



Sosialisasi Pemanfaatan Smart Digital Untuk Peningkatan Penjualan UMKM Dengan Menggunakan Aplikasi Gofood Di Desa Japanan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto

Anna Kridaningsih^{1*}, Ghozali², Elok Cahyaning Pratiwi³

Fakultas Ekonomi, Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto

*Email korespondensi : annakrida80@gmail.com

Article History:

Received: Februari 29, 2024

Accepted: Maret 27, 2024

Published: April 30, 2024

Keywords: Smart Digital, Increased Sales, GoFood Application

Abstract: MSMEs are currently required to be able to improve their business by using technological developments, so the aim of this service is to provide socialization on the use of smart digital to increase MSME sales by using the GoFood application in Japanan Village, Kemlagi District, Mojokerto Regency. The method used in this community service consists of three stages, namely, the initial stage, the implementation stage and the final stage. The result of this community service is that socialization has been carried out by delivering material about the importance of smart digital to increase sales, and about the use of the GoFood application to support sales. The hope of this activity is that it can be implemented so that an increase in sales of Japanese village MSMEs can be achieved.

Abstrak

UMKM saat ini dituntut untuk dapat meningkatkan bisnis nya dengan menggunakan perkembangan teknologi, sehingga tujuan pengabdian masyarakat ini yaitu memberikan sosialisasi pemanfaatan smart digital untuk peningkatan penjualan UMKM dengan menggunakan aplikasi GoFood di Desa Japanan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto. Metode yang dilakukan pada pengabdian masyarakat ini ada tiga tahap yaitu, tahap awal, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir. Hasil dari pengabdian masyarakat ini yaitu telah dilakukan sosialisasi dengan penyampaian materi tentang pentingnya smart digital untuk meningkatkan penjualan, dan tentang pemanfaatan aplikasi GoFood untuk mendukung penjualan. Harapan dari hasil kegiatan ini yaitu dapat diterapkan agar peningkatan penjualan UMKM desa Japanan dapat tercapai.

Kata Kunci: Smart Digital, Peningkatan Penjualan, Aplikasi GoFood

PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini yang semakin maju menjadi banyak pelaku usaha yang bekerjasama dengan smart digital untuk memasarkan produknya agar tidak kalah dalam persaingan bisnis (Yusuf et al., 2022). Adanya aplikasi digital menjadi keberhasilan teknologi yang dapat dirasakan banyak orang, karena penggunaan dan penerapannya mudah dilakukan oleh manusia modern. Smartphone menjadi salah satu penyebab meningkatnya jumlah pengguna internet, karena operating system (OS) yang menjadi semakin dekat pada kehidupan manusia dengan tujuan memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya, oleh karena itu UMKM memiliki peluang dalam mengembangkan pasarnya (Fauzar et al., 2022).

Pada aktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan teknologi ini dalam menjalankan usaha, semakin banyak pesaing, menjadikan para pelaku

* Anna Kridaningsih , annakrida80@gmail.com

usaha dapat memenangkan persaingan. Strategi komunikasi dapat digunakan dalam meraih pangsa pasar, sehingga penjualan semakin meningkat (Rachmawati et al., 2021). Adanya smart digital marketing, pelaku UMKM dapat melakukan penjualan secara online, karena lebih efektif dan efisien, karena pelaku UMKM hanya membutuhkan internet dan smartphone untuk penjualan. Salah satunya dengan memanfaatkan aplikasi GoFood (Ardani et al., 2023).

GoFood merupakan layanan antar makanan yang disediakan oleh GoJek, dimana masyarakat dapat memesan makanan dari restoran atau warung melalui aplikasi GoFood. Masyarakat dapat memilih makanan yang diinginkan, melakukan pembayaran melalui aplikasi, dan menunggu pengiriman ke lokasi mereka. Adanya layanan GoFood dapat memudahkan masyarakat untuk membeli makanan yang diinginkan tanpa harus datang membeli ke lokasi penjualan (Hera et al., 2023). Aplikasi GoFood merupakan layanan *Online Food Delivery* menduduki peringkat nomor 1 di Indonesia yaitu sebesar 50%, shopeeFood sebesar 28%, dan GrabFood 22%, dari data tersebut dapat terlihat bahwa GoFood lebih terpercaya dan disukai masyarakat (Prasetya et al., 2023).

Permasalahan yang terjadi di Desa Japanan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto adalah UMKM yang mayoritas mereka menjual makanan seperti kue, jajanan pasar, nasi ayam geprek, olahan kacang dan sebagainya, serta minuman seperti es cincau, jus buah, aneka milkshake dan sebagainya, mereka belum paham betul tentang smart digital. Minimnya informasi dan pengetahuan dengan media online menjadi masalah utama, karena mayoritas penjual berusia diatas 45 tahun yang kurang mengerti menggunakan media digital dalam pemasaran. Sehingga perlu sosialisasi pemanfaatan smart digital dalam meningkatkan penjualan.

Dari pemaparan diatas, maka kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan oleh 3 orang dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. Tujuan dari Pengabdian Masyarakat ini adalah memberikan sosialisasi pemanfaatan smart digital untuk peningkatan penjualan UMKM dengan menggunakan aplikasi GoFood di Desa Japanan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Balai Desa Japanan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto pada tanggal 27 Maret 2024 oleh 3 orang Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. Metode pengabdian masyarakat ini melalui 3 tahapan, yaitu tahap awal, tahap pelaksanaan dan tahap akhir.

Pada tahap awal yaitu dilakukan persiapan dengan memasukkan perijinan dan melakukan koordinasi dengan kepala desa. Sejalan dengan yang disampaikan oleh (Fitriyani et al., 2023) bahwa dalam melaksanakan persiapan, perencanaan harus matang mulai dari rencana tempat dan waktu, sehingga memasukkan perijinan perlu dilakukan untuk kelancaran pelaksanaan. Selain itu tim pengabdian masyarakat juga melakukan koordinasi dengan kepala desa terkait permasalahan yang terjadi.

Pada tahap pelaksanaan dilakukan sosialisai yang dilakukan dengan menyampaikan 2 materi, pertama pentingnya smart digital untuk meningkatkan penjualan, dan kedua tentang pemanfaatan aplikasi GoFood untuk mendukung penjualan. Seperti yang dikemukakan oleh (Surawan et al., 2023) bahwa pada penyampaian materi dilakukan dengan menggunakan LCD dan proyektor agar peserta sosialisai dapat mendengarkan sekaligus menyimak dan mereka menjadi lebih paham.

Pada tahap akhir kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu melakukan evaluasi antara pemateri dan pelaku UMKM apakah para peserta UMKM dapat memahami materi sosialisai atau tidak. Kemudian tim pengabdian masyarakat akan membuat laporan pengabdian sebagai bentuk pelaporan hasil kegiatan ke Universitas dan Pemerintah Desa Japanan.

HASIL DAN DISKUSI

Tahap Awal

Tahap awal pada pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menyerahkan surat ijin dan melakukan koordinasi dengan kepala desa terkait pelaksanaan sosialisai. Adapun persiapan ini dilakukan pada tanggal 20 Maret 2024, dimana tim pengabdian masyarakat melakukan koordinasi dengan Bapak Asmiyanto selaku kepala desa Japanan seperti yang terlihat pada gambar 1 dibawah ini,



Gambar 1. Koordinasi Terkait Pelaksanaan Sosialisasi

Sumber : Data Diolah (2024)

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan dilakukan pada tanggal 27 Maret 2024 dengan ketua pelaksana Ibu Anna Kridaningsih, S.E., M.M dengan 2 orang anggota yaitu Bapak Drs. Ghozali, M.Si, dan Ibu Elok Cahyaning Pratiwi, S.T., M.Kes. Adapun rincian kegiatan dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini,

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Waktu	Uraian Kegiatan
1	09.00-09.30	Persiapan dan Pembukaan
2	09.30-09.45	Sambutan dari Kepala Desa Japanan
3	09.45-10.00	Sambutan dari Ketua Tim Pengabdian Masyarakat
4	10.00-12.00	Tema : Pemanfaatan Smart Digital Untuk Peningkatan Penjualan UMKM dengan Menggunakan Aplikasi GoFood Narasumber 1 : Anna Kridaningsih, S.E, M.M Narasumber 2 : Drs. Ghozali, M.Si MC : Elok Cahyaning Pratiwi, S.T., M.Kes
5	12.00-12.30	Tanya Jawab
6	12.30 – 13.00	Penutup

Sumber : Data Diolah (2024)

Sambutan dari bapak Asmiyanto selaku Kepala Desa Japanan terlihat seperti pada gambar 2 dibawah ini,



Gambar 2. Sambutan Kepala Desa Japanan

Sumber : Data Diolah (2024)

Dari gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa Bapak Asmiyanto selaku kepala Desa dalam sambutannya mengharapkan agar UMKM di desa Japanan harus berkembang, termasuk dapat melakukan pengiriman secara online untuk meningkatkan penjualannya, sehingga adanya sosialisasi ini penting untuk diperhatikan.

Selanjutnya yaitu penyampaian materi pertama tentang pentingnya smart digital untuk

meningkatkan penjualan yang disampaikan oleh Ibu Anna Kridaningsih, S.E., M.M. seperti yang terlihat pada gambar 3 dibawah ini,



Gambar 3. Penyampaian Materi Pentingnya Smart Digital

Sumber : Data Diolah (2024)

Dari gambar 3 terlihat bahwa ibu Anna Kridaningsih, S.E., M.M menjelaskan dimana peran dunia digital saat ini sangat penting dalam dunia bisnis. Aktivitas komunikasi juga sudah merambah pada jaringan internet dari smartphone, sehingga kemajuan teknologi menuntut para pengusaha untuk memanfaatkannya dalam kegiatan bisnisnya untuk meningkatkan penjualannya. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Fitriyani et al., 2024) bahwa penggunaan smart digital dalam penjualan dapat dilakukan misalnya dengan promosi besar-besaran, karena akan bagus jika produknya banyak diketahui masyarakat, sehingga dapat meningkatkan penjualan UMKM. (Cahya et al., 2021) menambahkan bahwa proses penjualan secara online dapat meningkatkan kinerja penjualan, misalnya dengan menggunakan metode pesan antar kerumah. Dan sampai saat ini banyak masyarakat memilih memesan makanan secara online karena hanya menggunakan internet dan smartphone dalam melakukan pesanan, dan pesanan pun diantar sampai rumah. (Baali et al., 2023) juga menjelaskan bahwa persaingan bisnis dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya, sehingga orientasinya menyesuaikan keinginan pelanggan.

Selanjutnya yaitu materi kedua tentang pemanfaatan aplikasi GoFood untuk mendukung penjualan yang dikemukakan oleh Drs. Ghozali., M.Si dimana layanan GoFood dapat menjadi alternatif dalam meningkatkan penjualan. Pengusaha di desa Japanan yang mayoritas adalah UMKM dapat memiliki layanan pengantaran tanpa harus menambah banyak SDM dalam bekerja. Aplikasi layanan GoFood juga tidak meyediakan budget yang besar. Aplikasi GoFood sangat membantu, mempermudah dan menguntungkan pengusaha, sehingga pengusaha harus join dalam aplikasi GoFood untuk mengembangkan usahanya. Seperti yang dikemukakan oleh (Hafiyyan et al., 2023) menjelaskan bahwa kegiatan yang dilakukan

GoFood dapat memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan, terlebih lagi produk makanan, sehingga layanan GoFood dapat membantu mengenalkan produk kuliner yang dijual, sehingga usaha kulinernya akan semakin berkembang. (Preasetianto et al., 2021) menambahkan dengan menggunakan layanan GoFood yang disediakan oleh aplikasi Go-Jek memiliki manfaat bahwa masyarakat dapat memilih menu apapun dan kapanpun dari berbagai tempat jualan. Sehingga membantu dan memudahkan masyarakat untuk dapat memesan makanan atau minuman tanpa harus keluar rumah.

Setelah penjelasan materi, maka acara dilanjutkan dengan tanya jawab. Seperti bapak Sumarto seorang penjual bakso menanyakan bagaimana proses join di GoFood, apakah susah?, Ibu Jumani penjual rujak cingur juga menanyakan manfaat yang diperoleh dari layanan GoFood ini apa? Dan sebagainya. Mayoritas peserta adalah pelaku UMKM yang mendengarkan penjelasan dari narasumber dengan seksama seperti yang terlihat pada gambar 4 dibawah ini,



Gambar 4. Peserta Sosialisasi

Sumber : Data Diolah (2024)

Selanjutnya yaitu acara ditutup dengan doa yang menandakan berakhirnya acara sosialisasi. Setelah itu tim pengabdian masyarakat melakukan sesi foto bersama seperti yang terlihat pada gambar 5 dibawah ini,



Gambar 5. Foto Bersama

Sumber : Data Diolah (2024)

Tahap Akhir

Tahap akhir kegiatan pengabdian masyarakat ini melaksanakan evaluasi bersama dengan pemerintah desa. Masukan telah disampaikan agar pemerintah desa mendorong UMKM desa Japanan dapat mengembangkan usahanya dengan menerapkan aplikasi GoFood. Selanjutnya tim pengabdian masyarakat membuat laporan akhir kegiatan yang diserahkan ke universitas dan pemerintah Desa Japanan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah telah dilakukan sosialisasi dengan penyampaian materi tentang pentingnya smart digital untuk meningkatkan penjualan, dan tentang pemanfaatan aplikasi GoFood untuk mendukung penjualan. Selain itu para peserta sosialisasi juga semakin paham dalam mengembangkan usahanya melalui layanan GoFood.

Saran dalam kegiatan ini yaitu diharapkan hasil dari sosialisasi dapat diterapkan agar peningkatan penjualan UMKM desa Japanan dapat tercapai.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada pemerintah Desa Japanan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto atas izin dan fasilitas yang diberikan untuk mendukung terlaksananya kegiatan. Terima kasih juga kepada Pelaku UMKM yang sudah aktif dalam kegiatan sosialisasi. Serta terima kasih kepada Universitas Mayjen Sungkono atas motivasi yang sudah diberikan.

DAFTAR REFERENSI

- Ardani, F., Adiawati, M. R., Johnny, R., & Raharjo, H. (2023). Pemanfaatan Layanan Aplikasi Gofood Sebagai Strategi Pemasaran Digital Pada Umkm Rawonsae. *Community Development Journal*, 4(6), 13108–13112. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/23612/16626>
- Baali, Y., Saerang, A. A., Anwar, U. A. A., Widiani, I. N. W., Sudirjo, F., Herdiansyah, D., Permatahati, R., Hina, H. B., Widarman, A., Fitriyani, Z. A., Zen, A., Dulame, I. M., & Wirakasuma, K. W. (2023). *Manajemen Kualitas* (D. Purnamasari (ed.); 1st ed., Issue September). CV. Get Press Indonesia.
- Cahya, A. D., F., M., Martha, D., & Prasetianto, S. (2021). Analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di yogyakarta Analysis of go-food services in increasing sales of culinary in Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 264–272. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v13i2.9778>

- Fauzar, S., Hariyani, D. S., Anisa, A., & Nabella, S. D. (2022). Budaya Belanja Makanan Dan Minuman Masyarakat Kota Tanjungpinang Di Masa Pasca Pandemi (Studi Kasus Fitur Gofood Pada Aplikasi Gojek). *Jurnal Jumka*, 2(1), 84–92. <https://doi.org/10.36352/jumka.v2i1.333>
- Fitriyani, Z. A., Dewianawati, D., Permatasari, O., Budiyanto, F., & Alam, M. C. (2024). Penyuluhan Online Marketing Dalam Upaya Ketahanan Ekonomi Melalui Penjualan Udeng Di Kelurahan Blooto Kota Mojokerto. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 103–110. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-35369-8>
- Fitriyani, Z. A., Rahmawati, U., Budiyanto, F., Kridaningsih, A., Lukito, H., Indrianto, D., & Ghozali. (2023). Pendampingan Pembuatan Surat Dan Penataan Administrasi Dalam Peningkatan Kualitas Administrasi Di Pondok Pesantren Al Muhajirin. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(4), 193–201. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v3i4.2384>
- Hafiyyan, M. I., Miranti, M. G., Kharnolis, M., & Bahar, A. (2023). Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Terhadap Pemilik Usaha Kuliner Yang Terdaftar Go-Food Di Kelurahan Jagir Kota Surabaya). *Student Research Journal*, 1(4), 253–262. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i4.522>
- Hera, M., Taufiq, M., & ... (2023). Mengoptimalkan Potensi UMKM RKT Kitchen Melalui Pembuatan Layanan Go Food guna Mengimplementasikan Digital Marketing pada UMKM. *Karunia: Jurnal Hasil ...*, 2(3). <https://doi.org/10.58192/karunia.v2i3.1133>
- Prasetya, S. R., Rivai, R. A., Hutama, M. B. Y., Rama, D. A., & Agata, D. F. (2023). Pemanfaatan Online Food Delivery(Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak. *JPBMI: Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(3), 24–33. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i3.180>
- Preasetianto, S., F. B., M., Kusuma, D. M., & Cahya, A. D. (2021). Analisis Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kuliner Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(3), 461–471. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i3.16830>
- Rachmawati, D., Ramadhani, N., & Aulia Komarullah, T. (2021). Sosialisasi Peranan Digital Marketing bagi UMKM di Desa Ujung Genteng. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(29), 13108–13112. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/366>
- Surawan, Mazrur, & Jennah, R. (2023). Pendampingan Administrasi Sekolah berbasis Digital di SMP Muhammadiyah Palangka Raya. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(4), 606–613. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i4.5032>
- Yusuf, M., Fitriyani, Z. A., Abdillah, A., Ardianto, R., & Suhendar, A. (2022). The Impact Of Using Tokopedia On Profitability And Consumer Service. *Jurnal Darma Agung, Agustus 2022*, 30(2), 559–573. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i2.2273>