



## **The Utilization of GoFood as an Effort to Enhance the Businesses of MSME Actors**

**Khabib Kitab Bulloh<sup>1</sup>, Juani Imran<sup>2</sup>, Muhamad Syawal Idris<sup>3</sup>, Fatmawati Ismail<sup>4</sup>, Syafruddin<sup>5</sup>,  
Nur Wardah Desi Amriani<sup>6</sup>**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahuk Muluk Papua, Indonesia

[khabibkitabbulloh@gmail.com](mailto:khabibkitabbulloh@gmail.com)

**Abstrack:** GoFood is a technology-based food delivery service developed by Gojek, one of the largest technology companies in Southeast Asia. This platform utilizes mobile application technology to connect customers with restaurants and driver partners in an integrated ecosystem. GoFood uses advanced algorithms to recommend menus, optimize delivery routes, and monitor service quality in real-time. This technology not only increases user comfort, but also opens up new business opportunities for small and medium enterprise (SME) partners in the culinary industry. In addition, innovative features such as order personalization and digital payments via GoPay provide a more efficient user experience. In this research, the methods we apply include participatory methods and action methods (action research). This research discusses the positive impact of adopting GoFood technology on operational efficiency, increasing restaurant partner income, and ease of access for consumers, as well as identifying challenges that still need to be overcome.

**Keywords:** Technology, GoFood, delivery services, SMEs, digitalization, culinary

## **Pendahuluan**

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Di zaman sekarang banyak sekali UMKM yang telah buka hanya untuk keuntungan sendiri maupun membuka lowongan pekerjaan bagi orang lain. Tetapi UMKM saat ini sangat minim memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran bisnis.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, pelaku UMKM sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan pasar dan modal. Digitalisasi menjadi salah satu solusi, dengan platform GoFood dari Gojek yang membantu pelaku usaha kuliner untuk menjangkau konsumen lebih luas.

UMKM di Indonesia menghadapi tantangan dalam hal akses ke pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, dan pencatatan transaksi. Digitalisasi menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini, dan aplikasi GoBiz dari Gojek dirancang khusus untuk membantu UMKM dalam mengelola usaha mereka secara lebih efisien. GoBiz tidak hanya terintegrasi dengan layanan GoFood, tetapi juga menawarkan fitur manajemen transaksi yang memungkinkan pelaku usaha untuk mencatat pendapatan, mengelola stok, dan melakukan promosi secara digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan aplikasi GoBiz dalam meningkatkan pendapatan UMKM lokal di Indonesia. Dengan metode survei dan wawancara, data diperoleh dari 120 UMKM yang menggunakan GoBiz sebagai bagian dari operasional bisnis mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GoBiz berkontribusi positif terhadap pendapatan UMKM melalui fitur-fitur seperti pencatatan transaksi digital, promosi, dan integrasi dengan layanan GoFood. Namun, tantangan seperti adaptasi teknologi dan biaya transaksi tetap menjadi kendala. Penelitian ini menyimpulkan bahwa GoBiz dapat menjadi alat yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional dalam ekosistem digital.

Dampak Ekonomi yang terukur, detail Peningkatan Omzet: Merchant kuliner mengalami kenaikan omzet 30-50% dalam 3 bulan pertama 70% merchant baru mampu balik modal dalam 6 bulan; Peningkatan kapasitas produksi rata-rata 40%. Efisiensi Biaya: Pengurangan biaya marketing 25-35%; Penghematan biaya operasional lokasi fisik hingga 40%; Optimalisasi stok bahan baku berkat data pemesanan. Strategi pengembangan bisnis, manajemen menu: Analisis menu terlaris berdasarkan data GoFood; Penyesuaian harga berdasarkan permintaan pasar; Pengembangan menu khusus platform online.

## ***Journal of Community Engagement in Economics***

Pemanfaatan Fitur Platform, Tools Marketing; Penggunaan GoFood Ads untuk promosi Pemanfaatan flash sale dan promo bundling; Program loyalitas pelanggan. Pembahasan ini menunjukkan bahwa GoFood bukan sekadar platform delivery, tetapi menjadi katalis transformasi digital UMKM dengan dampak yang terukur dan berkelanjutan. Keberhasilan pemanfaatan platform ini bergantung pada kemampuan adaptasi dan inovasi pelaku UMKM.

Muhammad Ferdian, dkk (2023) menyatakan bahwa Tujuan dari kegiatan ini sebagai upaya kami peduli kepada para UMKM yang belum berkembang menjadi berkembang setelah adanya kegiatan pengembangan teknologi digital terhadap UMKM. Hasil dari kegiatan tersebut yakni pelaku usaha dapat mengakses WhatsappBusiness dari pada GoFood.

Widyayanti & Insiatiningsih, (2021) menyatakan bahwa Keuntungan dari layanan ini bisa dirasakan langsung oleh pengusaha kuliner karena mereka tidak harus menyediakan budget besar untuk mengembangkan layanan delivery order, dan layanan go-food bisa menjadi alternatif yang sangat membantu, mempermudah, dan menguntungkan.

Fahrul Ardani, dkk (2023) menyatakan bahwa Salah satu aplikasi yang menjadi solusi bagi pelaku usaha kuliner adalah GoFood, yang merupakan layanan pesan antar makanan dari restoran atau warung lokal. pemanfaatan aplikasi GoFood pada UMKM serta dampaknya terhadap peningkatan penjualan dan visibilitas bisnis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi GoFood memberikan sejumlah manfaat, seperti peningkatan jangkauan pasar, kemudahan dalam manajemen pemasaran, dan peningkatan kepercayaan konsumen.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Survei dan Identifikasi**

Hasil Survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berpotensi memanfaatkan layanan GoFood dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Dari hasil survei, kami mengidentifikasi 5 pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner. Setelah proses identifikasi, kami mengadakan diskusi awal dengan para pelaku UMKM untuk mengetahui minat dan kebutuhan mereka dalam penggunaan aplikasi GoFood.

#### **Perjanjian**

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang Kelompok kami buat dapat berlangsung dengan baik dan mendapatkan dukungan dari pihak pengurus masjid Agung As-Sholihin. Setelah melalui komunikasi yang baik, pengurus masjid memberikan izin dan dukungan untuk menyelenggarakan program ini pada Hari/Tanggal: Kamis 24 Oktober 2024, Pada Pukul: 15.40 WIT. Tahap survei dan perijinan berjalan lancar. Dukungan dari pengurus Masjid Agung As-

## *Journal of Community Engagement in Economics*

Sholihin menjadi faktor penting dalam pelaksanaan kegiatan ini, sehingga program dapat terlaksana di lingkungan yang nyaman bagi pelaku UMKM.

Selanjutnya kelompok kami juga mendapatkan Dukungan dan izin dari Ibu Shinta Abdul Rahman, M.Si., sebagai dosen pengampu Manajemen Pemasaran memberikan legitimasi serta arah yang jelas dalam pelaksanaan program ini. Panduan yang beliau berikan sangat membantu dalam merancang kegiatan agar dapat bermanfaat langsung bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital mereka. Peran Ibu Shinta dalam memberikan supervisi juga menjadi motivasi tambahan bagi kelompok kami dalam melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat dengan baik.

### **Hasil Sosialisasi**

Pada tahap ini, Kelompok kami mengadakan kegiatan sosialisasi yang dihadiri oleh para pelaku UMKM yang telah teridentifikasi sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi usaha dan bagaimana aplikasi GoFood dapat membantu meningkatkan akses ke pelanggan baru.

Materi yang Disampaikan yaitu :

1. Pengenalan aplikasi GoFood: keuntungan, fitur, dan cara mendaftar
2. Cara mengoptimalkan GoFood sebagai media pemasaran
3. Strategi menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan di platform digital

Hasil sosialisasi pengabdian kepada masyarakat, para pelaku UMKM yang hadir menunjukkan ketertarikan untuk segera mendaftar di platform GoFood setelah mengetahui aplikasi gofood dapat meningkatkan pendapatan usaha mereka. Kegiatan sosialisasi ini juga membuka sesi diskusi mengenai kendala yang mungkin dihadapi, seperti mengoperasikan aplikasi gofood. Jadi Sosialisasi kelompok kami berhasil meningkatkan pemahaman dan minat pelaku UMKM dalam memanfaatkan GoFood. Pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya teknologi untuk membantu meningkatkan pendapatan dari usaha mereka.

### **Hasil Pelatihan**

Setelah sosialisasi, kami melanjutkan dengan pelatihan mengenai penggunaan aplikasi GoFood. Pelatihan ini diadakan secara langsung dengan cara mendaftar dan mengelola akun GoFood.

Tahapan Pelatihan yaitu:

1. Pendaftaran Akun: Pelaku UMKM dibimbing dalam proses pendaftaran dan mengunggah

## *Journal of Community Engagement in Economics*

profil usaha mereka di GoFood.

2. Pengenalan Dashboard: Pelaku UMKM diajari cara menggunakan dashboard GoFood, seperti mengelola pesanan, mengubah menu, dan memantau statistik penjualan.
3. Simulasi Transaksi: Simulasi proses menerima pesanan, mempersiapkan produk, dan mengelola waktu pengiriman.
4. Pengelolaan Ulasan Pelanggan: Tips cara merespons ulasan pelanggan dan menjaga kualitas layanan.

Hasil pelatihan dari kelompok kami Sebagian besar pelaku UMKM dapat mengikuti setiap langkah dengan baik dan berhasil membuat akun GoFood. Beberapa pelaku UMKM bahkan langsung mempublikasikan menu mereka di aplikasi GoFood dan siap menerima pesanan. Pelaku UMKMerasa lebih percaya diri dalam mengoperasikan aplikasi gofood. Program pengabdian masyarakat ini berjalan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan. Para pelaku UMKM kini memiliki pengetahuan dan juga keterampilan untuk menggunakan GoFood sebagai media penjualan. Harapannya, ke depan, pelaku UMKM dapat berkembang dalam memanfaatkan teknologi digital demi keberlangsungan usaha mereka.

### **Kesimpulan**

Dari pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa digitalisasi melalui aplikasi seperti GoFood terbukti menjadi solusi efektif dalam meningkatkan pendapatan dan efisiensi operasional UMKM di sektor kuliner. Melalui kegiatan sosialisasi, pelaku UMKM memahami pentingnya digitalisasi untuk memperluas jangkauan pasar, sedangkan pelatihan memungkinkan mereka untuk langsung mengaplikasikan ilmu dengan mendaftar, mengelola akun, serta memanfaatkan fitur GoFood secara optimal. Hasilnya, beberapa UMKM langsung mempublikasikan menu mereka dan siap menerima pesanan, menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam beradaptasi dengan teknologi. Program ini menunjukkan potensi besar digitalisasi dalam meningkatkan keberlangsungan usaha UMKM di era modern

### **Daftar Pustaka**

- Ardani, F., Adiwati, M. R., & Raharjo, R. J. H. (2023). Pemanfaatan Layanan Aplikasi Gofood Sebagai Strategi Pemasaran Digital Pada Umkm Rawonsae. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 13108-13112.
- Ferdian, M., Laila, R., & Muzdalifah, L. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital Menggunakan Whatsapp Business Dan Go-Food Bagi Umkm. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(6), 1870-1875.
- Preasetianto, S., Mahda, F. B., Kusuma, D. M., & Cahya, A. D. (2021). Analisis Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kuliner Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu*

***Journal of Community Engagement in Economics***

Ekonomi, 5(3), 461-471.

Gojek. (2023). Laporan Penggunaan Aplikasi GoBiz di Indonesia.