



ABSTRAK

Teknologi diciptakan untuk meningkatkan kemampuan manusia, seperti teknologi komunikasi dan informasi yang berperan menambah kemampuan manusia dalam berkomunikasi dan memproses informasi. Internet yang mulai dikenal luas menjelang abad 20 merupakan produk perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang telah menjadi media baru dalam masyarakat. Kehadiran media baru juga menjadi pemicu munculnya inovasi-inovasi yang dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti fenomena transportasi daring Go-Jek sebagai solusi atas persoalan transportasi di kota-kota besar, kini semakin berkembang dengan menghadirkan inovasi Go-Food sebagai layanan pesan antar makanan. Dalam operasional Go-Food, Go-Jek sebagai penyedia *platform* menggandeng pelaku usaha kuliner sebagai mitra, dan disitulah pelaku UMKM masuk sebagai *merchant* Go-Food. Ketika pelaku UMKM menggunakan inovasi Go-Food dan menjadi *merchant* Go-Food mengindikasikan terjadinya *digital collaborative consumption*.

Dari latar belakang tersebut penelitian ini bermula, yaitu ingin mengetahui bagaimana *digital collaborative consumption* yang terjadi dalam penggunaan inovasi Go-Food oleh UMKM di Yogyakarta secara kualitatif. Munculnya Go-Jek dan Go-Food telah menjadi fenomena tersendiri sehingga peneliti memilih menjadikan penelitian ini menjadi studi kasus untuk mendapatkan cerita dibalik penggunaan inovasi Go-Food oleh UMKM. Didapatkan hasil penelitian berupa adanya perbedaan dalam merespon inovasi Go-Food oleh pelaku UMKM dengan latar berbeda, meskipun memiliki kesamaan dalam memperoleh *benefit* dengan menjadi *merchant* Go-Food.

Kata kunci: teknologi komunikasi dan informasi, UMKM, Go-Food, *digital collaborative consumption*



ABSTRACT

Technology created to enhance human abilities, such as communication and information technologies that play a role adds to the human ability to communicate and process information. Internet which began widely known before the 20th century is the product development of information and communication technology that has become the new media in society. The presence of new media has also become a trigger innovations that can be used according to the needs of society. As the phenomenon of online Go-Jek transportation as a solution to transportation problems in big cities, is now growing by presenting innovative Go-Food as home delivery of food. In operating the Go-Food, Go-Jek as a platform provider holding culinary businesses as partners, and that is where SMEs entered as a Go-Food merchants. The emergence of innovations Go-Food has the potential to be an opportunity for SMEs to flourish well as a challenge to be adopted. When SMEs using innovative Go-Go Food and become a merchant-Food indicated a concept that is said to Rachel Botsman as a digital collaborative consumption.

The background of this study began, is to know how digital collaborative consumption that occurred in the use of Go-Food innovation by SMEs in Yogyakarta qualitatively. The emergence of Go-Jek and Go-Food has become a phenomenon that researchers chose to make this research as a case study to get the story behind the use of Go-Food innovation by SMEs. Research results obtained in the form of differences in response to the Go-Food innovation by SMEs with different background, despite similarities in obtaining benefit by becoming a Go-Food merchants.

Keywords: Communications and information technology, SMEs, Digital collaborative consumption