

Strategi Inovasi Menggunakan Aplikasi Grab Merchant Meteor Aquarium dalam Meningkatkan Daya Saing Wirausaha Pasar Ikan Hias

1st Hasyim ^a

2nd Hotma Boru Hutahaeen ^a

3rd Romasi Situmorang ^a

4th Santia Devima ^{a *}

^a Universitas Negeri Medan

Abstract

To remain competitive in the market, innovation is needed. Product innovation is the result of developing new products carried out by a company or industry, whether existing or not yet. From old products that are already saturated on the market, we must innovate to replace these old products. The usefulness of research results in the future, both for program development and scientific interests, is compared to innovation strategies aimed at increasing competitiveness in the ornamental fish market. Innovation can have a positive impact on society, such as improving the quality of life, health, education and public services. The method used in this research is method. Qualitative research is research that produces results and processes descriptive data, such as interview transcripts, field notes, drawings, photos, video recordings.

Keywords: (*Strategy, Innovation, Grab merchant*)

*Correspondence: santiadevima16@gmail.com

1. Pendahuluan

Teknologi semakin berkembang dan kita perlu beradaptasi dengan inovasi dan penemuan baru, terutama yang berkaitan dengan Internet. Masyarakat saat ini tidak terlepas dari internet dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, baik dalam berkomunikasi dengan orang lain maupun dalam memenuhi kebutuhan hidup. Internet telah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat di seluruh dunia. Berkat Internet, kita dapat memanfaatkan banyak peluang bisnis. Peluang bisnis berbasis online sangat membantu perekonomian saat ini. Teknologi merupakan salah satu alat yang memudahkan pekerjaan manusia. Saat ini, berbagai teknologi digunakan di seluruh dunia dalam berbagai bidang seperti komunikasi, informasi, kedokteran, konstruksi, pendidikan, dan transportasi. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi semakin maju dan muncullah teknologi baru bernama financial technology (Fintech) (Andari et al., 2020). Ikan hias merupakan salah satu komoditas perikanan dengan potensi perdagangan yang cukup besar baik di dalam maupun luar negeri. Besarnya peluang pasar ikan hias ini dapat bermanfaat dalam meningkatkan devisa negara. Ikan hias di Indonesia sendiri sudah mempunyai pasar yang cukup besar, bahkan di beberapa daerah produksi ikan hias sudah cukup tinggi dan pemasarannya hingga ke luar negeri. Salah satu wilayah dengan penghasil ikan hias terbesar adalah Kabupaten Purbalingga. Purbalingga merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Tengah yang merupakan sentra produsen ikan hias di Indonesia, dimana pada tahun 2020 produksi ikan hias di wilayah ini mencapai angka 15.782.500 ekor dengan sebagian besar produksinya berupa ikan hias air tawar. Ikan hias adalah jenis ikan yang berhabitat di air tawar maupun di laut yang dipelihara bukan untuk dikonsumsi, melainkan untuk memperindah suasana atau ruangan. Panorama bawah laut seringkali dinilai mempesona sehingga banyak orang menghabiskan waktu untuk menyelam kemudian menikmati keindahannya. Kini, semakin berkembangnya teknologi memungkinkan orang



untuk menikmati panorama air dalam suatu ruangan, kehadiran ikan hias ini dapat menjadi salah satu alasan alternatif hiburan di tengah rutinitas yang padat. Ikan hias di Indonesia mempunyai pasar yang besar, baik ikan hias air tawar maupun ikan hias air laut. Kurang lebih 1.100 spesies ikan hias air tawar yang diperdagangkan secara global dan Indonesia memiliki 400 spesies, namun hanya sekitar 90 spesies yang dibudidayakan masyarakat. Ikan hias air tawar asli Indonesia yang menjadi komoditas unggulan adalah ikan arwana dan cupang. Menurut Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya (2015), ikan yang berasal dari negara lain dan bisa didomestikasi serta cukup populer dibudidayakan di Indonesia antara lain koki, koi, discus dan guppy. Dinas Peternakan dan Perikanan (2014) mengungkapkan Produksi ikan hias air tawar pada Kabupaten Bogor tahun 2014 mencapai 235.173.740 dan meningkat pada Tahun 2015 mencapai 242.520.230 ekor (Dwi Nugroho et al., 2017). Ikan yang dipelihara untuk kesenangan biasanya ditempatkan di aquarium sedangkan ikan yang dipelihara dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari hasil budidaya biasanya ditempatkan pada kolam, jenis ikan yang dipelihara untuk bisnis biasanya tergantung pada selera pasar dan harga. Inovasi dibutuhkan dalam suatu bisnis. Inovasi umumnya dianggap sebagai aspek penting dari sebagian proses bisnis karena dapat memberikan keunggulan kompetitif (Ellitan, 2009). Untuk tetap menjaga daya saing di pasar diperlukannya inovasi, yang dimana Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Konsep Pemasaran Kewirausahaan, konsep yang awalnya muncul pada pelaku usaha skala kecil atau pelaku usaha yang baru memulai bisnisnya Dalam penelitian Olanye dan Edward (2016), dijelaskan bahwa praktek pemasaran konvensional tampak tidak efektif untuk perusahaan wirausaha untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di tengah persaingan. Dalam penelitian ini menetapkan bahwa konsep pemasaran kewirausahaan adalah konstruksi multidimensi yang aspek-aspeknya, Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan 10 memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja restoran cepat saji dalam lingkungan pemasaran yang kompetitif. Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi dari sistem pemasaran kewirausahaan yang diadopsi, proaktif, inovasi dan pengenalan peluang oleh restoran cepat saji akan meningkatkan kinerja dan keunggulan bersaing. Sistem Pemasaran Kewirausahaan mengacu pada proses pemasaran yang menekankan pada penciptaan, penemuan, evaluasi, dan penggalan peluang (Claudia et al., 2020)

Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut Inovasi Menurut Australian Institute for Commercialization (2011) inovasi merupakan suatu proses yang dinamis dimana adaptasi diperlukan untuk menghadapi perubahan dalam sumber daya, teknologi atau ekonomi atau bahkan dalam perubahan ekspektasi perusahaan untuk inovasi. Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industry. Strategi merupakan dasar untuk kelanjutan kegiatan marketing yang telah direncanakan, misalnya siapa target pasar, bagaimana usaha kecil membidik pelanggan, dan bagaimana cara menjaga konsumen yang ada sebagai pelanggan tetap, yang dimana Meteor Aquarium Medan selalu memberikan variasi ikan hias atau menyesuaikan minat pelanggan mereka. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan penjual. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi pengusaha dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah penjualan

2. Empirical Literature Review

Konsep Inovasi dalam Industri Ikan Hias

Inovasi juga merupakan bagian yang penting dalam strategi bisnis, bisnis akan maju ke depan jika produknya diinovasi. Seperti yang sudah kita ketahui bahwa dunia bisnis sangat cepat berubah, hampir setiap hari ada saja trend baru yang bermunculan. Oleh karena itu, inovasi sangatlah dibutuhkan agar dapat bersaing dengan kompetitor. Membuat inovasi baru memanglah sulit, karena terkadang sebuah perusahaan yang sudah disiapkan dan diprediksi akan membuat sukses ternyata justru tidak memberikan hasil yang signifikan. Namun, melalui proses yang baik dan benar pasti dapat menciptakan inovasi baru (Nofiani & Mursid, 2021). Salah satu alasan mengapa manusia menjadi makhluk dominan di planet ini adalah karena daya kreativitasnya yang luar biasa. Kreativitas adalah kemampuan manusia untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam menghadapi tantangan dan peluang. Lebih lanjut kreativitas juga mengandung pengertian (Mulyanto et al., 2013):

1. Menciptakan sesuatu yang asalnya tidak ada
2. Hasil kerja masa kini untuk memperbaiki masa lalu dengan cara yang baru.
3. Menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik. Inovasi adalah Pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru (pembaruan). Inovasi juga mempunyai arti penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Hal itu dapat berupa gagasan, metode, dan atau alat baru. Kreatif dan inovatif adalah kata kunci untuk kemajuan teknologi suatu bangsa. Negara-negara seperti Jepang, Cina, Korea Selatan, dan negara maju lainnya menggunakan dua kata itu ditambah dengan kedisiplinan, ketekunan, dan keuletan untuk menjadi negara super maju di dunia. Secara umum pengertian teknologi adalah seluruh kemampuan, peralatan dan tata kerja serta kelembagaan yang diciptakan untuk bekerja secara lebih efisien, sedangkan teknologi perikanan meliputi teknologi perikanan tangkap, teknologi perikanan budidaya (akuakultur) dan teknologi pengolahan hasil perikanan (processing).

Mendorong pertumbuhan ekonomi: Inovasi dapat merangsang pertumbuhan ekonomi

melalui penciptaan produk dan layanan baru, peningkatan investasi, serta penciptaan lapangan kerja baru. Meningkatkan kualitas hidup: Inovasi dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, seperti peningkatan kualitas hidup, kesehatan, pendidikan, dan pelayanan publik. Memperkuat visi dan misi negara: Dalam konteks Indonesia, inovasi menjadi salah satu faktor kunci dalam mendorong tercapainya visi Indonesia sebagai negara maju pada tahun 2045. Oleh karena itu, memahami peran inovasi dalam meningkatkan daya saing ekonomi sangatlah penting untuk memperkuat visi dan misi negara tersebut. Indonesia saat ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saingnya di pasar global. Menurut Global Competitiveness Index 2021 yang dirilis oleh World Economic Forum, Indonesia menempati peringkat 56 dari 140 negara dalam hal daya saing ekonomi. Meskipun meningkat dari peringkat 62 pada tahun sebelumnya, Indonesia masih memiliki potensi untuk meningkatkan daya saingnya di pasar global.

Salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing Indonesia adalah inovasi. Dalam konteks Indonesia, inovasi menjadi kunci dalam menjawab berbagai tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan ekonomi. Dalam rangka mencapai visi Indonesia sebagai negara maju pada tahun 2045, inovasi dianggap sebagai salah satu kunci utama. Oleh karena itu, Indonesia perlu terus mendorong inovasi dan teknologi untuk meningkatkan daya saing ekonominya di pasar. Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan dalam mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing ekonomi di Indonesia, seperti rendahnya tingkat literasi digital. Keterbatasan sumber daya manusia yang berkualitas, serta rendahnya dukungan pemerintah dan sektor swasta dalam pengembangan inovasi. Dengan memperkuat peran inovasi dalam meningkatkan daya saing ekonomi, diharapkan Indonesia dapat terus meningkatkan posisinya di pasar global dan membawa dampak positif bagi

pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat. Urgensi daya saing ekonomi dalam judul "Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi" sangat penting karena daya saing ekonomi merupakan faktor kunci untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran suatu negara. Negara-negara dengan daya saing ekonomi yang kuat cenderung memiliki tingkat kemakmuran yang lebih tinggi, seperti tingkat pengangguran yang lebih rendah, pertumbuhan ekonomi yang lebih stabil, dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Inovasi dianggap sebagai salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing ekonomi, karena dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

3. Method, Data, and Analysis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan hasil dan mengolah data deskriptif, seperti transkrip wawancara, Catatan lapangan, gambar, foto, rekaman video, dll Penelitian ini disebut kualitatif karena pada hakikatnya adalah penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk mempelajari atau mempelajari suatu objek dalam suasana alami. Menurut Arikuntoro (2010 : 172) Data dapat dibedakan dalam dua tipe, pertama adalah data primer, kedua adalah data sekunder. Data primer adalah data yang data yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti untuk tujuan tertentu, Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh oleh orang atau lembaga lain yang digunakan untuk tujuan tertentu. Dalam studi ini, peneliti menggunakan data primer beserta data sekunder. Data primer yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara (observasi) kepada para pemilik UMKM dan untuk data sekunder, peneliti menggunakan data yang relevan sesuai dengan tujuan studi seperti kuesioner, media online, dan jurnal.

4. Hasil dan Pembahasan

Strategi Inovasi menggunakan aplikasi Grab merchant meteor aquarium Dalam Meningkatkan Daya Saing Wirausaha Pasar Ikan Hias

Kewirausahaan (entrepreneurship) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu negara yang sedang berkembang. Kemajuan atau kemunduran ekonomi. suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan ini menyatakan bahwa seluruh proses perubahan ekonomi pada akhirnya tergantung dari orang yang menyebabkan timbulnya perubahan tersebut yakni sang "entrepreneur." Kebanyakan perusahaan yang sedang tumbuh dan yang bersifat inovatif menunjukan suatu jiwa (spirit) entrepreneur. Strategi adalah sebuah rencana yang di jalankan dengan sebuah tujuan untuk meningkatkan sebuah usaha. Dalam sebuah usaha strategi saat berperan aktif sehingga strategi yang dilaksanakan dengan sebuah inovasi yang baru atau menggandeng dengan sebuah perubahan teknologi adalah strategi yang sangat tepat untuk wirausaha di jaman digital saat ini. kewirausahaan yang erat kaitannya dengan sektor usaha kecil dan menengah membutuhkan perkembangan inovasi kewirausahaan yang memfasilitasi munculnya UMKM yang meningkatkan sektor ekonomi .Perkembangan kewirausahaan ini pun tak luput dari bantuan teknologi yang mendorong perkembangan wirausaha di meteor aquarium .Penggunaan teknologi berupa Aplikasi GrabMerchant adalah salah satu contoh peran teknologi dan strategi penjualan ikan hias yang dulunya hanya mengandalkan metode konvensional berupa penjualan dari mulut kemulut lalu berkembang menggunakan aplikasi GrabMerchant aplikasi yang memiliki keunggulan berupa mengelola bisnis dengan mudah, Tingkat efisien dan keamanan, Meningkatkan produktifitas serta Membeli persediaan toko yang efisien serta menghemat waktu. GrabFood, GrabMart, dan OVO adalah beberapa fitur yang dapat dijangkau di GrabMerchant. GrabMerchant dapat dengan mudah mengakses layanan aplikasi GrabMerchant dalam satu aplikasi. aplikasi media sosial, sekarang

juga banyak tersedia aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan untuk membantu pekerjaan. Misalnya saja aplikasi akuntansi, aplikasi ecommerce, aplikasi pembukuan, aplikasi administrasi dan lain sebagainya. Aplikasi-aplikasi yang sudah ada juga dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan usaha. Dengan menggunakan aplikasi tersebut, dapat menghemat waktu, biaya, dan juga tenaga. Selain itu, aplikasi-aplikasi tersebut juga memberikan kenyamanan dalam penggunaannya. Contohnya aplikasi e-commerce yang bisa membantu untuk menjual produk dengan mudah dengan hanya menggunakan mobile atau smartphone. Ataupun aplikasi software akuntansi yang memudahkan mengelola keuangan bisnis, sekaligus memudahkan untuk membuat pembukuan bisnis. Karena kecepatan dan manfaat dari aplikasi-aplikasi bisnis atau keuangan membuat bisnis kita lebih efektif dan efisien. Namun, dikarenakan banyaknya jenis aplikasi pengelolaan bisnis kita juga harus pintar-pintar memilih aplikasi terbaik untuk menjalankan bisnis (Nofiani & Mursid, 2021).

Tabel 1 Fitur aplikasi GrabMerchant

FITUR	PEMILIK	MANAJER	KASIR
Mengatur pesanan	√	√	√
Mengatur Katalog	√	√	√
Melihat jumlah total penjualan harian	√	√	√ (Hanya di Riwayat pemesanan)
Edit katalog (Mitra yang punya lebih dari 5 Toko)	√	√	√ Mungkin dilindungi PIN
Membuat iklan dan promo (Mitra yang punya lebih dari 5 toko)	√	√	√ Mungkin dilindungi PIN
Mengatur pembayaran (mitra OVO)	√	√	√
Pembayaran pengembalian dana (Mitra OVO)	√	√	
Memesan pasokan	√	√	
Menentukan peran karyawan	√	√	
Tampilan home screen	√	√	
Mengantri antar toko	√	√	
Akses ke insights dan analitik	√	√	
Melihat informasi penyelesaian		√	

Praktek strategi kewirausahaan (strategic entrepreneurship) yang efektif mendorong perusahaan beradaptasi terhadap perubahan membutuhkan kebaruan dalam bentuk inovasi. Literatur dan penelitian empiris antara lain, menyimpulkan bahwa stabilitas kinerja perusahaan berhubungan dengan pemanfaatan sumberdaya dengan bijak dan penciptaan alur inovasi yang konsisten merupakan manifestasi strategic entrepreneurship untuk mencapai kesuksesan organisasi. Strategi kewirausahaan (strategic entrepreneurship) yang efektif mengarah pada kombinasi orientasi efektivitas dan efisiensi sebuah kebaruan, yang merupakan sumber bagi keunggulan kompetitif. Inovasi yang mengikuti perkembangan teknologi dapat melebihi pesaing, dan dapat membantu usaha kecil membentuk keunggulan kompetitif sebagai performa superior saat ini dan dimasa yang akan datang. Strategi kewirausahaan (strategic entrepreneurship) terkait kebijakan perusahaan untuk mengeksplorasi inovasi yang berasal dari usaha untuk terus mengeksplorasi peluang berbasis inovasi. Strategi kewirausahaan ini merupakan upaya untuk memberikan kesempatan kepada pengusaha agar berhasil menjalankan usahanya. Kenyataannya, menciptakan kewirausahaan tidaklah mudah. Inovasi dalam kewirausahaan perlu digalakkan agar dapat menghasilkan cara pandang baru yang dapat menjadi acuan dalam kegiatan usaha baru di zaman modern. Wujud inovasi dalam kewirausahaan dapat ditempuh melalui pendekatan strategi kewirausahaan yang dijelaskan oleh Peter F. Drucker dalam bukunya "Praktik dan Prinsip Inovasi dan Kewirausahaan".

Dalam bukunya, Peter F. Drucker membagi strategi kewirausahaan menjadi tiga bagian yaitu strategi "Paling Canggih", strategi "Relung Ekologis", dan strategi "Mengubah Nilai dan Karakteristik". Meskipun ketiga strategi ini tidak eksklusif, ketiga strategi tersebut mempunyai keterbatasan dan risikonya masing-masing. Dan strategi pengembangan kewirausahaan diterapkan dalam beberapa aspek seperti motivasi, kreativitas, kepemimpinan, pemasaran, persaingan usaha, legalitas usaha, dan perubahan pasar.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Inovasi Menggunakan Aplikasi Grab Merchant Merchant Meteor Aquarium Dalam Meningkatkan Daya Saing Wirausaha Pasar Ikan Hias, maka disimpulkan sebagai berikut : Penggunaan teknologi berupa Aplikasi GrabMerchant adalah salah satu contoh peran teknologi dan strategi penjualan ikan hias yang dulunya hanya mengandalkan metode konvensional berupa penjualan dari mulut kemulut lalu berkembang menggunakan aplikasi GrabMerchant aplikasi yang memiliki keunggulan berupa mengelola bisnis dengan mudah, Tingkat efisien dan keamanan, Meningkatkan produktifitas serta Membeli persediaan toko yang efisien serta menghemat waktu. GrabFood, GrabMart, dan OVO adalah beberapa fitur yang dapat dijangkau di GrabMerchant. GrabMerchat dapat dengan mudah mengakses layanan aplikasi GrabMerchant dalam satu aplikasi.

Saran

Berdasarkan Hasil Penelitian , maka peneliti menggunakan saran perbaikan untuk penelitian masa datang, Adapun saran yang dikemukakan sebagai seluru pedagang UMKM lebih bisa meningkatkan inovasi dan strategi pemasarannya, terutama pemasaran ikan hias

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepda semua pihak telah berkontribusi dalam penerbitan jurnal ini. Terimah kasih atas dedikasi, pengetahuan, dan waktu yang telah diberikan. Semua upaya ini sangat berarti untuk kemajuan ilmiah kita bersama terkhusus juga kami ucapkan terimakasih kepada pemilik usaha yaitu ibu gea yang telah memberikan waktu dan kesempatan kepada kami untuk melakukan opservasi di usaha beliau.

Daftar Pustaka

- Andari, A. T., Aalin, E. R., & Putranti, E. (2020). Implementasi Aplikasi OVO Melalui Grab Untuk Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Merchant Di Kota Kediri). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial - Polinema 2020*, 203–212.
- Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). Engaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Inovasi Pada Ukm Kuliner Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2), 8–18. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v1i2.397>
- Dwi Nugroho, B., Hardjomidjojo, H., & Ma'mun Sarma, D. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar dan Ikan Hias Air Tawar pada Kelompok Mitra Posikandu Kabupaten Bogor Business Expansion Strategies on Consumable Freshwater Fish and Decorative Fish Breeding in Kelompok Mitra Posikandu Bogor D. *Manajemen IKM*, 12(2), 127–136. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/>
- Mulyanto, Lesmana, J. A., Hayati, N., Mangampa, M., Burhanuddin, Saraswathy, R., Muralidhar, M., Sundaray, J. K., Lalitha, N., & Kumararaja, P. (2013). Konsep Pengembangan Inovasi Teknologi Perikanan. *Inovasi Tekonologi Perikanan*, 9(1), 75–90.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>