

Strategi Peningkatan Jangkauan Pasar UMKM Roti Nova Kelurahan Gunung Anyar Surabaya Melalui Pendaftaran GoBiz

Alvina Marcelia, Ira Wikartika

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

E-mail: 21012010184@student.upnjatim.ac.id

Abstrak - PKK M Bina Desa merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh kelompok mahasiswa dengan tujuan menyelesaikan permasalahan pada suatu daerah untuk mencapai pembangunan yang merata. Salah satu kelompok mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur melakukan kegiatan PKK M Bina Desa untuk mendampingi UMKM “Roti Nova” yang berada di wilayah kelurahan Gunung Anyar Kota Surabaya. Digital marketing masih minim disampaikan dan diterapkan pada pelaku UMKM di Kelurahan Gunung Anyar. Sektor promosi dan penjualan termasuk salah satu sektor yang bergantung pada teknologi informasi digital, termasuk penjualan melalui platform GoBiz. Selama ini UMKM Roti Nova melakukan pemasaran dengan cara konvensional serta berpartisipasi dalam beberapa kegiatan seperti bazar offline dan event yang diselenggarakan oleh Kelurahan Gunung Anyar, sehingga pemasarannya masih kurang luas. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, pemasaran secara konvensional dianggap kurang optimal. Pendaftaran pada GoBiz dimaksudkan untuk memfasilitasi pelaku UMKM dalam pemasaran digital, sebagai langkah mengembangkan usaha dengan mencapai hasil pemasaran produk yang lebih baik. Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan pendampingan kepada pemilik UMKM Roti Nova. Hasil dari kegiatan ini mencakup peningkatan pengetahuan mengenai pemasaran digital dan meluasnya jangkauan pasar yang berpengaruh dalam peningkatan pendapatan UMKM Roti Nova. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan Kelurahan Gunung Anyar dapat memberikan pembelajaran lanjutan terkait digital marketing kepada masyarakatnya terlebih kepada pelaku UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, GoBiz

Abstract - PKK M Bina Desa is a community service activity carried out by student groups with the aim of solving problems in an area to achieve equitable development. One of the student groups at the East Java “Veteran” National Development University carried out PKK M Village Development activities to assist the “Roti Nova” MSMEs located in the Gunung Anyar sub-district area, Surabaya City. Digital marketing is still minimally delivered and implemented by MSMEs in Gunung Anyar Village. The promotion and sales sector are one of the sectors that relies on digital information technology, including sales via the GoBiz platform. So far, Roti Nova UMKM has carried out marketing using conventional methods and participated in several activities such as offline bazaars and events organized by Gunung Anyar Village, so its marketing is still not extensive. With increasingly rapid technological developments, conventional marketing is considered less than optimal. Registration with GoBiz is intended to facilitate MSME players in digital marketing, as a step to develop their business by achieving better product marketing results. The method of implementing the activities used was by conducting interviews, observing, and assisting the owners of Roti Nova MSMEs. The results of this activity include increasing knowledge about digital marketing and expanding market reach which has an impact on increasing the income of Roti Nova MSMEs. With this activity, it is hoped that Gunung Anyar Village can provide further learning related to digital marketing to its community, especially to MSMEs.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, GoBiz

1. PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang mendorong perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mencakup semua aspek kehidupan manusia, mulai dari sandang, papan dan kerajinan [1]. Peran UMKM menjadi sangat penting untuk pembangunan ekonomi, seperti mengurangi tingkat kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja. Salah satu cara untuk mengurangi pengangguran adalah dengan berwirausaha,

menciptakan lapangan kerja untuk orang lain dan untuk dirinya sendiri [1].

Wirausaha harus berani mengambil risiko, bertanggung jawab atas usaha yang dibangun, optimis, dan dapat melihat peluang usaha untuk mengurangi disparitas sosial. Sebagai pengusaha juga harus bersikap dinamis, mampu mengantisipasi risiko, gigih, yakin, aktif, kreatif dan cerdas. Selain itu, minat berwirausaha sangat memengaruhi keberhasilan sebuah usaha karena dengan adanya

minat, seorang wirausaha akan memiliki keinginan, keyakinan, semangat, dan doa untuk menjalankan usaha mereka. Untuk meningkatkan variasi, ragam atau kualitas produk diperlukan ide inovatif yang menarik [1].

Sebagai salah satu penyangga ekonomi nasional, salah satunya adalah menurunkan tingkat pengangguran UMKM diharapkan untuk terus maju dan berkembang serta harus didukung. Berbagai upaya diperlukan untuk menjadi pendorong bagi UMKM menuju kesuksesan. Meskipun sempat mengalami guncangan selama masa pandemi covid-19, UMKM nasional bisa terus bertahan dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK, khususnya melalui *digital marketing* sebagai cara memperluas jangkauan pasar. Kemajuan IPTEK juga bisa menjadi tantangan sendiri bagi pelaku UMKM nasional, bagi mereka yang belum memahami dan mampu mempelajari teknologi dengan baik dan benar. Kegiatan jual beli dengan media digital dapat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh segala informasi produk serta memberikan kemudahan dalam bertransaksi. beberapa pelaku UMKM percaya bahwa melakukan pemasaran digital dapat menghemat biaya, meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan [2].

Sebagai usaha yang paling dominan di Indonesia, pelaku UMKM harus segera mengikuti perkembangan digitalisasi, terutama dalam hal pemasaran produk supaya tidak kehilangan pelanggan atau konsumen [3] Jika pelaku usaha dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan baik, jangkauan pemasaran juga akan semakin luas [4] Pemasaran melalui media *online* memiliki keunggulan yang memungkinkan UMKM membangun jaringan pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan media promosi *online*, biaya promosi dapat dikurangi sebesar 80% dan jaringan pemasaran yang luas dan cepat dapat dibentuk [5]

Dengan perkembangan teknologi saat ini, UMKM dituntut untuk mengubah sistem bisnis mereka menjadi digital. Mereka juga harus berhenti menggunakan strategi pemasaran konvensional untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi [6] Transformasi digital memiliki potensi untuk meningkatkan keuntungan finansial melalui peningkatan penjualan *online*, jangkauan pasar yang lebih luas dan peluang untuk menghemat biaya bagi pembeli karena adanya sistem promo, diskon dan lain-lain. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa jumlah orang Indonesia yang menggunakan internet akan terus meningkat, hingga melampaui 170 juta pengguna pada tahun 2022 [6][7] Dengan adanya berbagai manfaat digitalisasi ini masih banyak UMKM di Kelurahan Gunung Anyar yang belum mampu untuk menerapkan dan memanfaatkan

teknologi digital untuk membantu proses bisnis usahanya. Kondisi ini dianggap tidak ideal, sehingga dibutuhkan upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital para pelaku UMKM di Kelurahan Gunung Anyar.

Aplikasi jual beli *online*, salah satunya adalah fitur *GoFood* yang bisa diakses melalui aplikasi Gojek. Gojek merupakan aplikasi yang bisa diakses oleh pembeli apabila ingin melakukan *Online Food Delivery*, sedangkan aplikasi yang diakses oleh penjual atau pelaku usahanya adalah *GoBiz*. Dengan memanfaatkan adanya fitur-fitur pada Gojek, pelaku UMKM dapat lebih mudah menerapkan digitalisasi dengan menggunakan aplikasi *GoBiz* yang merupakan aplikasi mitra Gojek. Aplikasi ini memungkinkan mereka untuk melakukan semua jenis operasi bisnis mereka, mulai dari pemasaran, pemesanan, pembayaran, pengiriman dan administrasi [8].

Untuk dapat mencapai target penjualan melalui *marketplace GoBiz*, penjual dapat menggunakan beberapa strategi, seperti membuat foto produk yang menarik, memberikan deskripsi produk yang jelas dan lengkap, memberikan layanan terbaik bagi pelanggan, menerapkan strategi promosi untuk produk, dan memberikan harga terbaik yang dapat bersaing dengan produk serupa [9]. Dengan meluncurkan aplikasi *GoBiz*, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan pelanggan dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan pada perusahaan [10].

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Roti Nova berupa keterbatasan waktu, tenaga dan kurangnya pengetahuan terkait pemasaran digital dalam penggunaan iptek. Hal ini menyebabkan pelaku UMKM tidak dapat secara optimal memanfaatkan inovasi teknologi untuk memasarkan produknya. UMKM Roti Nova tidak dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal dari penjualan produknya dan tertinggal dari pelaku UMKM lain yang telah menggunakan strategi pemasaran digital. Dengan kondisi ini, kegiatan PKK Bina Desa di Kelurahan Gunung Anyar diharapkan dapat membantu untuk mengembangkan UMKM Roti Nova agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

2. METODE

Tahap awal pendampingan UMKM Roti Nova mengenai pemasaran digital melalui pembuatan *GoBiz* melibatkan kegiatan observasi dan wawancara. Kegiatan ini berlangsung selama 4 bulan, sejak bulan Agustus sampai Desember 2023. Observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM dilakukan untuk mengetahui hambatan yang dialami oleh pelaku UMKM Roti Nova. Langkah yang dilakukan untuk melakukan kegiatan adalah:

- a. Tahap persiapan, untuk pengumpulan data informasi dan menganalisis hambatan yang dialami oleh pelaku UMKM Roti Nova.
- b. Tahap pelaksanaan, dilakukan melalui pendampingan langsung dalam pembuatan akun *GoBiz*.
- c. Tahap publikasi dan pelaporan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan di kediaman Ibu Carla Novalgia di Jl. Wiguna I, No. 50 Gunung Anyar (Gambar 1). Tahap pertama adalah melakukan observasi dan wawancara. Pada tahap ini dijelaskan mengenai pengertian, manfaat, dan tujuan adanya *digital marketing* dalam dunia usaha. Contoh *digital marketing* dalam penggunaan *marketplace online* adalah penggunaan aplikasi *GoBiz*, yang merupakan *partner* dari Gojek. Jika Gojek digunakan oleh pembeli atau pelanggan, maka *GoBiz* digunakan oleh penjual. Setelah melakukan observasi dan wawancara, pelaku UMKM bersedia untuk didampingi pada tahap pembuatan akun *GoBiz*.



Gambar 1. Kunjungan wawancara dan observasi di kediaman Ibu Carla Novalgia sebagai pemilik UMKM Roti Nova.

Pada tahap persiapan ini disiapkan beberapa persyaratan yang digunakan untuk proses pendaftaran. Beberapa data yang harus dipersiapkan adalah email aktif, nomor telepon, Kartu Tanda Penduduk (KTP), foto produk, daftar harga jual produk, perhitungan harga jual *online*, rekening bank, *banner* dan poster UMKM. Pelaku UMKM tidak bisa menyiapkan data tersebut sendiri, salah satu penyebabnya dikarenakan kurangnya kemampuan dalam hal *editing*. Mahasiswa yang mendampingi turut membantu dalam proses pengeditan *banner*, poster serta perhitungan harga jual pada *marketplace GoBiz*. Pada *marketplace GoBiz*, besaran komisi yang ditetapkan adalah 20% + Rp 1.000. Dengan adanya komisi ini maka harga jual yang ditetapkan mengalami kenaikan atau lebih mahal jika dibandingkan dengan harga jual *offline*.

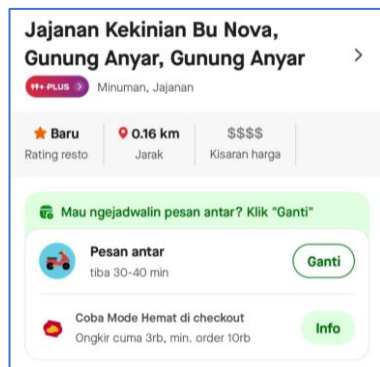
Pada tahap pelaksanaan, proses pelaksanaan pendaftaran akun *GoBiz* dibantu dari awal hingga akhir. Tahap pelaksanaan ini tetap dilakukan di kediaman Ibu Nova, dikarenakan perlunya komunikasi yang baik dengan Bu Nova terkait data pribadi yang diperlukan untuk proses pendaftaran. Tahap ini memerlukan waktu 3 minggu. Hal ini dikarenakan perlunya proses verifikasi dan aktivasi yang membutuhkan waktu beberapa hari serta terkendalanya waktu untuk kembali bertemu dengan Ibu Nova. Tahapan proses pendaftaran di aplikasi *GoBiz* yaitu:

- a. Pendaftaran data usaha meliputi email dan nomor HP, KTP pemilik usaha, nomor rekening, dokumen pendukung, NPWP (jika ada), alamat lengkap dan nomor telepon outlet.
- b. Verifikasi data usaha membutuhkan waktu 2 hari kerja sejak proses awal pendaftaran. Proses verifikasi bisa dicek melalui email yang telah didaftarkan dan melalui aplikasi *GoBiz* untuk melihat hasilnya. Apabila data usaha telah disetujui maka bisa dilanjutkan ke tahap melengkapi data usaha. Aktivasi layanan *GoBiz*.
- c. Aktivasi layanan membutuhkan waktu 1-7 hari kerja. Data yang perlu dilengkapi adalah foto profil restoran, jam operasional dan daftar menu. Apabila tahap ini telah selesai dan disetujui maka restoran yang telah didaftarkan bisa mulai berjualan pada aplikasi *GoBiz* (Gambar 2).



Gambar 2. Tahap aktivasi akhir, restoran yang telah didaftarkan sudah siap untuk menjual produk.

Tahap publikasi merupakan tahap akhir dalam proses pendaftaran *GoBiz*. Publikasi berjalan otomatis di aplikasi dimana nama toko akan muncul dalam setiap pencarian yang relevan dengan produk yang disediakan. Dengan adanya UMKM Roti Nova dengan nama toko *Jajanan Kekinian Bu Nova* di *GoFood* (Gambar 3) diharapkan mampu berkembang dan mendapat jangkauan pasar lebih luas. Dampak kegiatan baru akan bisa dilihat kemudian setelah masa operasional di *GoBiz* berjalan cukup lama.



Gambar 3. Tampilan UMKM “Roti Nova” dengan nama “Jajanan Kekinian Bu Nova” pada aplikasi GoFood.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pendaftaran UMKM Roti Nova telah terlaksana dengan baik. Dampak kegiatan belum terukur sehingga bisa dilakukan tindak lanjut di kemudian hari untuk mengukur perubahan yang terjadi pada mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Muna and K. Hisan, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa,” *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, pp. 31–52, 2020.
- [2] O. A. D. Wulandari, U. Ujiani, and N. R. Putri, “Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga,” *Jurnal Ekonomi Manajemen*, vol. 6, no. 2, pp. 96–101, Dec. 2020, doi: 10.37058/jem.v6i2.1978.
- [3] D. D. Oktavia and P. Indarwati, “Pendampingan UMKM Dalam Memanfaatkan Aplikasi Gobiz Sebagai Sarana Pemasaran Digital,” *Berdaya Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2023.
- [4] S. R. Prasetya, R. A. Rivai, M. B. Y. Utama, D. A. Rama, and D. F. Agata, “Pemanfaatan Online Food Delivery (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak,” *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, vol. 1, no. 3, pp. 24–33, 2023.
- [5] M. Jufriyanto and D. Andesta, “Strategi Pemasaran Produk Pada UMKM Sidayu Melalui Media Online (Facebook, Instagram, Dan Go Food (Gobiz),” *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, vol. 3, no. 3, pp. 190–194, 2023.
- [6] S. A. Saputri, I. Berliana, And M. F. Nasrida, “Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia,” *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, vol. 3, no. 1, pp. 69–75, 2023.
- [7] R. A. Syahputra, C. W. A. Putri, N. O. Maliza, and R. Lestari, “Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 1, pp. 521–527, 2023.
- [8] R. Parameswari, D. Silaswara, P. L. Ginny, A. Kusnawan, and R. D. Anggraeni, “Pemanfaatan Aplikasi Gobiz dan Grab Merchant untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Dimasa Pandemi Covid19,” *Abdi Dharma*, vol. 2, no. 1, pp. 11–14, 2022.
- [9] D. E. B. Jabat, L. L. Tarigan, M. Purba, and M. Purba, “Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace sebagai Upaya Peningkatan Penjualan,” *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, vol. 2, no. 2, pp. 16–21, 2022.
- [10] F. Faridah and Y. Yoeliastuti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Online Pada Aplikasi Gofood,” *Warta Dharmawangsa*, vol. 16, no. 2, pp. 126–135, 2022.