Penggunaan teknologi digital tidak hanya terbatas pada kegiatan transaksi saja, namun juga dapat mencakup strategi pemasaran, komunikasi, dan juga mengelola hubungan antar pelanggan (Yulistiawan et al., 2022).

Digitalisasi juga memberikan kemudahan dalam hal komunikasi antara UMKM dan konsumen, di mana penggunaan pesan-antar makanan memungkinkan konsumen untuk memberikan ulasan, pertanyaan, atau kritik kepada pelaku usaha, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan (Shabani et al., 2022). Aplikasi pesan antar makanan juga mengoptimalkan proses pembayaran dan pengantaran makanan dan minuman, sehingga lebih efisien dan transparan, yang merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan pelanggan menjadi faktor penting dalam industri ini, mengingat pelanggan cenderung lebih loyal pada layanan yang menawarkan kepraktisan dan kejelasan dalam bertransaksi (Supriyatno et al., 2022). Dalam menggunakan layanan online, dibutuhkan transportasi yang memadai untuk melakukan pemasaran secara online. Transportasi merupakan sarana yang biasa digunakan untuk mengangkut barang atau orang dari satu tempat ke tempat lain. Seiring dengan inovasi teknologi, transportasi konvensional mulai beralih ke sistem online yang lebih modern. Transportasi online muncul didukung oleh perusahaan-perusahaan besar yang berlomba-lomba membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online (Nurhayati et al., 2020), seperti Gojek. Gojek merupakan sebuah aplikasi yang menawarkan jasa transportasi online dengan menyediakan berbagai fasilitas lain yang menawarkan layanan di bidang jasa. Layanan yang paling diminati setelah transportasi kendaraan roda dua atau empat di Go-jek adalah layanan Gofood (Nasution & Saragih, 2022).

GO-JEK hadir untuk memudahkan proses pemasaran dan transaksi jual beli, menjadi inovasi digital yang berpengaruh besar terhadap UMKM. Layanan pesan-antar berbasis aplikasi seperti GoFood memungkinkan konsumen untuk mengakses produk UMKM tanpa perlu mengunjungi toko secara langsung (Halim et al., 2022). Dengan demikian, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan efektivitas layanan mereka. Selain itu, GoFood juga berperan dalam mengurangi biaya operasional UMKM dengan meniadakan kebutuhan akan layanan pengantaran mandiri. Dengan adanya mitra pengemudi yang menangani pengantaran (Piddiani et al., 2022), UMKM dapat lebih fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan. Namun, UMKM sering menghadapi kendala seperti keterlambatan pengemudi dalam mengantarkan pesanan dan keterbatasan jaringan di beberapa lokasi, yang berpotensi mempengaruhi efisiensi layanan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Beberapa pelanggan Gofood mengakui bahwa kehadiran layanan Go-jek (gofood) semakin memudahkan mereka karena memiliki fitur-fitur yang sangat inovatif mulai dari layanan makanan hingga layanan pengemudinya. Kemudahan dalam memesan makanan cepat saji dan pembayaran yang dapat dilakukan dengan berbagai metode pembayaran baik menggunakan saldo Gopay, Qris dan M-Banking

maupun pembayaran langsung di tempat (Cash On Delivery). Namun, meskipun GoFood memberikan berbagai manfaat bagi pelanggan dan UMKM, tidak semua pengalaman pelanggan positif. Banyak pelanggan Gofood yang mengeluhkan masalah pada aplikasi Gofood yang terkadang memberikan informasi yang kurang akurat seperti server error yang menyebabkan pesanan salah alamat. Selain itu, layanan aplikasi pada pilihan menu terkadang gambar tidak sesuai dengan pesanan yang diterima, sehingga terkadang membuat beberapa pelanggan kecewa dan memberikan penilaian yang rendah kepada pemilik makanan (Fakri et al., 2022).

Kontradiksi ini menunjukkan bahwa meskipun Go-food berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki agar dapat lebih optimal kedepannya (Wahyudi & Sari, 2022). Jika keluhan pelanggan tidak direspon dengan baik, hal ini dapat berdampak pada loyalitas mereka terhadap Go-food dan bisnis yang ikut serta dalam inovasi ini. Oleh karena itu, penting bagi Go-jek untuk lebih meningkatkan akurasi informasi dan memastikan bahwa pengalaman pelanggan menjadi fokus utama dalam platform ini dan menjaga daya saingnya di sektor pesan antar makanan.

Penelitian ini menyoroti Kedai Bang Jun, sebuah UMKM di bidang kuliner yang memanfaatkan layanan GO-JEK untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Kedai Bang Jun dipilih karena secara aktif menggunakan platform digital dan memiliki basis pelanggan yang luas, sehingga menjadi studi kasus yang relevan untuk meneliti pengaruh aplikasi GO-JEK terhadap kualitas layanan pelanggan. Meskipun telah mengadopsi teknologi digital, bisnis ini masih menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kemajuan era digital dapat membantu UMKM seperti Kedai Bang Jun dalam meningkatkan pelayanan pelanggan melalui aplikasi mobile seperti GO-JEK. Dengan terus berkembangnya teknologi, persaingan di pasar semakin ketat, sehingga UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan digital agar dapat tetap bersaing. Jika tidak mampu mengikuti perkembangan tersebut, maka daya saing mereka dapat menurun, sehingga penerapan teknologi digital yang tepat menjadi faktor kunci dalam menjaga kelangsungan bisnis dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan aplikasi GO-JEK terhadap peningkatan layanan pelanggan di Kedai Bang Jun. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali secara mendalam pengalaman dan perspektif pemilik kedai dalam mengelola layanan pemesanan dan makan di tempat secara online. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik Kedai Bang Jun. Sumber data ini dipilih untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai tantangan dan peluang terkait penggunaan aplikasi GO-JEK dalam operasional kedai dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur dengan pemilik restoran, yang memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam terhadap aspek-aspek utama yang dianggap penting oleh responden. Wawancara tersebut mencakup berbagai topik, seperti perbandingan pendapatan antara pemesanan secara langsung dan pemesanan secara online, faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan, dan strategi yang diterapkan oleh kedai untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, penelitian ini juga mencakup pengamatan langsung terhadap proses pemesanan dan pelayanan di kedai untuk melengkapi wawasan yang diperoleh dari wawancara. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis tematik, di mana informasi yang diperoleh dari wawancara dikategorikan ke dalam tema-tema utama yang relevan dengan penelitian ini. Beberapa tema yang muncul antara lain perbedaan pendapatan antara pemesanan secara langsung dan secara online, tantangan dalam pengantaran makanan melalui GO-JEK, dan strategi yang digunakan oleh pemilik kedai untuk mengoptimalkan kedua saluran layanan tersebut.

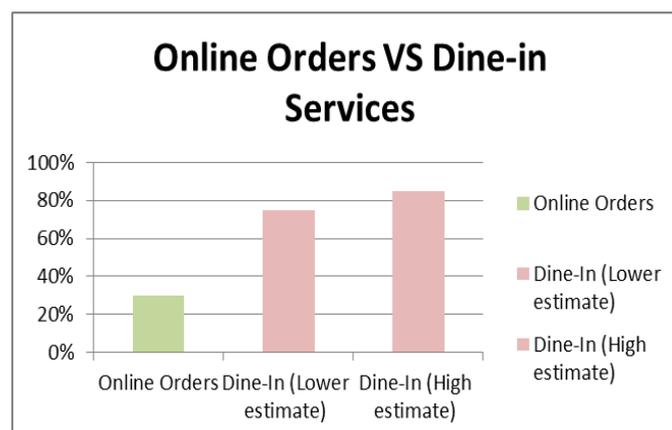
Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi:

1. Perbandingan pendapatan dari pesanan online dan layanan makan di tempat - Bagaimana setiap layanan berkontribusi terhadap total pendapatan toko.
2. Preferensi pelanggan dalam memilih layanan makan di tempat atau pemesanan online - Faktor-faktor seperti harga, kualitas makanan, fleksibilitas layanan, dan tantangan pengantaran.
3. Efisiensi operasional dalam pemesanan online - Strategi yang diterapkan oleh pemilik restoran untuk mengatasi masalah seperti keterlambatan pengiriman dan manajemen pesanan.
4. Implikasi penggunaan aplikasi GO-JEK terhadap layanan pelanggan - Dampak integrasi layanan digital terhadap pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, di mana wawancara dengan pemilik toko dilengkapi dengan pengamatan langsung terhadap operasional toko. Validitas konten juga dipastikan dengan membandingkan temuan penelitian dengan literatur dan teori yang relevan tentang layanan pelanggan dan aplikasi pesan antar makanan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang komprehensif, penelitian ini memberikan wawasan yang rinci tentang bagaimana Kedai Bang Jun beradaptasi dengan tren digitalisasi di industri layanan makanan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemilik usaha kecil dalam mengoptimalkan strategi layanan mereka melalui aplikasi seperti GO-JEK untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, kami melihat bagaimana pendapatan dari layanan pesan-antar makanan online dibandingkan dengan layanan makan di tempat, serta faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pelanggan. Hasilnya memberikan wawasan tentang bagaimana pelanggan berperilaku serta tantangan yang dihadapi oleh bisnis yang mengandalkan layanan pesan-antar makanan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Kedai Bang Jun, ada perbedaan yang cukup besar antara pendapatan yang diperoleh dari transaksi di tempat dan pesanan online. Rata-rata, pesanan melalui aplikasi seperti GO-JEK hanya menyumbang sekitar 30% dari total pendapatan bulanan. Sementara itu, layanan makan di tempat memberikan kontribusi yang jauh lebih besar, yaitu antara 75% hingga 85% selama periode permintaan tinggi. Perbedaan yang signifikan ini menunjukkan bahwa meskipun layanan online lebih memudahkan pelanggan, layanan makan di tempat tetap menjadi pilihan utama yang menghasilkan lebih banyak pendapatan untuk bisnis ini.



Gambar 1. Grafik perbandingan antara Pesanan Online VS Makan di tempat.

Dalam penelitian ini, penulis meneliti peran penting layanan pesan-antar, khususnya melalui aplikasi GO-JEK, dalam operasional usaha kecil dan mikro, dengan fokus pada Kedai Bang Jun. Meskipun aplikasi pesan antar menawarkan berbagai keuntungan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung memilih untuk makan di tempat daripada memesan makanan secara online. Beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi ini adalah harga yang lebih terjangkau, kualitas makanan yang

lebih baik, serta pengalaman bersantap yang lebih menyenangkan. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, penelitian ini mengidentifikasi alasan mengapa layanan pesan antar belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan pendapatan bisnis seperti yang diharapkan.

3.1 Harga Lebih Terjangkau

Salah satu faktor utama yang membuat pelanggan lebih memilih makan di tempat daripada memesan secara online adalah harga. Berdasarkan temuan penelitian ini, pelanggan sering kali merasa bahwa makan di tempat lebih hemat biaya. Hal ini disebabkan oleh adanya biaya tambahan yang biasanya diterapkan pada pesanan online, seperti biaya pengiriman dan biaya layanan. Sebagai contoh, dalam platform seperti GO-JEK, biaya pengiriman dan layanan tambahan seringkali meningkatkan total biaya yang harus dibayar oleh pelanggan. Hal ini menjadi pertimbangan penting bagi banyak pelanggan yang sering makan di luar, terutama yang mengutamakan efisiensi biaya. Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa harga yang lebih murah saat makan di tempat dapat menjadi daya tarik utama bagi pelanggan (Dzikria, 2023). Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa banyak pelanggan yang lebih memilih makan di tempat meskipun layanan pesan antar lebih praktis karena alasan ekonomi. Kedai Bang Jun, sebagai contoh, sering kali menawarkan harga yang lebih kompetitif bagi pelanggan yang datang langsung, sehingga mengurangi ketergantungan pada layanan pengantaran yang mahal (Novianto & Sarjana, 2020). Penurunan biaya ini merupakan strategi penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dalam bisnis kuliner.

3.2 Kualitas Makanan dan Pengalaman Bersantap

Selain harga yang lebih terjangkau, kualitas makanan dan pengalaman bersantap yang lebih menyenangkan juga menjadi alasan utama pelanggan lebih memilih makan di tempat. Penelitian ini menemukan bahwa pelanggan lebih suka menikmati makanan dalam keadaan segar dan panas, yang sering kali tidak dapat dijamin oleh layanan pesan antar. Makanan yang dipesan secara online terkadang mengalami keterlambatan dalam pengiriman, yang dapat menyebabkan makanan sampai dalam kondisi yang tidak optimal misalnya, makanan yang dingin, tumpah, atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pengalaman bersantap adalah faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih makan di restoran dibandingkan dengan memesan secara online (Batouei et al., 2023). Ketika makan di tempat, pelanggan dapat menikmati makanan yang baru dimasak dan disajikan langsung, yang memberikan pengalaman kuliner yang lebih memuaskan. Selain itu, atmosfer restoran yang nyaman dan layanan langsung juga meningkatkan kepuasan pelanggan, yang tidak dapat sepenuhnya dirasakan ketika memesan secara online.

3.3 Fleksibilitas dalam Pemesanan dan Pelayanan

Fleksibilitas dalam menyesuaikan pesanan juga menjadi alasan lain mengapa pelanggan memilih untuk makan di tempat. Hasil wawancara dengan pelanggan Kedai Bang Jun menunjukkan bahwa mereka lebih suka mengatur pesanan mereka sesuai dengan preferensi pribadi, seperti menambah bumbu, mengganti lauk, atau menyesuaikan tingkat kepedasan. Meskipun beberapa platform layanan pesan antar kini menawarkan fitur kustomisasi pesanan, opsi yang tersedia sering kali terbatas dan tidak sefleksibel ketika makan langsung di restoran. Kemampuan untuk menyesuaikan pesanan adalah salah satu keuntungan utama yang hanya dapat dinikmati oleh pelanggan yang makan di tempat. Ini memberikan pengalaman yang lebih personal dan sesuai dengan selera mereka, yang sulit tercapai melalui layanan pengiriman yang lebih standar (Besharat et al., 2021).

3.4 Tantangan dalam Layanan Pengiriman

Meski layanan pesan antar menyediakan kenyamanan bagi pelanggan, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai tantangan dalam pengiriman yang menghambat efektivitas layanan ini. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah keterlambatan dalam pengiriman, terutama pada jam-jam sibuk atau ketika jumlah pengemudi terbatas. Hal ini menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, yang sering mengeluhkan waktu tunggu yang lama dan kondisi makanan yang tidak sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, masalah kesalahan dalam pesanan, seperti pesanan yang tidak lengkap atau salah, juga sering terjadi dan menurunkan kualitas pengalaman pelanggan. Pada Kedai Bang Jun, langkah-langkah telah diambil untuk mengurangi masalah ini, seperti memastikan makanan sudah siap sebelum pengemudi tiba untuk mengambil pesanan. Dengan demikian, meskipun tantangan dalam layanan

pengantaran tetap ada, Kedai Bang Jun berupaya untuk meningkatkan efisiensi pengiriman dan memastikan bahwa pesanan sampai dalam kondisi yang lebih baik (Imanuel & Wirawan, 2022).

3.5 Peran *Dine-in* dalam Keberlanjutan Bisnis

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa makan di tempat masih menjadi sumber pendapatan utama bagi Kedai Bang Jun, dengan kontribusi sebesar 75-85% dari total pendapatan bulanan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun layanan pesan antar menawarkan kemudahan, pelanggan lebih memilih makan di tempat karena berbagai alasan yang telah dijelaskan sebelumnya, termasuk harga yang lebih terjangkau, kualitas makanan yang lebih baik, dan pengalaman bersantap yang lebih menyenangkan. Lebih lanjut, penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor yang membuat makan di tempat tetap menjadi pilihan utama, antara lain loyalitas pelanggan, penjualan tambahan, dan keuntungan yang lebih tinggi bagi pemilik usaha. Pelanggan yang makan di tempat cenderung memiliki hubungan yang lebih dekat dengan pemilik restoran dan staf, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka. Selain itu, pelanggan yang makan di tempat lebih cenderung membeli makanan tambahan, yang meningkatkan pendapatan restoran secara keseluruhan (Adelia & Aprianingsih, 2023). Keuntungan ini tidak dapat diperoleh dalam pesanan online, di mana pelanggan lebih cenderung hanya membeli makanan utama tanpa tambahan lainnya.

3.6 Optimalkan Layanan Pesan Antar

Meskipun makan di tempat memberikan banyak keuntungan, bukan berarti layanan pesan antar harus diabaikan. Penelitian ini menyoroti beberapa strategi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan online tanpa mengorbankan kualitas layanan. Salah satu strategi utama adalah menjaga kualitas makanan dalam pengiriman, dengan menggunakan kemasan yang lebih baik dan memilih menu yang lebih tahan terhadap pengiriman. Selain itu, memberikan promo dan paket menarik dapat menarik pelanggan online dan membuat harga menjadi lebih kompetitif dibandingkan dengan makan di tempat. Penelitian ini juga menyarankan bahwa untuk meningkatkan efisiensi operasional, Kedai Bang Jun harus mengoptimalkan alur kerja di dapur dan menggunakan teknologi untuk manajemen pesanan. Dengan memisahkan area untuk pesanan online dan pelanggan yang datang ke restoran, bisnis dapat mengurangi risiko keterlambatan dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi GO-JEK memiliki dampak positif terhadap peningkatan layanan pelanggan di Kedai Bang Jun, terutama dalam hal efisiensi operasional dan jangkauan pasar. Aplikasi tersebut mempermudah pelanggan untuk melakukan pemesanan dan meningkatkan kenyamanan mereka, sehingga turut berkontribusi pada peningkatan pendapatan bisnis. Meskipun layanan pesan-antar melalui GO-JEK memberikan kontribusi signifikan, layanan makan di tempat tetap menjadi pilihan utama pelanggan karena beberapa alasan, antara lain harga yang lebih terjangkau, kualitas makanan yang lebih baik, dan pengalaman bersantap yang lebih fleksibel. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterlambatan pengiriman dan masalah teknis dalam pengelolaan pesanan, yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai digitalisasi dalam mendukung pertumbuhan UMKM, terutama di sektor kuliner, serta pentingnya memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing dan kualitas layanan.

Untuk memaksimalkan penggunaan aplikasi GO-JEK, UMKM disarankan untuk fokus pada peningkatan sistem manajemen pesanan, serta memperkuat komunikasi dengan mitra pengemudi guna mengurangi hambatan dalam pengantaran. Dengan langkah ini, diharapkan masalah seperti keterlambatan pengiriman dan kesalahan pesanan dapat diminimalkan, sehingga pengalaman pelanggan tetap optimal. Selain itu, strategi pemasaran digital seperti promosi di media sosial dan pengembangan program loyalitas pelanggan bisa diterapkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan bisnis. Penelitian ini juga mengakui keterbatasan pada cakupan yang terbatas hanya pada satu UMKM, Kedai Bang Jun, yang tentunya tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh UMKM. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas, termasuk berbagai sektor industri, akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Selanjutnya, penggunaan teknologi baru

seperti kecerdasan buatan dan sistem otomasi perlu dieksplorasi lebih lanjut untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan di era digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas segala bantuan dari berbagai pihak yang telah berpartisipasi terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terkhusus untuk narasumber yang berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. Tanpa adanya dukungan dari seluruh pihak mungkin kegiatan ini tidak dapat terlaksana sebagaimana mestinya.

REFERENSI

- Adelia, S. P., & Aprianingsih, A. (2023). Proposed Marketing Strategy to Increase Customer Loyalty with Customer Satisfaction at Restaurant. *International Journal of Current Science Research and Review*. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i1-30>
- Batouei, A., Boninsegni, M. F., Leung, X. Y., & Teoh, A. P. (2023). Enhancing Full-Service Restaurant Online Food Ordering Experiences: Which Factors Should Restaurants Emphasize? *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. <https://doi.org/10.1080/15256480.2023.2175289>
- Besharat, A., Romero, M., & Haws, K. L. (2021). Customizing calories: How rejecting (vs. selecting) ingredients leads to lower calorie estimation and unhealthier food choices. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/J.JRETAIL.2020.11.003>
- Dzikria, I. (2023). Delivery Route Estimation on a Web-Based Restaurant Delivery System Using Greedy Algorithm. <https://doi.org/10.30996/jitcs.7611>
- Fakri, N. Z. A., Ismail, A., & Lokman, A. M. (2022). User Requirements and Usability Testing on a Mobile Application for Food Ordering Canteens. *Malaysian Journal of Medicine and Health Sciences*. <https://doi.org/10.47836/mjmhs.18.s9.5>
- Fayvishenko, D., & Yatsiuk, D. (2022). Transformation of the branding concept as a result of digital marketing development. *Ukraïns'kij Žurnal Prikladnoi Ekonomiki*. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-2-11>
- Halim, F. S., Rahmawati, R. D., & Mardiah, S. S. (2022). Strategi penjualan makanan melalui media digital: gofood, grabfood dan shopeefood. *DEVOSI*. <https://doi.org/10.33558/devosi.v3i2.4585>
- Imanuel, G., & Wirawan, C. (2022). Service Quality Improvement Effort (An Indonesian Restaurant Empirical Fact). *Rsf Conference Proceeding Series. Engineering and Technology*. <https://doi.org/10.31098/cset.v2i1.505>
- Khaerani, S., & Sudarmiati, S. (2022). The use of digital marketing and its impact on increasing msme sales. *Interdisciplinary Social Studies*. <https://doi.org/10.55324/iss.v1i8.193>
- Nasution, R. A., & Saragih, I. S. (2022). Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. <https://doi.org/10.36418/jist.v3i5.423>
- Nata, M. A. D., Pritandhari, M., & Rosa, F. O. (2022). Digitization of MSMEs in Improving the Economy in the Era of COVID-19 Pandemic. *International Journal of Research and Review*. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220516>
- Novianto, V., & Sarjana, P. (2020). A Study on Managing Customer Taking Advantages of Strict Customer Friendly Policies Using Fake Orders of Products. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V2411/PR200200>

- Nurhayati, C., Zulkifli, Z., & Hakim, L. (2020, March 17). Effectiveness of online transportation as a means of general transportation. *International Conference Social and Political Sciences*. <https://doi.org/10.4108/EAI.12-11-2019.2293519>
- Piddiani, J., Aprilia, I., & Karlina, L. (2022). Efektivitas penggunaan aplikasi online food delivery untuk meningkatkan penjualan. *Transekonomika Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.143>
- Ristiana, A., Selvira, R., Sari, W., & Kristaung, R. (2022). Keterkaitan Social Media Terhadap Customer Satisfaction. *Ekonomi Digital*. <https://doi.org/10.55837/ed.v1i1.7>
- Shabani, L., Behluli, A., Qerimi, F., Pula, F., & Dalloshi, P. (2022). The Effect of Digitalization on the Quality of Service and Customer Loyalty. *Emerging Science Journal*. <https://doi.org/10.28991/esj-2022-06-06-04>
- Supriyatno, Ir. N., Imtikhanah, S., & Yulinda, T. (2022). Pengaruh pemasaran dan kualitas pelayanan koperasi terhadap loyalitas nasabah dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening di koperasi artha agung bandar. *Neraca*. <https://doi.org/10.48144/neraca.v18i1.1194>
- Wahyudi, H., & Sari, R. (2022). Masalah Layanan Go-Food Pada Industri Kuliner (Pendekatan Structure-Conduct-Performance). *Bukhori*. <https://doi.org/10.35912/bukhori.v1i2.1406>
- Yulistiawan, B. S., Wirawan, R., Nugrahaeni, C., & Indarso, A. O. (2022). Development of MSMEs' potential through digital marketing in Pabean Udik Village, Indramayu Regency. *Community Empowerment*. <https://doi.org/10.31603/ce.8212>