



Penggunaan Media Sosial Sebagai Wadah Promosi UMKM di Desa Bojongkulur

The Use of Social Media as a Promotional Platform for MSMEs in Bojongkulur Village

Muriyah Muriyah^{1*}, Amelia Nur karomah², Anindya Rifqah Purwanti³,
Siti Halimatusya'diah⁴, Novi Indriyani⁵, Ghista Viona Banowati⁶, Febrianti Febrianti⁷

¹⁻⁷ Universitas Panca Sakti Bekasi, Indonesia

Email: riemurie@gmail.com¹, amelianurkaromah25@gmail.com², anindyarifqah15@gmail.com³,
sitihalimatusyadiyah24@gmail.com⁴, noviindriyani1806@gmail.com⁵, ghistaviona58@gmail.com⁶,
febfebrianti26@gmail.com⁷

Article History:

Received: November 08, 2024;

Revised: Desember 22, 2024;

Accepted: Desember 06, 2024;

Online available: Januari 09, 2025;

Keywords: MSMEs, digital marketing, GoFood, GrabFood, Bojongkulur Village.

Abstract. This community service program aims to enhance digital literacy and online marketing skills for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bojongkulur Village. The activity focuses on utilizing digital platforms such as GoFood and GrabFood as tools to expand the marketing reach of MSME products. The methods employed include counseling, training, and direct mentoring. The program results indicated an increased understanding of digital platforms among MSMEs and a rise in the number of MSMEs registered as partners. Challenges encountered include the initial lack of digital literacy among some MSMEs and limitations in supporting devices.

Abstrak

Program sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran online bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bojongkulur. Kegiatan ini difokuskan pada penggunaan platform digital seperti GoFood dan GrabFood sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan langsung. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman UMKM tentang platform digital dan peningkatan jumlah UMKM yang terdaftar sebagai mitra. Tantangan yang dihadapi adalah kurangnya literasi digital awal pada beberapa pelaku UMKM dan keterbatasan perangkat pendukung.

Kata Kunci: UMKM, pemasaran digital, GoFood, GrabFood, Desa Bojongkulur.

1. PENDAHULUAN

Transformasi teknologi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu perkembangan penting adalah hadirnya platform layanan pemesanan makanan daring, seperti GoFood dan GrabFood, yang menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pasar.

Platform ini tidak hanya memudahkan konsumen untuk mengakses produk makanan dengan mudah, tetapi juga membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka tanpa batasan geografis. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh banyak pelaku UMKM adalah kurangnya pengetahuan tentang tata cara pendaftaran, pengoperasian aplikasi, dan strategi pemasaran yang optimal pada platform digital ini.

Kelurahan Bojongkulur sebagai salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang besar juga menghadapi kendala serupa. Banyak pelaku usaha kuliner lokal yang belum memanfaatkan teknologi ini secara maksimal akibat keterbatasan informasi dan pendampingan teknis. Untuk itu, kegiatan sosialisasi kemitraan GoFood dan GrabFood ini dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian masyarakat guna memberikan edukasi dan panduan teknis kepada para pelaku usaha di Kelurahan Bojongkulur.

Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih memahami potensi ekonomi digital dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam ekosistem digital, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha mereka.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahap:

- A. **Sosialisasi Awal:** Penyuluhan tentang pentingnya digitalisasi dan pengenalan platform GoFood serta GrabFood.
- B. **Pelatihan Teknis:** Praktik langsung tentang cara mendaftar sebagai mitra, mengunggah menu, dan mengelola pesanan.
- C. **Pendampingan:** Memberikan konsultasi selama dua minggu setelah pelatihan untuk memastikan UMKM dapat menjalankan operasional di platform tersebut.

3. WAKTU DAN TEMPAT PENGABDIAN MASYARAKAT

Waktu yang kami gunakan itu 4 jam di mulai dari pukul 08.00 – 11.00 dengan peserta yaitu ibu- ibu UMKM dari desa Bojongkulur.

Peserta yang mengikuti kegiatan ini terdiri atas:

- A. Pelaku UMKM di Desa Bojongkulur, terutama di bidang kuliner.
 - B. Perangkat Desa di Desa Bojongkulur yang mendukung pelaksanaan kegiatan.
 - C. Tim penyelenggara pengabdian masyarakat.
- Jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 orang.

4. HASIL

Program ini melibatkan 30 pelaku UMKM dari Desa Bojongkulur. Sebanyak 80% peserta berhasil mendaftar sebagai mitra GoFood dan GrabFood, sedangkan 20% lainnya menghadapi kendala teknis seperti keterbatasan perangkat atau jaringan internet. Peserta melaporkan peningkatan pesanan harian rata-rata sebesar 25% setelah bergabung di

platform tersebut.

Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

A. Pembukaan

Kegiatan pada tahap ini, ada sambutan dari Kasie Pemerintahan Bpk H.Madsyahri, S.E Perwakilan dari Desa Bojongkulur.

- Penjelasan singkat tentang tujuan kegiatan oleh Ketua Pelaksana.

B. Sesi Materi

a. Materi 1: *Tata Cara Pendaftaran Mitra GoFood dan GrabFood*

- Pemaparan oleh narasumber dari GoFood dan GrabFood tentang prosedur pendaftaran mitra, penggunaan aplikasi (GoBiz dan GrabMerchant), dan manfaat kemitraan.

b. Materi 2 : *Strategi Meningkatkan Penjualan di Platform Digital*

- Tips pemasaran, promosi, dan cara memanfaatkan fitur unggulan pada aplikasi untuk meningkatkan visibilitas produk.

C. Simulasi Teknis

- Peserta dibimbing secara langsung untuk mengunduh aplikasi, mendaftarkan usaha mereka, dan mencoba fitur-fitur yang tersedia.

D. Sesi Tanya Jawab

- Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait kendala atau hal-hal yang belum dipahami selama sosialisasi.

E. Penutupan

- Penyampaian evaluasi singkat dari peserta.
- Penyerahan cendera mata atau apresiasi kepada narasumber dan perangkat Desa.

D. Dokumentasi

Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan catatan tertulis untuk melengkapi laporan dan arsip kegiatan.

No.	Sesi Kegiatan	Deskripsi dan Foto
1	Pembukaan: Sambutan dari Ketua Pelaksana dan perangkat Desa.	
2	Sesi Daftar Hadir	
3	Sesi Materi 1: Penjelasan tentang pendaftaran mitra GoFood dan penggunaannya.	

4	Sesi Materi 2: Strategi pemasaran dengan GrabFood.	
5	Sesi penyerahan kenang-kenangan kepada perwakilan ketua UMKM	

6	Tanya Jawab: Diskusi antara peserta dan narasumber.	
7	Pembagian Doorprize: Penyerahan hadiah kepada peserta aktif.	



Program pelatihan digitalisasi UMKM di Desa Bojongkulur berhasil melibatkan 30 peserta dengan hasil yang signifikan, di mana 80% peserta berhasil mendaftar sebagai mitra GoFood dan GrabFood, sementara 20% lainnya menghadapi kendala teknis seperti keterbatasan perangkat atau jaringan internet. Peserta melaporkan peningkatan pesanan harian rata-rata sebesar 25% setelah bergabung di platform tersebut. Kegiatan ini mencakup sesi materi tentang pendaftaran mitra, strategi pemasaran digital, simulasi teknis, dan diskusi interaktif yang meningkatkan pemahaman peserta. Dokumentasi yang lengkap serta antusiasme tinggi peserta menunjukkan keberhasilan program ini, dengan rekomendasi untuk menyediakan dukungan teknis lebih lanjut dan program pendampingan lanjutan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema 'Penggunaan Media Sosial sebagai Wadah Promosi UMKM' berhasil mencapai tujuan yang telah direncanakan. Para peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pendaftaran mitra dan strategi pemasaran melalui platform GoFood dan GrabFood. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif jangka panjang bagi pelaku UMKM di Desa Bojongkulur dalam memanfaatkan teknologi digital.

Program sosialisasi ini berhasil meningkatkan literasi digital dan kapasitas pemasaran UMKM di Desa Bojongkulur. Namun, dibutuhkan pelatihan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan program. Pemerintah desa dan mitra platform digital juga diharapkan dapat menyediakan dukungan berkelanjutan berupa akses internet dan pelatihan tambahan.

6. SARAN

- A. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, berikut adalah evaluasi yang dapat disampaikan:
Keterlibatan Peserta: Sebanyak 30 peserta hadir dari berbagai bidang usaha kuliner. Partisipasi aktif terlihat dari antusiasme peserta selama sesi tanya jawab dan simulasi teknis.
- B. Sarana dan Prasarana: Aula Desa Bojongkulur memadai untuk pelaksanaan kegiatan, namun sistem audio memerlukan peningkatan agar materi lebih jelas tersampaikan.
- C. Hambatan Teknis: Beberapa peserta mengalami kendala saat mendaftarkan usaha mereka pada aplikasi, yang memerlukan pendampingan lebih intensif.

7. PENGAKUAN / ACKNOWLEDGEMENT

Kami mengucapkan terima kasih dan hormat kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan berbagi ilmu serta nasehatnya pada seminar “Penggunaan Media Sosial Sebagai Wadah Promosi UMKM” yang diselenggarakan pada tanggal 3 November 2024 di Desa Bojongkulur. Saya ingin menyampaikan rasa terima kasihku yang sebesar-besarnya kepadamu. Pengalaman kami bagikan kepada seluruh peserta yang hadir dan berpartisipasi aktif. Kami berharap acara ini dapat memberikan dampak positif bagi kita semua dalam mengembangkan produk dan memanfaatkan media social untuk promosi, Semoga ilmu dan inspirasi yang didapat dapat membantu kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

Darsiti, D., Ramdan, I. S., Syafitri, N., Lestari, W. A., Suryaman, W. J., & Alamsyah, S. K. (2024). Analisis kelayakan bisnis untuk pengembangan pemasaran kacang sangrai Ewooww yang luas. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 113–125.

Endang, I. (2023). Penerapan pemasaran digital melalui toko online pada UMKM di

Kelurahan Tanjungsari. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 106–117.

GoFood Indonesia. (2023). Langkah mudah mendaftar mitra GoFood.

Grab Indonesia. (2023). Panduan mitra GrabFood.

Hanif, A., & Iryanti, E. (2023). Penguatan merek dan visualisasi produk berbasis digital pada UMKM “Doyan Jajan” Desa Laweyan, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 84–97.

Ilmi, S. N., Hadi, A. H. N. S., Muzakki, F. D. P., Khabibah, M., Fajari, M. S., Sugiharto, V. D. D., & Arum, D. P. (2023). Meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap digitalisasi marketing di Kelurahan Tanggung Kota Blitar. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 76–83.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Strategi digitalisasi UMKM.

Misnawati, M., Aziz, A., Anwarsani, A., Rahmawati, S., Poerwadi, P., Christy, N. A., & Veniaty, S. (2022). Pemberdayaan kewirausahaan untuk anak tunarungu dengan pembuatan selai nanas. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(10), 2823–2842.

Misnawati, M., Christy, N. A., Isman, I., Anwarsani, A., Nopy, Y., & Salwa, N. (2024). Strategi sukses untuk bisnis pengetikan dan fotokopi di era digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 302–314.

Misnawati, M., Purwaka, A., Cuesdeyeni, P., Usop, L. S., Devi, K., Melinda, M., & Salwa, N. (2023). Pantun nasihat pada label kemasan sebagai upaya mengembangkan usaha donat dengan bahan dasar labu kuning untuk anak berkebutuhan khusus SLBN 1 Palangka Raya. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 58–75.

Pangestu, A. I. A., Zabaril, F. M., Laksono, D. A., Safitri, D. N., Amalia, J., Mustika, A. M., & Najmudin, N. (2023). Implementasi pemanfaatan media sosial dalam pengembangan Desa Wisata Menari Tambaknegara. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 09–18.

Putri, L. A., & Rahmi, U. (2024). Pemanfaatan media digital untuk meningkatkan minat belajar PAI pada generasi milenial. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 27–31.

Qisthiano, M. R., & Pramana, D. (2023). Menggapai keunggulan promosi di era digital: Kolaborasi Canva untuk peningkatan ekonomi lokal. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 243–249.

Rahayu, E., Yuliamir, H., & Wenefrida, A. A. (2023). Pelatihan SDM dalam peningkatan perekonomian Dusun Ngaduman. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 30–33.

Samtono, S., Supriyadi, A., Rahayu, E., & Palupiningyas, D. (2023). Identifikasi dan strategi

- pemberdayaan SDM Dusun Ngaduman. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 01–05.
- Sanin, S. B. F., & Winarti, O. (2023). Penerapan digital marketing dalam media sosial TikTok PT Otak Kanan untuk membangun brand awareness. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 74–83.
- Sevina, F. B., & Pabulo, A. M. A. (2023). Upaya digitalisasi marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM di Kecamatan Juwana. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 251–257.
- Sofyan, M., Marlinda, C., & Satriadi, S. (2023). Training of trainer pengolahan dan analisis data dengan aplikasi Eviews dan JASP. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 17–24.
- Solihyah, E. D. Z., & Tondang, I. S. (2023). Penerapan digital branding melalui pendekatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan bagi pelaku UMKM Kelurahan Medokan Semampir. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 156–163.
- Sudipa, I. G. I., Widiartha, K. K., Wiguna, I. K. A. G., Wijaya, B. K., Gustiadi, G., & Fauzi, A. S. (2023). Pelatihan sistem informasi pengelolaan layanan dan manajemen pelanggan untuk optimalisasi layanan pada era digital. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 216–223.
- Wiyandari, R. E. P., & Sukiswo, H. W. (2023). Penerapan akuntansi keuangan digital bagi pelaku UMKM di Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 61–68.