

[DM25]

Pemberdayaan Ibu PKK Rawa Badak dalam Mengkolaborasikan UKM dengan Merchant Grab Food

Khairun Nissa^{1*}, Bambang Eko Samiono¹

¹*Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Al-Azhar Indonesia, Indonesia Komplek
Masjid Agung Al-Azhar, Jl. Sisingamangaraja, Kebayoran Baru Jakarta, 12110
Email penulis Korespondensi: khairunnissa0808@gmail.com*

Abstrak

PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) memiliki fungsi untuk mewujudkan keluarga yang sehat, sejahtera, maju dan mandiri. Di berbagai Kelurahan terdapat program gerakan PKK yang biasa terdiri dari Ibu-ibu. Ibu PKK RT 008 RW 009 di Kelurahan Rawa Badak Utara Kecamatan Koja, Jakarta Utara, terdapat 11 orang. Ibu PKK memiliki fungsi untuk menciptakan adanya kesejahteraan. Pada permasalahan ini Ibu PKK ingin membantu adanya peningkatan pendapatan dalam produktivitas para warga yang memiliki UKM. Permasalahan utama yang mereka hadapi yaitu: Masalah kurangnya pengetahuan Ibu PKK dalam mengenal digital marketing seperti Grab Food. Solusi yang diberikan adalah berupa Pelatihan tata cara dalam memanfaatkan Grab Food yang dikolaborasikan pada UKM bersama tim KKN agar para Ibu PKK dapat berkontribusi membantu para warga memahami pentingnya digital marketing sebagai faktor dalam peningkatan pendapatan rumah tangga di masa pandemi Covid 19. Metode pemberdayaan pelatihan dan praktek yang diimplementasikan terhadap 11 anggota Ibu PKK selama 37 hari. Hasil kegiatan ini menambah wawasan para Ibu PKK dalam meningkatkan kesejahteraan pada aspek perekonomian. Evaluasi yang dilakukan diperoleh hasil positif berdasarkan survey sebesar 100% bahwa antusias Ibu PKK dapat meningkatkan pengetahuan serta juga kepuasan para pelaku UKM dalam memanfaatkan Grab Food sebagai cara meningkatkan pendapatan.

Kata kunci: *Ibu PKK, Digital Marketing, Grab Food*

1. PENDAHULUAN

Gerakan PKK adalah Gerakan dalam bidang pemberdayaan keluarga dan pembangunan masyarakat yang pengelolaannya dari, oleh dan untuk masyarakat. Program dan kegiatan Tim Penggerak PKK disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat serta sejalan dengan program Pemerintah. Tim Penggerak PKK sebagai mitra strategis pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki program- program prioritas yang manfaatnya diharapkan bisa langsung dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Kelurahan Rawa Badak Utara Kecamatan Koja, Jakarta Utara memiliki 11 anggota Ibu PKK. <https://pkk.jakarta.go.id/tentang-pkk-dki/>

Kelurahan Rawa Badak Utara mayoritas sebagian warganya memiliki UKM. Tantangan

yang dihadapi para UKM untuk bertahan di masa pandemi Covid 19 ini adanya globalisasi dan pasar bebas dan derasnya arus informasi yang menciptakan semakin bebasnya kompetisi yang telah meningkatkan kesadaran konsumen dan pelanggan akan banyaknya pilihan produk dan jasa yang dapat dipilih. Oleh karenanya UKM perlu membenahi diri dan membangun hubungan jangka panjang sehingga menciptakan jangkauan konsumen yang luas agar tidak kalah saing dengan UKM lainnya. Salah satu cara yang tepat ialah memahami pentingnya teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dimana sangat berpotensi untuk mendorong kinerja UKM yaitu menggunakan digital marketing. Dimana digital marketing memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah melalui berbagai aplikasi dan

gratis sehingga menciptakan pangsa pasar yang luas.

Manajemen suatu usaha sangat berpengaruh terhadap berkembangnya usaha. UKM sendiri untuk saat ini sedang terkena dampak dari pandemi Covid 19 yang belum usai. Beberapa UKM di Jl Rawabinangun VI RT 008 RW 009 Kelurahan Rawa badak Utara, juga kesulitan untuk berkembang karena kurangnya pemahaman mengenai aspek manajemen yaitu kurang pemahaman dalam memanfaatkan adanya digital marketing yaitu berupa Marketplace sebagai media atau sarana berjualan. Sebagai upaya yang tepat yaitu tim KKN memberikan edukasi dan pelatihan dimana digital marketing dapat mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Digital marketing merupakan media yang tepat untuk meningkatkan UKM di masa pandemic Covid 19 yaitu seperti adanya Marketplace berupa aplikasi Grab Food yang dimana sangat berfungsi dalam memaksimalkan penjualan sehingga dapat mensejahterakan rakyat dengan adanya peningkatan pendapatan rumah tangga sebagai upaya meminimalisir angka kemiskinan.

Grab Food adalah layanan pesan makanan tercepat di Indonesia dengan beraneka ragam mulai dari berbagai makanan dan minuman. Fitur tersebut dapat menyaring sejumlah makanan favorit dari restoran-restoran terbaik untuk membantu para konsumen dalam memilih makanan dengan mudah dan cepat. Grab Food bisa menemukan dan memesan makanan favorit konsumen dari seluruh penjuru Indonesia, dengan pesan secara online dengan hanya beberapa klik saja. Grab Food hadir untuk memenuhi rasa lapar para konsumen dengan aneka pilihan mitra makanan dan minuman di Indonesia. Memanfaatkan Grab Food sebagai wadah penjualan dapat meningkatkan cakupan target pasar yang meluas sehingga dapat memaksimalkan penjualan pada masa pandemi covid 19 ini yang memberi efek pada pendapatan rumah tangga. Maka dari itu usaha yang mereka jalankan perlu di kembangkan dengan mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan. Akan tetapi dengan kondisi pandemi Covid 19 ini, para Ibu PKK terhambat dan masih menemui beberapa kendala besar diantaranya adalah:

a) Masalah Kurangnya Pengetahuan Mengenai Digital Marketing Berupa Marketplace Yaitu Grab Food:

Kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing Ibu PKK diberikan edukasi untuk mengimplementasikan kembali ke warga/pelaku UKM yang tidak memahami hal tersebut. Memberikan kesejahteraan kepada rakyat juga merupakan salah satu tugas gerakan PKK. Hal ini dengan ketidak berhasilan beberapa pelaku UKM di masa pandemi Covid 19 ini. Dimana program pelatihan ini diberikan berupa mengenal apa itu digital marketing dan Grab Food serta bagaimana cara mendaftar menjadi partner Grab Food. Dapat dikatakan Grab Food merupakan layanan pesan antar makanan yang mengandalkan jasa. Pemesanan dapat dibuka melalui aplikasi Grab. Grab Food dapat membantu dan memudahkan pelanggan dalam transaksi pembelian makanan dan minuman dengan mengandalkan jasa pesan antar sehingga memberikan efek positif bagi penjual yaitu dapat mencakup pelanggan secara luas dalam penjualan dengan meminimalisir biaya yang dikeluarkan sebagai biaya promosi.

b) Masalah Kurangnya Pengetahuan Akan Manfaat Dan Keuntungan Dalam Bergabung Dengan Grab Food:

Permasalahan pada Ibu PKK tentunya hanya beberapa yang mengerti akan adanya aplikasi Grab Food. Sebab para Ibu PKK perlu memahaminya sehingga kinerja para pelaku UKM dapat meningkat karena adanya ketidak mampuan kompetensi untuk menggunakan aplikasi tersebut pelaku UKM tidak dapat mempertahankan bisnisnya di masa pandemi Covid 19. Grab Food dikenal sebagai penyedia jasa para pecinta kuliner yang sangat berperan selama masa pandemi Covid 19 ini, Banyak para pelanggan memanfaatkan Grab Food sebagai pemenuh kebutuhan sehari-harinya baik dari segi rumah tangga, pendidik, maupun pekerja. Menelaah permasalahan yang dihadapi oleh Ibu PKK ini, maka tim pengabdian masyarakat berkontribusi untuk memberikan solusi yaitu berupa penjelasan akan manfaat serta keuntungan dalam bergabung dengan Grab Food. Hal yang terjadi pada permasalahan tersebut dapat dijadikan motivasi untuk terus meningkatkan pengetahuan para Ibu PKK, dimana masa pandemi Covid 19 ini semua orang memanfaatkan internet untuk memberikan efek positif bagi kesejahteraan. Sosialisasi yang diberikan ke para Ibu PKK dapat dengan baik

diterima dan diimplementasikan kembali kepada warga setempat khususnya pelaku UKM. Ibu PKK harus belajar mendalami tentang digital marketing karena penjualan yang dilakukan secara offline dapat menjadi online yaitu menggunakan sistem kolaborasi Grab Food Merchant dengan UKM yang didirikan. Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah:

1. Dengan sosialisasi pemberdayaan Ibu PKK ini diupayakan bisa membantu para rakyat khususnya pelaku UKM memiliki kemampuan untuk memanfaatkan media internet atau digital untuk kehidupan sehari-hari. Dimana mereka bisa menetapkan dan mencapai tujuan hidupnya agar lebih maju dalam masalah sosial ekonomi, yaitu dengan meningkatkan daya ingin tahu dan inovasi yang tinggi dalam menciptakan kesejahteraan sosial serta ekonomi dalam menangani konflik yang ada.
2. Ibu PKK dapat membimbing dengan baik khususnya para pelaku UKM dalam memanfaatkan digital marketing yaitu pada aplikasi Grab Food Merchant sebagai media tempat perantara untuk berbisnis. Dan diharapkan apa yang telah dilakukan dapat dikembangkan sesuai dengan pemahaman teknologi dan informasi yang canggih guna meningkatkan penjualan untuk bersaing dengan pasar yang lebih luas secara menarik dan efisien.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh tim KKN dengan Ibu PKK Kelurahan Rawa Badak Utara Kecamatan Koja Jakarta Utara, dilaksanakan selama 37 hari dimulai tanggal 18 Desember 2021 hingga 22 Januari 2022. Kegiatan pelatihan diberikan secara online melalui aplikasi Zoom Meeting serta pertemuan offline di Kantor RW 009 Kelurahan Rawa Badak Utara bersama Bapak ketua RW 009 Bapak Sudaryono dan Para Ibu PKK. Program pelatihan ini diberikan kepada 11 anggota Ibu PKK yang kemudian diimplementasikan kembali oleh Ibu PKK kepada warga setempat khususnya pelaku UKM.

Disimpulkan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut sebagai berikut dimana hal tersebut merupakan rencana kerja pelaksanaan dan gambaran prosedur kerja pengabdian masyarakat yang dapat dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

Kegiatan	Waktu	Materi
Persiapan Program	2x (Offline)	1) Izin Survey tempat dan peserta 2) Kumpulan permasalahan
Awal Pelaksanaan Kegiatan	1x (Offline)	1) Sambutan dan tujuan pelaksanaan 2) Modul Pembelajaran yang akan dipaparkan
Workshop dan webinar Edukasi	1x (Offline) 4x (Online)	1) Apa itu Digital Marketing 2) Manfaat Digital Marketing 3) Apa itu GrabFood Merchant 4) Manfaat menjadi partner Grab Food 5) Sistem bagi hasil Grab Food
Webinar Survey Kepuasan	1 x (Offline)	1) Survey Kepuasan 2) Hasil Survey
Evaluasi dan Penutupan	1 x (Offline)	1) Bahan evaluasi 2) Ucapan Terimakasih

Metode pelaksanaan kegiatan tersebut diterapkan melalui metode observasi dan wawancara dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Langkah awal yang dilakukan ialah Observasi tempat serta aktivitas para Ibu PKK dan warga setempat, untuk memperoleh hasil informasi dan masukan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Mitra UKM di masa pandemi Covid 19
- b. Kemudian dilakukan wawancara dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan ketua RW 009 dan Ibu PKK.

Alat dan Bahan

Pada pelaksanaan secara offline digunakan power point untuk memaparkan materi yang akan diajarkan dan para Ibu PKK menggunakan Handphone yang dilengkapi dengan internet

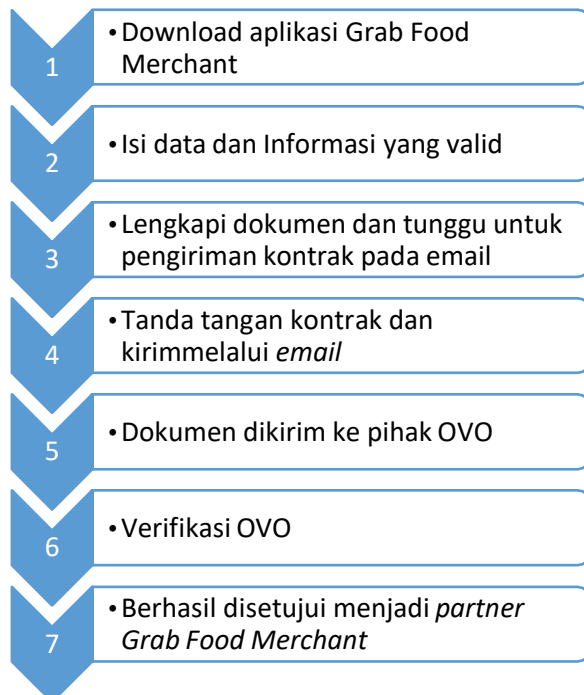
yang memadai untuk mengunduh aplikasi *Grab Food Merchant*.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Program

Pertemuan online dengan para Ibu PKK ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai kebutuhan warga kelurahan Rawa Badak Utara RT 008 RW 009 dalam mensejahterakan dari segi aspek ekonomi dan sosial pada program yang akan diimplementasikan. Metode yang digunakan untuk pertemuan ini adalah dengan metode observasi dan wawancara. Dalam kegiatan ini tim KKN bekerja sama dengan Ibu PKK untuk memaparkan berbagai permasalahan yang ada pada warga setempat yang dihadapinya dan tim KKN melakukan perumusan untuk menjadi masukan pada materi yang akan dipaparkan. Pelaksanaan ini melibatkan seluruh Ibu PKK dan para mitra UKM untuk mendapatkan suara dari setiap perwakilan. Pelaksanaan program ini dilakukan secara online melalui Zoom Meeting.

Berikut diperlihatkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Tata cara Mendaftar Grab Food

Disini para Ibu PKK diberi pengetahuan mengenai langkah-langkah efektif untuk bergabung menjadi partner Grab Food yang kemudian diimplementasikan kembali ke pelaku

UKM agar dapat menciptakan kemajuan dalam berbisnis dan dapat bertahan di masa pandemi Covid 19. Workshop yang dilaksanakan dengan aplikasi zoom meeting ini selain memberikan pemaparan, diskusi juga sesi tanya jawab. Pelatihan ini diberikan kepada Ibu PKK yang kemudian mereka paparkan kembali kepada warga setempat khususnya pelaku UKM. Memberikan edukasi mengenai hal tersebut merupakan suatu cara pertama untuk bangkit dan maju agar dapat bertahan dalam menjalankan UKM pada masa pandemi Covid 19. Perkembangan e-business secara perlahan mengubah pola pikir konsumsi masyarakat. Dengan adanya pelatihan yang pada dasarnya ketidak adanya dasar pengetahuan untuk melakukan penjualan dengan sistem online, Ibu PKK menjadi penggerak atau pendampingan yang menjadikan program pelatihan ini bisa diimplementasikan oleh rakyat yang memiliki UKM. Dari evaluasi terdapat kesulitan bahwa adanya beberapa warga yang harus terlebih dahulu memiliki email, karena tidak adanya pengetahuan mengenai internet.

Tabel 2. Peserta Ibu PKK

No.	Nama Peserta	Nomor Telpon
1	Elvina Sari	089532186XXX
2	Nur Cahyati	089698142XXX
3	Sutiah	083818069XXX
4	Juani	089831685XXX
5	Listanti	082154565XXX
6	Ainun fuadah	089698142XXX
7	Saini	08121228XXX
8	Nuraeni	087830185XXX
9	Ida Rahmawati	081294696XXX
10	Herlina	083818069XXX
11	Damayanti	085698142XXX



Gambar 2. Peserta Mitra

Pelaksanaan Workshop

Workshop I: Mengetahui Dampak Digital Marketing Pada UKM

Workshop ini dilaksanakan secara offline dengan materi strategi meningkatkan pendapatan rumah tangga khususnya pelaku UKM jika berkolaborasi dengan aplikasi Grab Food. Workshop yang dilaksanakan tanggal 24 Desember 2021 dengan aplikasi zoom Meeting ini selain memberikan pemaparan, diskusi juga dengan memberikan sesi tanya jawab untuk memudahkan pemahaman para peserta. Pada pertemuan pertama materi yang diberikan meliputi: pemahaman tentang literasi digital secara sederhana yang diartikan sebagai kecakapan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai tipe format sumber-sumber informasi yang lebih luas, dan mampu ditampilkan melalui perangkat komputer (Gilster, 1997; Martin (2006, h.18). Definisi digital marketing menurut American Marketing Association (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan & Hongshuang, 2016).

Digital Marketing berdampak positif pada UKM contohnya pada sosial media. Peran media sosial bagi Ibu PKK sangat bermanfaat sebagai sarana komunikasi dimana hal tersebut berkaitan dengan cara pemesanan kontak langsung melalui online, sebagai sarana untuk promosi produk dan jasa yang akan dipasarkan, mendata keinginan konsumen, dan menyampaikan respon kepada masyarakat. Meskipun pelaksanaan kegiatan ini dilakukan

secara online namun peserta terlihat antusias dan aktif mengikuti ataupun diskusi tanya jawab interaksi untuk memperdalam bahasan serta menggali pemahaman peserta.

Workshop II: Mengetahui Keuntungan Grab Food Dan Manfaatnya

Workshop ini dilaksanakan secara daring tanggal 16 dan 19 Januari 2022 dengan materi tata cara mendaftar Grab Food serta manfaat dan keuntungannya. Dimana keuntungan tersebut para Ibu PKK akan dijelaskan mengenai metode pembagian hasil pelaku UKM jika menjadi partner Grab Food Merchant yaitu dengan pelaksanaan pelatihan menghitung pendapatan dengan skema bagi hasil 30%. Berikut contoh perhitungannya:

1. Menggunakan Skema Potongan 30%

Harga Penjualan Menu	Potongan 30%	Hasil Order diterima Merchant
Rp 20.000	Rp 6.000	Rp 14.000

2. Skema Hasil Bergabung Dengan Grab Food

Harga Per Menu	Harga Jual di Grab Food	30% untuk Grab Food	Untung Baru
Rp 20.000	Rp 15.000 + 75% = Rp 26.250	30% dari HJ Rp 26.250 = Rp 7.875	Rp 26.250 - Rp 7.875 = Rp 3.375

Perhitungan di atas menjelaskan bahwa para pelaku usaha UMK akan mendapatkan keuntungan bersih senilai Rp 3.375. Hasil tersebut memang tidak sebesar keuntungan sebelum menjadi Grab Food, akan tetapi dengan bergabung menjadi partner Grab Food dapat meningkatkan omset penjualan perbulannya, sehingga dapat meningkatkan pula keuntungan yang didapatkannya. Hal tersebut tentu memiliki manfaat bagi para pelaku UKM diantaranya adalah:

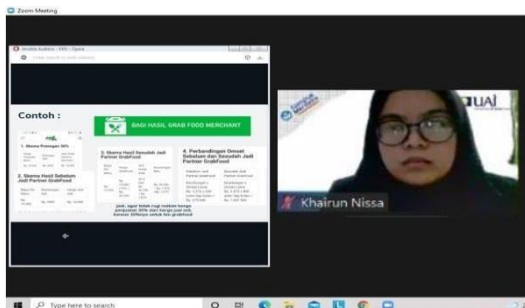
- 1) Biaya promosi gratis,
- 2) Tidak perlu menyediakan Jasa Kurir,
- 3) Pangsa pasar lebih luas,
- 4) Metode pembayaran yang beragam,
- 5) Omset penjualan meningkat.

Materi ini sebagai pendukung materi sebelumnya mengenai pentingnya digital marketing. Hal tersebut menciptakan peserta

untuk memiliki pemahaman serta skill bagaimana menerapkan bisnisnya untuk tetap bertahan dan maju ketika sudah menjadi partner Grab Food agar dapat bertahan di masa pandemi Covid 19. Workshop yang dilaksanakan dengan aplikasi zoom meeting ini selain memberikan pemaparan, diskusi juga sesi tanya jawab sama seperti yang telah dilakukan pada workshop sebelumnya.



Gambar 3. Peserta Secara Online



Gambar 4. Sesi Edukasi Secara Online

Monitoring

Dalam Monitoring peserta dipantau dalam waktu 2 Minggu mengenai aktivitas mereka dalam menerapkan materi ajar yang sudah dipaparkan. Pelaksanaan monitoring dilakukan secara offline dengan menggunakan Group Whatsapp. Kesulitan yang dihadapi dalam memberikan materi serta secara aktif tim KKN memberikan solusinya. Termasuk memotivasi agar para Ibu PKK memahami pentingnya digital marketing agar para pelaku UKM di Kelurahan Rawa Badak Utara dapat bergabung dengan Grab Food Merchant

Evaluasi

Evaluasi merupakan metode yang tepat untuk diterapkan oleh tim KKN agar dapat menarik kesimpulan dan mendapatkan feedback akan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Evaluasi yang dilakukan meliputi:

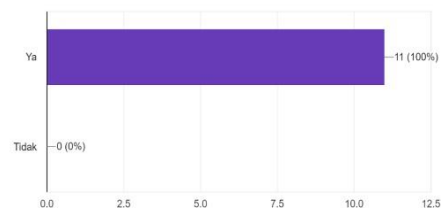
Evaluasi Pengetahuan:

Pengetahuan umum mengenai materi yang diberikan kepada Ibu PKK menjadi salah satu metode untuk mengukur pemahaman dan pengetahuan yang telah kita lakukan. Dimana setiap sesinya adanya sesi tanya jawab sebagai pendukung untuk menambah pengetahuan para peserta pada materi yang dipaparkan.

Evaluasi Kepuasan:

Evaluasi ini dilakukan dengan membagikan survey secara online melalui google form mengenai kepuasan peserta atas program yang dijalankan sehingga dapat disimpulkan bahwa para Ibu PKK sangat antusias selama kegiatan berlangsung, yang kemudian manfaatnya dapat dirasakan juga oleh para pelaku UKM untuk mendaftarkan aplikasi Grab Food Merchant untuk UKM yang dimilikinya.

Apakah Ibu PKK antusias untuk mengimplementasikan kembali ke warga pelaku UKM
11 responses



Gambar 5. Hasil survey secara online

4. KESIMPULAN

Tujuan pelaksanaan KKN ini adalah pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi atau Universitas. Pelaksanaan KKN Universitas Al Azhar Indonesia dilakukan oleh mahasiswa dalam bentuk sosialisasi dan edukasi yang dilaksanakan secara offline di Kantor RW 009 dan online melalui aplikasi zoom meeting. Sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pelatihan terlaksana dengan baik, meski terdapat kekurangan di beberapa hal seperti adanya pengaruh sinyal jika melakukan zoom meeting yang menghambat waktu kegiatan. Materi ini tepat diberikan karena merupakan pengetahuan yang tepat dibutuhkan para Ibu PKK maupun pelaku UKM. Tujuannya untuk mengajak peserta dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada di zaman sekarang, dimana sangat dibutuhkan pada masa pandemi Covid 19 ini dan dijadikan media

penting dalam berjualan secara online. Dari hasil monitoring dan evaluasi terlihat peserta bisa mempraktekkan materi dengan baik sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan dapat bermanfaat untuk para peserta

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan terima kasih kami ucapkan untuk Ibu PKK RT 008 RW 009 Kelurahan Rawa Badak Utara, Kecamatan Koja, Jakarta Utara, Ketua RW 009 Bapak Sudaryono yang telah memberi izin program ini berlangsung di kantor RW, para mahasiswa, dosen pembimbing, dan LPPM universitas Al-Azhar Indonesia yang telah memberikan pendanaan untuk kegiatan ini dalam bentuk Grant Abdimas tahun 2022 serta memberikan dukungan hingga kegiatan ini bisa diimplementasikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Edosomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J., Seymour, T., (2011). The History of SocialMedia and Its Impact on Business. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16 (3), pp. 1-13.
- Martin, A., & Grudziecki, J., (2006). DigEuLit: concepts and tools for digital literacy development. *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*, 5 (4), 1-19.
- Kuzma, J., Bell, V., Logue, C., (2014). A study of the use of social media marketing in the football industry. *Journal of Emerging Computing and Information Sciences*, 5 (10), pp. 728-738.
- Saravanakumar, M., Lakshmi, T.S., (2012). Social Media Marketing. *Life Science Journal*, 9 (4), pp. 4444- 4451.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- <https://kabar24.bisnis.com/read/20211218/243/1479087/cara-daftar-jadi-merchant-gofood-grabfood-dan-shopeefood/> (diunduh pada tanggal 14 Januari 2022)