



## Pemanfaatan *Online Food Delivery* (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak

### *The Utilization Of Online Food Delivery (Shopee Food And Gofood) In Marketing And Sales MSMEs Products In Gunung Anyar Tambak*

Shinta Rifianing Prasetya <sup>1</sup>, Rafi Athallah Rivai <sup>2</sup>, Muhammad Bagus Yoga Utama <sup>3</sup>,  
Dimas Aditya Rama <sup>4</sup>, Dyan Fransiska Agata <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur

Korespondensi penulis : [20011010182@student.upnjatim.ac.id](mailto:20011010182@student.upnjatim.ac.id) <sup>1</sup>, [20012010264@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010264@student.upnjatim.ac.id) <sup>2</sup>,  
[20012010215@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010215@student.upnjatim.ac.id) <sup>3</sup>, [20024010165@student.upnjatim.ac.id](mailto:20024010165@student.upnjatim.ac.id) <sup>4</sup>,  
[20024010100@student.upnjatim.ac.id](mailto:20024010100@student.upnjatim.ac.id) <sup>5</sup>

#### Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 16 Juni 2023

Accepted: 05 Juli 2023

**Keywords:** MSMEs, Online Food Delivery, GoFood, ShopeFood

**Abstract:** Along with the current technology development, business activities in the culinary field also use technology to run their business. One of them is the use of online food delivery services which is no longer an advantage of a business today but has become a necessity for business owners to compete with other companies. The implementation of this community service aims to facilitate MSMEs to have skills in the use of online food delivery technology, especially using GoFood and Shop Food to market their products. This research uses descriptive qualitative methods by conducting observations and interviews, not only that, this research uses the learning method of practicing using online food delivery technology. The result of this community service is that MSMEs can market their products through GoFood and Shop Food so that the marketing range will be more comprehensive and attract more consumers, which can also increase sales.

#### Abstrak

Sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini, aktivitas usaha di bidang kuliner ikut mengaplikasikan teknologi dalam menjalankan usahanya. Salah satunya penggunaan layanan pesan antar makanan dimana bukan lagi menjadi keunggulan suatu usaha di masa kini, namun sudah menjadi keharusan bagi para pelaku usaha agar bisa terus bersaing dengan usaha lainnya. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memfasilitasi pelaku UMKM agar mempunyai keterampilan pada penggunaan teknologi layanan pesan antar makanan, khususnya menggunakan aplikasi Go Food dan Shopee Food dalam memasarkan produknya. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan cara melakukan observasi dan wawancara, tidak hanya itu saja, penelitian ini melakukan metode pembelajaran berupa praktik secara langsung dalam pengaplikasian teknologi layanan pesan antar makanan. Hasil dari pengabdian masyarakat ini yaitu pelaku UMKM dapat memasarkan produknya melalui aplikasi Go Food dan Shopee Food sehingga jangkauan pemasaran lebih luas dan menarik konsumen lebih banyak serta dapat menaikkan penjualan.

**Kata Kunci:** UMKM, Online Food Delivery, GoFood, Shopee

\* Shinta Rifianing Prasetya, [20011010182@student.upnjatim.ac.id](mailto:20011010182@student.upnjatim.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya internet menyebabkan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Tak terkecuali bagi kegiatan bisnis, yang meliputi berbagai kegiatan penjualan salah satunya pemasaran. Pemasaran memegang peranan penting dalam dunia bisnis. Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, pelaku bisnis juga diharapkan bisa menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan kemajuan tersebut. Jangkauan pemasaran akan luas jika pelaku bisnis dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan baik.

Bisnis di bidang kuliner juga turut terpengaruh oleh perkembangan teknologi dengan hadirnya layanan pesan antar makanan atau Online Food Delivery (OFD). Online Food Delivery adalah aplikasi yang mempertemukan konsumen dan pelaku usaha secara daring untuk dapat memesan makanan dan minuman (Az-zahra et al., 2021, 156). Tersedianya platform seperti OFD tersebut telah mengubah lanskap bisnis kuliner. Kini restoran hingga UMKM di bidang kuliner memiliki kemampuan untuk memperluas pasarnya dan menjangkau lebih banyak konsumen tanpa dibatasi oleh geografis. Selain itu, OFD memberi kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen karena mereka dapat memesan makanan maupun minuman tanpa harus datang ke resto atau UMKM terkait.

Potensi OFD sangat besar di Indonesia. Berdasarkan data dari Momentum Works yang dirilis pada 2022, Indonesia menduduki peringkat pertama di Asia tenggara pada nilai transaksi bruto pada layanan OFD dengan nilai Rp67,89 triliun dan hasil survei Tenggara Strategics nilai transaksi bruto OFD di Indonesia naik 36% dari 2020. Hasil survei lainnya dari Tenggara Strategics adalah 99% mayoritas konsumen akan menggunakan layanan ini di masa depan dan 97% memiliki niat untuk merekomendasikan OFD kepada orang di sekitarnya.

GoFood dan ShopeeFood merupakan contoh platform Online Food Delivery yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Dapat dilihat dari peningkatan jumlah mitra usaha kuliner yang bergabung dengan OFD ini serta meningkatnya jumlah pengguna yang memanfaatkannya dalam beberapa tahun terakhir. Dilansir dari Gotocompany (2023), GoFood mencatat kinerja positif pada tahun 2022 yang ditunjukkan oleh peningkatan proporsi pelanggan setia di Indonesia. Pada periode tersebut, pelanggan setia meningkat dari 38% menjadi 52% dari total jumlah pelanggan GoFood.

Aplikasi GoFood menjadi layanan OFD nomor satu di Indonesia lalu diikuti oleh layanan Shopee Food dan GrabFood berdasarkan brand awareness konsumen Gofood 50%, Shopee Food 28% dan GrabFood 22% (Tenggara Strategics, 2022). Berdasarkan nilai transaksi dari hasil survei Tenggara Strategics GoFood masih menjadi nomor satu dengan nilai transaksi

sebesar Rp30,65 triliun. Sementara Shopee Food, meski baru beroperasi sejak 2021, namun nilai transaksi yang tercatat mencapai sebesar Rp26,49 triliun. Konsumen OFD sedikitnya menggunakan layanan ini sekali dalam tiga bulan dan masyarakat berpenghasilan tetap setiap bulannya menggunakan layanan OFD dengan nilai transaksi sebesar 1-3 juta rupiah.

Data yang telah disajikan di atas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah menjadikan OFD sebagai hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. OFD memberi kemudahan dalam mengikuti tren kuliner dan meningkatkan produktivitas. Para konsumen berpendapat bahwa OFD memberi keberagaman menu, keamanan, kenyamanan, higienitas, serta dampak sosial. Dampak sosial yang diberikan dari hadirnya layanan OFD kepada driver dan UMKM berupa dari sisi ekonomi. OFD membantu UMKM dalam memasarkan dan menjual produknya secara lebih luas dan mudah kepada konsumen. Sedangkan driver mendapat pekerjaan dari jasa pengiriman makan tersebut.

OFD memberikan kontribusi dalam peningkatan dalam jumlah pelanggan dan omzet penjualan pada usaha kuliner (Iriani & Rostiana, 2018). Berdasarkan hasil penelitian OFD meningkatkan produktivitas, penawaran promo yang ada pada OFD dapat meningkatkan penjualan sebesar 20-40% (Piddiani et al., 2022, 76-77). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa OFD memberi dampak positif bagi UMKM, dapat dilihat dari jumlah mitra dan pengguna OFD di Indonesia yang sudah merata.

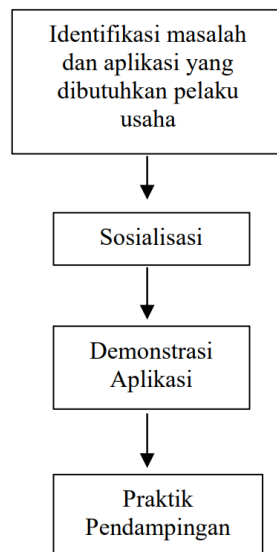
Pelaku usaha kuliner harus segera beradaptasi dan menggunakan layanan OFD dalam kegiatan usaha mereka, OFD bukan lagi menjadi keunggulan suatu usaha di masa kini, namun sudah menjadi keharusan bagi para pelaku usaha agar bisa terus bersaing dan tidak tertinggal dari usaha lainnya. Perubahan perilaku masyarakat terutama generasi Z dan milenial sebagai mayoritas pengguna OFD mengubah gaya pemasaran dan penjualan bagi para pelaku usaha. Survey Tenggara Strategics menunjukkan mayoritas pengguna layanan OFD Gen Z (43%) dan Millennial (39%) menjadi salah satu alasan mengapa penggunaan layanan OFD sangat penting.

Mitra pada pengabdian masyarakat ini adalah UMKM Pawon Sari yang menjual berbagai jenis makanan ringan dan berat seperti martabak hingga gado-gado serta menjual minuman seperti sinom dan kunyit asem. Adapun mitra yang kedua yaitu UMKM Es Teh Ori Jumbo yang menjual minuman seperti es teh dan aneka minuman sinom. Kedua mitra UMKM tersebut memiliki cara pemasaran dan penjualan yang sama yaitu menjual produknya melalui toko fisik dan melakukan promosi hanya menggunakan WhatsApp. Sehingga jangkauannya tidak begitu luas dan cenderung sulit mendapat konsumen baru. Dengan demikian akan memperlambat perkembangan usahanya. Adaptasi dan penggunaan layanan OFD bisa menjadi solusi yang bisa diberikan kepada UMKM mitra untuk memperluas jangkauan pemasaran dan

meningkatkan penjualan. Artikel pengabdian masyarakat ini, dilakukan dengan membantu kedua mitra UMKM yaitu Pawon Sari dan Es Teh Ori Jumbo dalam Implementasi teknologi layanan OFD GoFood dan Shopee Food dalam kegiatan usaha UMKM mitra.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Gunung Anyar Tambak dengan sasaran yaitu UMKM yang ada di wilayah tersebut. *Service learning* digunakan sebagai metode penelitian. Melalui proyek terstruktur, tugas, dan kegiatan lainnya, peneliti menghadirkan aplikasi praktis langsung dari pengetahuan dan keterampilan baru. Tim peneliti menyajikan teori dan praktik dalam urutan ini. Gagasan yang dikemukakan di awal adalah bahwa survei harus dilakukan terlebih dahulu, baru kemudian dilakukan tindakan nyata. UMKM yang bersangkutan menyiapkan perangkat berbasis android dan masuk ke aplikasi Gojek sebagai GoFood dan selanjutnya aplikasi Shopee sebagai Shopee Food untuk UMKM. Pelajaran disiapkan oleh tim peneliti dalam bentuk buku panduan dan instruksi langsung. Setelah itu, UMKM yang terlibat memasukkan seluruh data tersebut ke dalam fitur Go Food dan ShopeFood masing-masing aplikasi agar UMKM dapat menggunakan teknologi terkini dengan tepat untuk transaksi selanjutnya. Tahapannya seperti yang ditampilkan di bawah ini:



**Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan**

## HASIL

Kegiatan ini pada hakikatnya merupakan bentuk pengabdian masyarakat kepada kelompok yang membantu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menggunakan teknologi sebagai faktor pendukung kegiatan usaha dalam lingkungan yang kompetitif. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kelurahan Gunung Anyar Tambak khususnya bagi

pelaku UMKM yaitu dengan membuat akun layanan pesan antar makanan dan minuman. Layanan pesan antar makanan dan minuman yang digunakan yaitu GoFood dan Shopee Food. Pemanfaatan layanan pesan antar Go Food maupun Shopee Food merupakan dukungan kepada pelaku UMKM agar dapat berkembang di era yang serba digital ini. Adanya kedua aplikasi tersebut bermanfaat dalam memperluas target pasar sehingga dapat menambah jumlah penjualan. Kegiatan pengabdian tersebut dilaksanakan di kawasan bisnis Gunung Anyar Tambak pada 13 Juni 2023 yang berlangsung hingga (14.00-16.30 WIB). Metode pelaksanaan dilakukan dalam tiga tahapan yaitu melakukan Sosialisasi, Demonstrasi Aplikasi, dan Praktek Pendampingan, sesuai dengan tujuan kegiatan yaitu penerapan teknologi pesan antar online (GoFood). Efek samping dari latihan administrasi daerah harus terlihat dalam latihan ini, antara lain:

### 1. Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan pertama dilaksanakan dengan menggunakan sosialisasi teknologi GoFood dan Shopee Food yang dimulai pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 14.00 hingga 14.30 WIB. Sosialisasi mengenai kedua aplikasi tersebut mulai dari manfaat yang akan dihasilkan, apa saja yang diperlukan dalam mempersiapkan pembuatan akun, hingga pajak yang dikenakan saat proses penjualan. Sosialisasi tersebut dilaksanakan karena sebagian pelaku UMKM yaitu orang tua yang masih kebingungan pada era digital ini. Sehingga adanya sosialisasi ini diharapkan mampu membantu para pelaku UMKM mengatasi kebingungan tersebut dan membantu memperluas target pasar melalui aplikasi Go Food dan Shopee Food ini. Sosialisasi pemasaran dengan memanfaatkan marketplace online sangat penting karena dapat memberikan informasi kepada pelaku UMKM tentang cara dan tahapan menumbuhkan jaringan pembeli dengan menggunakan hiburan virtual dalam mengiklankan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bagi UMKM itu sendiri.



**Gambar 2. Online Food Delivery**

Sosialisasi yang diberikan kepada pelaku UMKM di Gunung Anyar Tambak ini sebagai penjelasan singkat mengenai pemanfaatan inovasi Go Food dan Shopee Food agar bisnis yang dijalankan ini memiliki banyak peminat melalui kedua aplikasi tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menginformasikan kepada pelaku usaha yang terlibat tentang manfaat teknologi dan kemudahan penggunaan kedua aplikasi tersebut. Anggota grup memastikan bahwa pemilik bisnis UMKM mempelajari lebih lanjut tentang teknologi Delivery Online seperti Shopee Food dan GoFood dengan tujuan agar dapat membantu dalam berinovasi di tengah kemajuan teknologi saat ini.

## **2. Pengenalan/Demonstrasi Aplikasi**

Pengenalan atau demonstrasi aplikasi dilakukan pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 14.30 – 15.00 WIB. Dalam kegiatan ini, kami menjelaskan cara menerapkan atau menggunakan fitur Go Food pada aplikasi GoBiz dan juga fitur Shopee Food dalam aplikasi Shopee Partner. Hal ini bertujuan untuk membuat gambaran pada pelaku usaha sehingga mudah dipahami dan mudah dipraktekkan.



**Gambar 3. Proses Pengenalan/Demonstrasi Aplikasi**

Dua anggota kelompok yang menjadi perwakilan menunjukkan kepada para pelaku UMKM yang sedang menggunakan ponsel mengenai cara menginstal aplikasi GoBiz dan Shopee Partner di Playstore. Selain itu, menjelaskan bagaimana cara mendaftar untuk masuk ke menu GoFood dan Shopeefood, lalu mereka menjelaskan cara kerja menu di aplikasi tersebut.

## **3. Praktik Pendampingan**

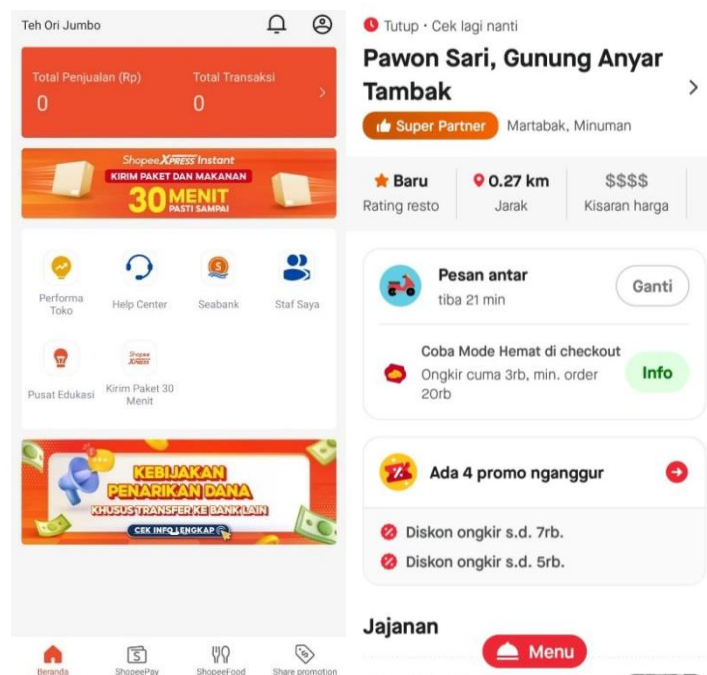
Praktek pendampingan yaitu dilakukan setelah aplikasi GoBiz dan Shopee Partner terinstal. Praktik pendampingan ini dilakukan pada 13 Juni 2023 pukul 15.00 – 16.30 WIB. Perwakilan anggota kelompok menginstruksikan pelaku usaha dalam mendaftarkan

perusahaan di aplikasi GoBiz dan Shopee Partner. Aplikasi GoBiz dirancang untuk pemilik usaha yang ingin mendaftarkan perusahaannya agar dapat muncul di menu GoFood di aplikasi Gojek. Perwakilan kelompok mendampingi pelaku UMKM dan memberikan panduan dasar mengenai cara untuk mendaftar bisnis di aplikasi Gobiz agar mudah digunakan dan lebih mudah dalam menjalankan usaha. Para pelaku usaha mendapat praktek langsung mengenai cara membuat akun, pembuatan menu di aplikasi GoBiz dan Shopee Partner, hingga jadwal buka toko.



**Gambar 4. Proses Pendampingan**

Tim memastikan seluruh aktivitas dalam penerapan teknologi *online delivery* melalui aplikasi GoBiz dan Shopee Partner berjalan dengan lancar setelah melakukan seluruh aktivitas. Kegiatan ini diantisipasi agar pelaku usaha dapat memasarkan produk dengan menggunakan teknologi tersebut.



**Gambar 5. Aplikasi Online Food Delivery Mitra UMKM**

Teh Ori Jumbo dan Pawon Sari merupakan UMKM yang melakukan praktek secara langsung dalam pembuatan akun di aplikasi GoBiz dan Shopee Partner. Kedua UMKM tersebut mendaftarkan akun pada aplikasi GoBiz yang akan muncul di Go Food dan Shopee Partner yang nantinya akan muncul di Shopee Food. UMKM tersebut juga telah memasukkan menu yang nantinya dapat disorder atau dibeli oleh konsumen melalui kedua aplikasi tersebut.

## **DISKUSI**

Pendampingan dan pemanfaatan layanan OFD bagi UMKM memiliki peranan besar di era ini, karena pertumbuhan UMKM yang semakin besar dan perkembangan teknologi yang semakin maju memicu persaingan yang sangat ketat. Penggunaan teknologi seperti OFD dalam kegiatan usaha bukan lagi sebuah keunggulan namun sebuah hal dasar yang seharusnya dimiliki para pelaku usaha untuk terus bersaing dan berkembang. Pendampingan dan pemanfaatan layanan OFD pada UMKM meliputi pengenalan layanan, pendaftaran UMKM, dan pendampingan penggunaan layanan OFD selama pengabdian berlangsung seperti membantu ketika terjadi masalah, memberikan arahan dalam pengoprasian layanan, dan evaluasi.

Pemanfaatan layanan pesan antar online atau (Online Food Delivery) pada UMKM kami dapat meningkatkan pemasaran dan omzet penjualan mereka, hasil ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil tesis (Purbaningrum, 2022) yang berjudul “ Pengaruh Layanan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Umkm Kuliner Di Yogyakarta” menunjukkan kerjasama dengan menjalin kemitraan dengan penyedia layanan OFD dapat meningkatkan omzet penjualan karena perluasan pangsa pasar melalui software pihak OFD tersebut. Hasil penelitian lainnya menunjukkan penggunaan aplikasi OFD dapat meningkatkan produktivitas dan peningkatan omzet penjualan khususnya saat ada promo yang ditawarkan pihak penyedia layanan omzet UMKM dapat meningkat 20%-40% (Piddiani et al., 2022, 76-77).



## KESIMPULAN

Kelompok KKN-T 88 melakukan observasi terhadap pelaku UMKM yang ada di kelurahan Gunung Anyar Tambak. Observasi tersebut dilakukan guna menemukan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di era digitalisasi. Melalui observasi dan wawancara terhadap pelaku UMKM terungkap bahwa UMKM Teh ori jumbo dan Pawon Sari mengalami beberapa kendala mengenai digitalisasi marketing. Maka dari itu kelompok KKN-T 88 memberikan sosialisasi dan pengenalan tentang *online food delivery*.

Kelompok KKN-T 88 memberikan sosialisasi dan pengenalan aplikasi GoBiz dan shopee food dengan cara mendampingi secara langsung pembuatan akun dan cara menggunakan aplikasi *online food delivery* tersebut. dengan adanya pemanfaatan aplikasi *online food delivery* tersebut diharapkan penjualan, pemasaran dan memperluas pangsa pasar sehingga menjadi UMKM yang lebih maju untuk kedepannya.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami dari kelompok KKN-T 88 mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap UMKM Teh Ori Jumbo dan Pawon Sari dan dosen pembimbing lapangan serta PIC yang telah memberikan pengarahan dan saran terhadap kami tanpa arahan dan saran dari mereka kegiatan yang kami laksanakan tidak akan bisa mencapai hasil yang memuaskan.

## DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, S., Sofiah, M., Husna, M., Aulia, N., Febrianti, L., & Rahmadhani, S. (2023, Februari). Implementasi Dalam Memanfaatkan Teknologi Delivery Online (Gofood) Pada Umkm Ayam Penyet Raihan Jalan Pematang Pasir Medan Deli. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(1), 14-20.
- Az-zahra, H. N., Tantya, V. A., & Apsari, N. C. (2021, Agustus). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, Vol. 2 No. 2, 156-165. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>
- Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 77-86.
- Food Delivery Platforms in Southeast Asia 2023 | Momentum Works. (2023). Retrieved 24 June 2023, from <https://momentum.asia/product/food-delivery-platforms-in-southeast-asia-2023/>
- Goto Company. (2023). Nilai Transaksi GoFood di Indonesia dan Vietnam Tumbuh Dua Kali Lipat Lebih Tinggi dari Rata-Rata Industri. Retrieved 1 July 2023, from <https://www.gotocompany.com/news/press/perkuat-basis-pelanggan-setia-nilai-transaksi-gofood-di-indonesia-dan-vietnam-tumbuh-dua-kali-lipat-lebih-tinggi-dari-rata-rata-industri-pesan-antar-makanan>

- Iriani, T. Y., & Endang Rostiana, S. E. (2018). Analisis Dampak Layanan Go-Food Terhadap Omzet Penjualan Rumah Makan Di Kota Bandung [PhD Thesis]. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.
- Mujahidah, N. (2022). Analisis Kepuasan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap Kinerja Sebuah Platform Jasa Pesan Antar Makanan (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Piddiani, J., Aprilia, I., & Karlina, L. (2022). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya). *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2(4), 71-80. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i1>
- Purbaningrum, W. (2022). Pengaruh Layanan Aplikasi Go Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Umkm Kuliner Di Yogyakarta. (*Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia*).
- Tenggara Strategics. (2022). Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia. Tenggara Strategics. Retrieved 22 Juni 2023, from <https://tenggara.id/research/download/73>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.