

---

## Strategi Penjualan Makanan Memanfaatkan Fitur Layanan Go-Food pada Aplikasi Gojek untuk Pedagang Kecil & Menengah di Masa Pandemi Covid-19

Mochammad Junus, Rieke Adriati Wijayanti, Dianthy Marya, Septriandi Wira Yoga, Nugroho Suharto dan Nurul Hidayati

Teknik Elektro, Politeknik Negeri Malang, Jl. Soekarno Hatta No. 9 Malang, Indonesia, 65141

Correspondence: riekeaw@polinema.ac.id

Received: 15/10/20 – Revised: 29/10/20 - Accepted: 29/10/20- Published: 15/12/20

**Abstrak.** Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia berdampak nyata pada semua sektor, beberapa diantaranya bahkan mengalami penurunan seperti sektor hotel dan pariwisata, penerbangan, *Meeting-Incentives-Conferences-Exhibition* (MICE), bar dan resto, bioskop dan konser serta olahraga. Banyak usaha kecil maupun menengah, di bidang kuliner yang gulung tikar, disebabkan karena penurunan daya beli di masyarakat. Pandemi memaksa masyarakat untuk tetap beraktifitas dari rumah saja, hal ini sesuai dengan anjuran pemerintah yang bertujuan untuk menekan dan memutus mata rantai penularan Covid-19, sehingga masyarakat harus mengurangi aktivitas keluar rumah. Ditambah dengan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) semakin membatasi mobilitas masyarakat. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi hampir semua pedagang kecil maupun menengah untuk tetap bisa bertahan hidup di tengah pandemi. Salah satu inovasi yang bisa dilakukan yaitu memanfaatkan strategi penjualan makanan secara online menggunakan fitur layanan Go-Food di aplikasi Gojek. Go-Food merupakan sebuah fitur layanan food delivery, sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah hanya untuk membeli makanan. Dengan menggunakan *smartphone* dan mengakses fitur Go-Food di aplikasi Gojek, masyarakat bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerjasama dengan Gojek, kemudian pemesanan dan pengantaran dilakukan langsung oleh mitra Gojek, sehingga dapat mengurangi kontak langsung dengan orang banyak. Namun kemudahan strategi penjualan ini ternyata masih belum dimanfaatkan oleh banyak pedagang kecil dan menengah, sehingga dibutuhkan pelatihan singkat untuk memahami strategi penjualan makanan secara online yang meliputi penguatan SDM, branding produk dan peningkatan pemasaran makanan menggunakan fitur layanan Go-Food pada aplikasi Gojek. Diharapkan melalui pelatihan singkat tersebut, pangsa pasar menjadi semakin luas dan pendapatan para pedagang makanan akan semakin meningkat.

**Kata kunci:** Go-Food, Pedagang, Pandemi, Covid-19, Penjualan *Online*

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang masih terjadi di seluruh dunia berdampak nyata pada semua sector, termasuk pada kegiatan perekonomian. Di Indonesia, terdapat banyak sector yang turut terimbas karena pandemi, beberapa diantaranya bahkan mengalami penurunan seperti sektor hotel dan pariwisata, penerbangan, Meeting-Incentives-Conferences-Exhibition (MICE), bar dan resto, bioskop dan konser serta olahraga (Wahyono, 2020). Dampak dari pandemi dirasakan oleh pengusaha-pengusaha yang mengandalkan keramaian masyarakat untuk menunjang bisnisnya, salah satunya adalah kuliner (Hastuti, 2020). Salah satunya adalah UMKM di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus Covid-19. Mayoritas koperasi tersebut bergerak di bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sector UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman (Amri, 2020). Hal ini dikarenakan adanya anjuran pemerintah untuk tetap di rumah saja yang bertujuan untuk menekan dan memutus mata rantai penularan Covid-19, sehingga masyarakat harus mengurangi aktivitas keluar rumah (Maharani, 2020). Selain itu, di berbagai tempat juga diterapkan langkah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang semakin membatasi mobilitas masyarakat. Dengan adanya PSBB, pemerintah memberikan larangan untuk makan dan minum di tempat karena dapat menyebabkan kemungkinan terjadinya perkumpulan dan keramaian sehingga dapat memperluas persebaran virus Covid-19. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi hampir semua pedagang kuliner level kecil maupun menengah untuk tetap bisa bertahan hidup di tengah pandemi.

Di lain sisi, perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi. Perkembangan ini dirasakan dapat menghadirkan kemudahan berbelanja dan juga memberikan banyak keuntungan lain bagi konsumen seperti efisiensi waktu dan biaya, serta minim kelelahan fisik (Amri, 2020). Terutama di masa pandemi dimana kesempatan untuk berkomunikasi dan bertatap muka secara langsung sangat terbatas. Pada sector UMKM yang bergerak di bidang kuliner, perkembangan digital ini mulai merambah ke arah layanan pesan-antar makanan.

Di Indonesia, terdapat beberapa layanan pesan-antar makanan yang banyak diminati oleh masyarakat, baik dari sisi konsumen maupun pelaku UMKM, salah satunya adalah GoFood dari Gojek. Mengutip hasil riset IDN Times yang melibatkan 258 responden di enam kota besar di Indonesia, GoFood mendominasi dengan angka mencapai 74,8 persen. Angka

tersebut untuk pertanyaan tentang aplikasi pesan antar apa yang paling sering dipakai. Posisi tersebut jauh di atas Grabfood yang hanya berada di tingkat 20,9%. Sisanya adalah milik layanan delivery dari outlet dengan angka sebesar 3,1% (Online, 2019).

Namun kemudahan strategi penjualan ini ternyata masih belum dimanfaatkan oleh banyak pedagang kuliner level kecil dan menengah terutama di daerah Bandungregosari Kecamatan Sukun Kota Malang. Daerah Bandungregosari merupakan sebuah kelurahan dimana 90% penduduknya adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang turut terdampak karena pandemi Covid-19. Dengan adanya pandemi, tidak banyak masyarakat yang datang untuk menikmati kuliner secara langsung, sehingga menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan. Hal ini mendorong munculnya kebutuhan untuk melakukan pelatihan singkat guna memahami strategi penjualan makanan secara online yang meliputi penguatan SDM, branding produk dan peningkatan pemasaran makanan menggunakan fitur layanan GoFood pada aplikasi Gojek. Diharapkan melalui pelatihan singkat tersebut, pangsa pasar menjadi semakin luas dan pendapatan para pedagang makanan akan semakin meningkat meski pandemi sedang mewabah.

## **MASALAH**

Permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner di daerah Bandungregosari yaitu usaha kuliner mengalami penurunan pendapatan disebabkan karena minimnya kesempatan untuk berinteraksi secara langsung di masa pandemi. Hal ini berimbas pada menurunnya pendapatan para pelaku UMKM tersebut. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, pedagang kuliner level kecil dan menengah akan diberi bekal pengetahuan mengenai aplikasi internet yaitu Gojek yang mempunyai fitur layanan GoFood, termasuk pengenalan aplikasi GoBiz dan GoPay, sehingga diharapkan usaha dari pedagang kuliner level kecil dan menengah ini dapat bangkit kembali dan lebih dikenal di lingkup masyarakat yang luas.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan menggunakan metode partisipatif, pelatihan singkat, pendampingan dan evaluatif yang semuanya dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan media video conference Zoom. Adapun penjelasan masing-masing metode tersebut adalah sebagai berikut:

1. Partisipatif, yaitu adanya keterlibatan koordinasi dengan mitra mengenai permasalahan yang banyak dihadapi terutama selama terjadinya pandemi.

2. Pelatihan singkat, yaitu ceramah atau seminar mengenai penguatan SDM, branding produk dan peningkatan pemasaran makanan menggunakan fitur layanan GoFood pada aplikasi Gojek.
3. Pendampingan, yaitu proses mendampingi mitra setelah tahapan pelatihan yang bersifat aplikatif selesai dilaksanakan. Metode ini bertujuan untuk memberi dukungan dan bentuk kepada mitra apabila ditemukan kendala pada saat penerapan materi pelatihan.
4. Evaluatif, yaitu tahapan untuk mengetahui tingkat pencapaian sasaran dari kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan melalui kuesioner yang dibagikan kepada para peserta pelatihan.

Pelatihan yang dilaksanakan pada hari Kamis, 27 Agustus 2020 dari pukul 09.00 hingga pukul 12.00 ini turut melibatkan pihak Gojek sebagai narasumber utama untuk memberikan panduan atau langkah-langkah mengenai:

- a. Transfer teori, materi yang disampaikan meliputi instalasi aplikasi GoFood dan teknik penjualan dan berdagang makanan dengan fitur layanan GoFood.
- b. Mengajarkan cara pendaftaran produk kuliner ke aplikasi GoFood dengan menggunakan aplikasi GoBiz, materi yang disampaikan meliputi demonstrasi langkah-langkah mendaftarkan produk kuliner dan juga pendampingan langsung proses pendaftaran kepada mitra yang sudah mempunyai usaha serupa.
- c. Mengajarkan cara penjualan di aplikasi GoFood, materi yang disampaikan meliputi demonstrasi langkah-langkah menjual produk kuliner dan juga peserta pelatihan turut mencoba menjual produk kuliner di fitur GoFood dengan menerapkan teknik penjualan yang telah disampaikan.

Perwakilan pihak Gojek sebagai pihak yang berperan penting dalam pelatihan ini karena informasi-informasi terbaru baik tips dan trik pemasaran dapat langsung diperoleh dari narasumber. Hal ini dapat mendukung dan melengkapi pelaksanaan kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat, terutama pedagang kecil dan menengah di Kelurahan Bandungrejosari, Kecamatan Sukun Kota Malang. Peningkatan pendapatan masyarakat setempat diharapkan dapat meningkatkan kualitas perekonomian dengan mengikuti trend dan teknik berdagang atau teknik penjualan dengan menggunakan aplikasi Gojek dengan fitur layanan GoFood.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Kegiatan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi *video conference* Zoom sebagai upaya mitigasi penyebaran Covid-19 di masa pandemi. Peserta dari Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 25 orang, ditunjukkan oleh Gambar 1 berikut:



**Gambar 1.** Peserta pelatihan penjualan makanan berbasis aplikasi Gojek secara daring

Pelatihan dibagi menjadi dua sesi, yaitu pemaparan materi mengenai teknik penjualan serta berdagang makanan, dan praktik instalasi aplikasi yang dibutuhkan untuk dapat bergabung menjadi partner GoFood, yaitu aplikasi GoBiz.

Narasumber dari Gojek memaparkan tentang teknik penjualan serta berdagang makanan, instalasi aplikasi GoBiz, serta demo langkah-langkah mendaftarkan dagangan ke fitur layanan GoFood, ditunjukkan oleh Gambar 2 berikut:



**Gambar 2.** Narasumber memaparkan presentasi mengenai pelatihan berbasis fitur layanan GoFood

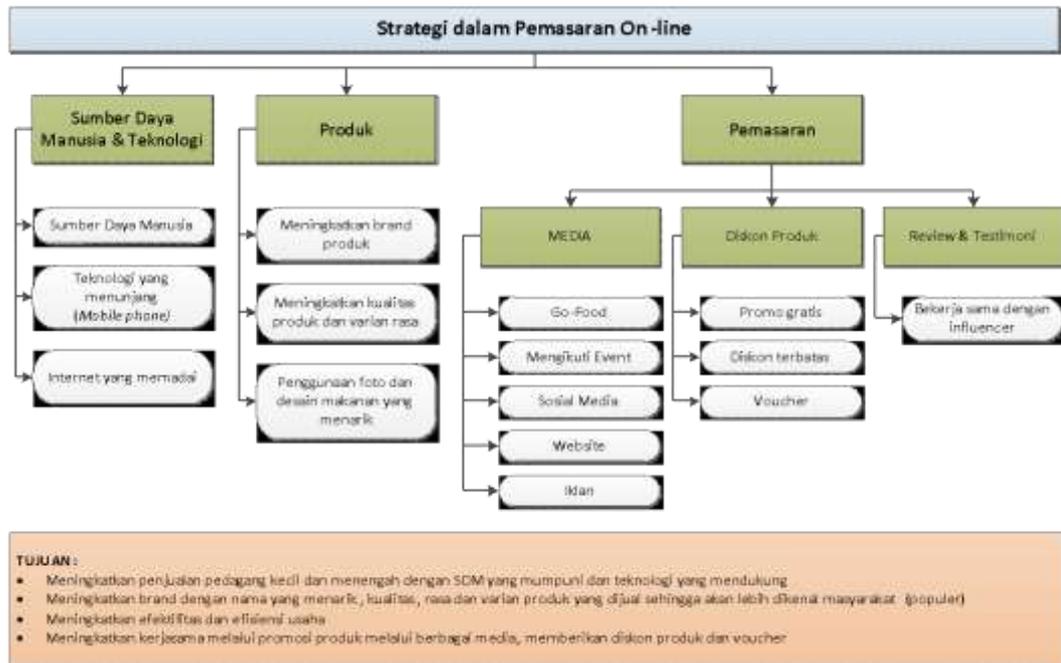
Pada saat sesi praktik instalasi aplikasi yang dibutuhkan, narasumber dibantu oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan pendampingan kepada para peserta pelatihan, agar tidak salah dalam melakukan setiap langkah dalam proses pendaftaran tersebut. Dalam kegiatan ini seluruh peserta sangat antusias untuk mengikuti proses instalasi aplikasi Gobiz. Berikut dalam Gambar 3 ditunjukkan tampilan proses pendaftaran ke aplikasi GoBiz dari salah satu peserta pelatihan:



**Gambar 3.** Tampilan proses pendaftaran ke aplikasi GoBiz dari salah satu peserta pelatihan

### Strategi Penjualan Makanan Daring

Pelatihan yang diberikan kepada peserta tidak hanya mengenai pengenalan dan instalasi aplikasi layanan pesan-antar makanan, namun juga membahas mengenai peluang strategi dalam penjualan makanan secara daring (Setiawan, Suharjo, & Syamsun, 2018). Adapun strategi penjualan yang disampaikan pada saat pelatihan ditunjukkan oleh Gambar 4 sebagai berikut:



**Gambar 4.** Strategi dalam pemasaran *online* yang dipaparkan dalam pelatihan.

Adapun penjelasan dari setiap strategi di atas, yaitu:

1. Peningkatan SDM & teknologi

Peningkatan SDM (Sumber Daya Manusia) dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan. Apabila ditunjang dengan fasilitas teknologi dalam pemasaran daring (*mobile phone* dan internet yang memadai), maka hal ini dapat meningkatkan *skill* dan pengetahuan pedagang dalam memasarkan dagangannya.

2. Produk

Produk menjadi hal yang berpengaruh dalam penjualan makanan daring. Produk meliputi peningkatan *brand* produk, yang dapat dilakukan dengan memberikan nama yang menarik baik nama usaha maupun nama varian menu untuk menarik perhatian pembeli. Dengan meningkatkan kualitas produk dan varian rasa, pembeli tidak akan bosan, dan yang tidak kalah penting yaitu penggunaan foto dan desain makanan yang menarik akan membuat makanan mudah dikenal masyarakat.

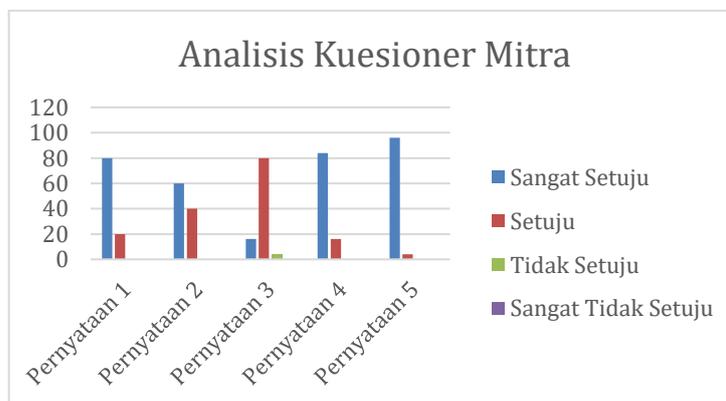
3. Pemasaran

Peningkatan pemasaran dapat dilakukan melalui media daring (GoFood, sosial media, *website* dan iklan) guna meningkatkan efektifitas dan efisiensi pemasaran sehingga pendapatan atau omzet pedagang dapat bertambah. Beberapa strategi pemasaran lain

yaitu dengan memberikan diskon produk maupun *voucher* serta bekerjasama dengan *influencer* sebagai sarana promosi produk yang dapat meningkatkan popularitas produk.

### Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Pelatihan ini diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan pelatihan. Evaluasi merupakan fungsi monitoring dan penilaian terhadap proses pelatihan, apakah pelatihan ini sudah cukup efektif dan efisien dalam pelaksanaannya (Harding, Kadiyono, Hidayat, & Yanuarti, 2018). Evaluasi dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada seluruh peserta. Hasil kuesioner menyatakan bahwa secara keseluruhan 96% mitra merasakan kepuasan atas kegiatan PkM yang telah dilaksanakan yaitu pelatihan penjualan makanan dengan memanfaatkan fitur layanan GoFood pada aplikasi Gojek ini, sedangkan 4% lainnya menyatakan setuju. Sejumlah 80% mitra menyatakan sangat setuju bahwa kegiatan PkM memberikan solusi atas masalah mitra. Terdapat 84% mitra yang menyatakan sangat setuju bahwa terjadi peningkatan kemandirian dan pengetahuan keterampilan dalam hal proses instalasi aplikasi dan mengaktifkan fitur layanan GoFood untuk memasarkan makanan. Sejumlah 16% mitra menyatakan sangat setuju, 80% setuju dan 4% tidak setuju atas frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim PkM. Adapun hasil analisis kuesioner dari peserta pelatihan secara lengkap ditampilkan pada Gambar 5 berikut:



**Gambar 5.** Analisis Kuesioner Mitra

Keterangan:

[1] Pernyataan 1 adalah kegiatan PkM yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah mitra;

[2] Pernyataan 2 merupakan anggota tim yang terlibat dalam kegiatan PkM aktif dalam memberikan bantuan;

[3] Pernyataan 3 adalah frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim PkM dirasakan sudah sesuai;

[4] Pernyataan 4 adalah terjadi peningkatan kemandirian atau penambahan pengetahuan dan keterampilan pada mitra; dan

[5] Pernyataan 5 yaitu secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan PkM yang telah dilaksanakan.

Sedangkan sampel kuesioner yang digunakan untuk proses evaluasi program pelatihan ini ditunjukkan oleh Gambar 6 berikut:

**KUESIONER KEPUASAN MITRA  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PkM)**

**Identitas Pengabdian Masyarakat (diri oleh pelaksana)**

Judul kegiatan : Pelatihan Penjualan Makanan Berbasis Aplikasi Gofood Pada Pedagang Kecil dan Menengah untuk Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Kelurahan Bandungregosari Sukun Malang

Skema : PkM DIPA Swadana Reguler

Lokasi : di Kelurahan Bandungregosari Sukun Malang

Hari/Tanggal : Kamis, 27 Agustus 2020

Dosen yang terlibat : Mochammad Junus, S.T., M.T.  
Ir. Nugroho Suharto, M.T.  
Rieke Adnati Wijayanti, S.T., M.T.  
Dianthy Marya, S.T., M.T.  
Septriandi Wira Yoga, ST, MT

**Survey Kepuasan (diri oleh masyarakat/mitra)**

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang Anda pilih.  
**No. PERNYATAAN SS S TS STS**

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Kegiatan PkM yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi mitra	✓			
2.	Anggota tim yang terlibat dalam kegiatan PkM aktif dalam memberikan bantuan	✓			
3.	Frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim PkM dirasakan sudah sesuai		✓		
4.	Terdapat peningkatan kemandirian atau penambahan pengetahuan dan keterampilan pada mitra	✓			
5.	Secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan PkM yang telah dilaksanakan	✓			

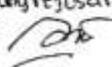
**Keterangan :**  
SS = sangat setuju S = setuju TS = tidak setuju STS = sangat tidak setuju

**Jawablah secara singkat dan jelas.**

1. Pendapat tentang kegiatan PkM yang dilaksanakan  
Menarik, membantu pedagang dalam memasarkan makanan melalui go food

2. Kontribusi yang diberikan oleh mitra pada kegiatan PkM  
Berpatisipasi aktif pada kegiatan pelatihan ini

3. Saran atas kegiatan PkM  
Durasi kegiatan lebih lama lagi, dan dibuat kegiatan lanjutan

**Identitas mitra**  
Nama : Ulva Latifah  
Alamat : Bandungregosari - Sukun  
Tanda tangan : 

**Gambar 6.** Kuesioner kepuasan mitra Pengabdian kepada Masyarakat

## KESIMPULAN

Pelatihan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai strategi penjualan makanan dan instalasi aplikasi Gojek bagi pedagang kuliner baik dari level kecil dan menengah di daerah Bandungregosari, Kecamatan Sukun Kota Malang yang terdampak pandemi Covid-19 secara langsung. Dari hasil kuesioner, dapat disimpulkan sebanyak 84% peserta berhasil melakukan instalasi dan mengaktifkan fitur layanan GoFood untuk mempromosikan dan menjual produk-produk usaha makanan yang sedang digeluti dan sebanyak 96% peserta merasa puas atas kegiatan pelatihan yang dilakukan secara daring ini. Selain itu, dilihat dari saran yang dituliskan oleh peserta di kuesioner, kegiatan pelatihan ini mempunyai potensi untuk dikembangkan lebih lanjut yaitu mengenai bagaimana cara membungkus (*packaging*) produk yang dijual, agar tetap aman dan higienis dalam proses pengantaran menuju konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pelatihan: Unit P2M Politeknik Negeri Malang, seluruh tim Pengabdian kepada Masyarakat, rekan Gojek yang telah banyak membantu selama proses pelatihan dan juga kepada masyarakat peserta pelatihan dari daerah Bandungregosari, Kecamatan Sukun yang telah berpartisipasi secara aktif selama kegiatan pelatihan berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 123-130.
- Harding, D., Kadiyono, A. L., Hidayat, Y., & Yanuarti, N. (2018). Pelatihan dan Pengembangan SDM Sebagai Salah Satu Upaya Menjawab Tantangan MEA. *JPSP: Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 185-192.
- Hastuti, R. K. (2020, Oktober 6). *News CNBC Indonesia*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201006204840-4-192372/larangan-dine-in-saat-psbb-bikin-pengusaha-kuliner-merana>
- Maharani, T. (2020, April 04). *Nasional Kompas*. Retrieved from Kompas: <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/04/17042991/jubir-pemerintah-tetap-tinggal-di-rumah-adalah-solusi-terbaik-cegah>
- Online, R. W. (2019, Februari 19). *Digital Economy: Warta Ekonomi*. Retrieved from Warta Ekonomi: <https://www.wartaekonomi.co.id/read216299/go-food-dan-grabfood-siapa-yang-berkuasa>

---

Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *Manajemen IKM*, 13(2), 116-126.

Wahyono. (2020, Juni 14). *Ekbis Sindonews*. Retrieved from Sindonews: <https://ekbis.sindonews.com/read/65570/34/6-sektor-bisnis-paling-terpukul-karena-pandemi-covid-19-1591794372?showpage=all>



© 2020 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).