

## **Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah Angkringan Sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan *marketplace* serta media sosial**

**Auliya Shafira Mutmainah, Jalu Respati Handaru, Desthantri, Silmi Eka Nur Alif, Hafid Aditya Pradesa**

Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Bandung , Indonesia

Penulis korespondensi : Hafid Aditya Pradesa  
E-mail : hafid.pradesa@poltek.stialanbandung.ac.id

Diterima: 29 Mei 2024 | Direvisi: 03 Juni 2024 | Disetujui: 03 Juni 2024 | © Penulis 2024

### **Abstrak**

Teknologi informasi mempengaruhi bisnis dari berbagai skala, baik besar, menengah, maupun kecil. Perkembangan ini mendukung peningkatan pemasaran online melalui jangkauan luas yang dimiliki jaringan teknologi. Media sosial dan marketplace menjadi pusat perhatian masyarakat dan memberikan dampak besar pada bisnis. Manfaat yang diperoleh dari media sosial dan marketplace termasuk biaya yang lebih murah, efektivitas dan efisiensi, jangkauan luas, kecepatan dalam penyebaran informasi, pengenalan nama usaha yang lebih luas, serta kemudahan dalam evaluasi pemasaran online. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) bertujuan untuk mengedukasi UMKM tentang konsep dan manfaat aplikasi pesan makanan online, membuat dan mengaktifkan akun di platform tersebut, serta meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan melalui media sosial. Metode pelaksanaan dimulai dengan diskusi bersama UMKM Angkringan Sadulur mengenai kebutuhan pemanfaatan internet sebagai sarana promosi, dilanjutkan dengan edukasi, pendampingan, dan evaluasi. Pelaksanaan PKM melibatkan pemilik usaha dan karyawan Angkringan Sadulur. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu memanfaatkan internet untuk membuat akun di marketplace seperti Shopeefood dan Gofood, serta menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Kesimpulannya, UMKM mendapatkan pemahaman, manfaat, dan kemampuan dalam menggunakan marketplace dan media sosial untuk pemasaran online.

**Kata kunci:** marketplace, media sosial, UMKM.

### **Abstract**

Information technology influences businesses of all sizes, from large to small. This advancement supports the enhancement of online marketing through the broad reach of technological networks. Social media and marketplaces have become focal points for the public and have a significant impact on businesses. The benefits of social media and marketplaces include lower costs, effectiveness and efficiency, wide reach, rapid information dissemination, increased brand recognition, and ease of evaluating online marketing efforts. The community service program (PKM) aims to educate small and medium-sized enterprises (SMEs) on the concepts and benefits of using online food delivery applications, creating and activating accounts on these platforms, and enhancing customer appeal and trust through social media. The implementation method begins with discussions with the SME Angkringan Sadulur about their needs in utilizing the internet as a promotional tool, followed by education, mentoring, and evaluation. The PKM involves the participation of the business owner and employees of Angkringan Sadulur. The results show that SMEs are capable of leveraging the internet to create accounts on marketplaces such as Shopeefood and Gofood, and to use social media for promotion. In conclusion, SMEs gain insights, benefits, and the ability to use marketplaces and social media as tools for online marketing.

**Keywords:** marketplace, social media, small medium enterprise.

---

## PENDAHULUAN

Dengan perkembangan zaman serta era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM tidak hanya menjadi pilar utama perekonomian, tetapi juga menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan berkontribusi pada diversifikasi ekonomi. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu, sektor ini sangat penting untuk diperhatikan dan dikembangkan. Namun, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan bisnisnya, terutama dalam aspek pemasaran dan penggunaan teknologi digital.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui *marketplace* dan media sosial. Hal ini menjadi salah satu bentuk inovasi dalam pengelolaan bisnis (Wijayanti et al., 2022) termasuk pada UMKM dan pengelolaan di desa (Zulvia & Harahap, 2023). Penggunaan platform digital ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih luas tanpa batasan geografis, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat *brand awareness* (Fauzi & Sheng, 2020). Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi tersebut sehingga dapat berpotensi memunculkan risiko dalam pengelolaan bisnisnya (Agustina et al., 2021). Sementara bagi konsumen digitalisasi telah menjadi salah satu bentuk pilihan gaya hidup yang didorong lebih kuat karena faktor pandemi (Nugroho et al., 2021).

Angkringan Sadulur, salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner tradisional, merupakan contoh nyata dari usaha kecil yang memiliki potensi besar namun masih memerlukan pendampingan dalam memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan daya saingnya. Angkringan Sadulur merupakan UMKM yang relatif baru didirikan oleh sekelompok individu yang peduli terhadap warisan kuliner tradisional Indonesia. Pemilihan nama "Sadulur" mencerminkan nilai-nilai kebersamaan, persaudaraan, dan kehangatan yang ingin dihadirkan oleh angkringan ini. Usaha ini berfokus pada penjualan makanan khas angkringan, sebuah konsep kuliner yang memiliki daya tarik tersendiri dikalangan masyarakat. Angkringan Sadulur berlokasi di Jl. Grand Hotel No.11 Lembang, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391.

Angkringan sadulur terinspirasi dari angkringan tradisional yang sering menjadi tempat berkumpulnya orang-orang setempat untuk menikmati hidangan ringan, dan berbincang santai. Meskipun baru merintis, Angkringan Sadulur telah menerima respons positif dari pelanggan setia dan masyarakat setempat. Angkringan Sadulur merupakan sebuah usaha kecil yang fokus pada penjualan makanan khas angkringan, sebuah konsep warung pinggir jalan yang populer di Indonesia. Sebagai UMKM yang baru merintis, Angkringan Sadulur memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang. Angkringan Sadulur menawarkan beragam hidangan khas angkringan, seperti nasi kucing, sate usus, tahu bakso, telur puyuh, dan menu lainnya. Semua menu disajikan dengan bumbu khas yang menggugah selera dan cita rasa autentik yang sulit ditemukan di tempat lain. Kualitas bahan baku dijaga dengan baik untuk memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan.

Meskipun Angkringan Sadulur memiliki produk unggulan dan daya tarik sendiri, mereka masih menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah belum adanya layanan pengantaran (*delivery*) untuk memperluas jangkauan konsumen. Dalam era modern ini, layanan *delivery food* telah menjadi tren utama dikalangan konsumen yang sibuk. Oleh karena itu, integrasi *delivery food* menjadi pilihan strategis untuk memperluas pangsa pasar Angkringan Sadulur. Penggunaan layanan *delivery food* tidak hanya memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk, tetapi juga meningkatkan daya saing suatu bisnis kuliner. Dengan menghadirkan layanan *delivery food*, Angkringan Sadulur dapat menjangkau pelanggan di berbagai wilayah, meningkatkan kecepatan layanan, dan meningkatkan kenyamanan konsumen.

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

Angkringan Sadulur menyadari pentingnya beradaptasi dengan perubahan tren konsumen. Oleh karena itu, kami berencana untuk mengimplementasikan layanan *delivery food* sebagai langkah strategis untuk pertumbuhan bisnisnya. Penerapan teknologi digital, penggunaan aplikasi *mobile*, dan kerja sama dengan *platform delivery food* populer dapat menjadi langkah-langkah yang efektif untuk mencapai tujuan ini. Implementasi *delivery food* tidak hanya memberikan keuntungan bagi Angkringan Sadulur dalam hal peningkatan penjualan, tetapi juga memberikan manfaat kepada konsumen. Konsumen dapat menikmati makanan lezat dari Angkringan Sadulur tanpa harus datang langsung ke tempatnya. Hal ini menciptakan pengalaman belanja yang lebih nyaman dan modern.

Sebagai sebuah usaha yang masih dalam tahap merintis, Angkringan Sadulur memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang ditengah persaingan pasar yang semakin ketat. Untuk itu, Angkringan Sadulur berupaya memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Dalam era digital ini, kehadiran platform *online* sangatlah krusial bagi usaha makanan dan minuman. Oleh karena itu, Angkringan Sadulur berusaha meningkatkan kehadirannya di *platform* Instagram. Selain itu, aksesibilitas lokasi juga merupakan faktor penting dalam kesuksesan sebuah usaha kuliner. Dalam berbagai kegiatan sebelumnya diketahui bahwa penggunaan media sosial dalam ekosistem digital dapat menunjang eksistensi dari sebuah usaha (Dewanti et al., 2023; Setiyawati, 2020), termasuk dalam menunjukkan keberadaan yang jelas dari lokasi usaha. Saat ini, Angkringan Sadulur belum terdaftar di Google Maps, sehingga sulit bagi konsumen untuk menemukan lokasi angkringan tersebut. Untuk mengatasi hal ini, kami berencana menambahkan peta lokasi mereka di Google Maps. Dengan adanya peta lokasi, konsumen akan lebih mudah menemukan dan mengakses Angkringan Sadulur, yang pada akhirnya dapat meningkatkan peluang kunjungan dan penjualan.

Telah diketahui dari literatur sebelumnya bahwa program pendampingan telah terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan serta kapasitas UMKM (Ajibulloh, 2020) dan berdampak pada dorongan kinerja UMKM dimana hal ini semakin intens sejak era *new normal* (Farizki et al., 2020). Beberapa pendampingan yang dilakukan juga berfokus pada penguatan manfaat dari penerapan *digital marketing* (Dewanti et al., 2023) maupun *digital entrepreneurship* (Mavilinda et al., 2021), sampai kepada pelatihan bagi kelompok masyarakat tertentu (Sholikhatin et al., 2021). Pola pendampingan untuk ekonomi atau pemasaran digital maupun *e-commerce* dengan kemitraan bersama UMKM banyak dilakukan di beberapa daerah dan berhasil memberikan manfaat bagi mitra seperti peningkatan pengetahuan dalam menggunakan *tools* sederhana (Ajibulloh, 2020), peningkatan kemampuan beradaptasi dalam memanfaatkan *marketplace* (Setiyawati, 2020), sampai kepada peningkatan ekonomi yang dirasakan oleh UMKM (Farizki et al., 2020). Berbagai keberhasilan tersebut diharapkan mampu mendorong program serupa agar dapat terus dikembangkan dan diperluas lagi cakupannya. Selain itu dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak yang berkepentingan akan membantu penguatan sektor UMKM dimasa mendatang.

Tim pendampingan membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra berdasarkan Informasi yang diperoleh dari mitra seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Permasalahan yang dihadapi yaitu UMKM Angkringan Sadulur masih belum menggunakan pemasaran *online* seperti belum adanya penggunaan *marketplace*, peta lokasi penjualan serta penggunaan media sosial yang aktif sebagai media untuk menarik minat pembeli. Tim mencoba memberikan solusi berupa pendampingan dan pembinaan kepada UMKM Angkringan Sadulur dalam pembuatan akun *marketplace*, cara membangun media sosial yang dapat menarik konsumen, pembuatan peta lokasi di Google Maps serta pembuatan video pemasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi pelaku UMKM terkait pemasaran melalui *online* serta pemanfaatannya untuk keberlangsungan usaha. Melalui pendampingan dalam strategi pemasaran *online* yang terencana melalui Instagram, serta layanan *delivery food* dan penambahan lokasi pada Google Maps dapat mendorong Angkringan Sadulur untuk meningkatkan *brand awareness* serta menarik lebih banyak pelanggan potensial. Pada akhirnya kondisi ini akan meningkatkan potensi kesuksesan sebagai UMKM yang berkontribusi pada pengembangan kuliner tradisional di Indonesia dan di Bandung raya secara khusus.

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

Pengabdian ini bertujuan untuk: (1) Memperkenalkan konsep dan manfaat menggunakan aplikasi pesan makanan *online* kepada pelanggan potensial; (2) Mempermudah pelanggan dalam membuat dan mengaktifkan akun pada *platform* pesan makanan *online* yang populer; (3) Meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan melalui tampilan yang menarik pada akun media sosial; dan (4) Mempermudah pelanggan dalam menemukan lokasi Angkringan Sadulur.

## METODE

Teknik yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah *Community Based Research* (CBR). Teknik CBR ini merupakan pendekatan yang fokus pada keterlibatan masyarakat diberbagai level peran dan partisipasi yang bertujuan untuk memberikan dukungan, kekuatan, dan kontribusi aktif dalam proses pemberdayaan untuk mewujudkan nilai yang bermanfaat bagi komunitas itu sendiri. Adapun tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

Tahap pertama yaitu persiapan, sebelum persiapan akan melakukan analisis tentang permasalahan yang dihadapi Angkringan Sadulur. Hal ini sebagai upaya yang dapat mempersiapkan, melaksanakan, dan merumuskan solusi permasalahan yang dihadapi. Pelaksanaan identifikasi masalah dengan menanyakan langsung kepada pemilik usaha. Dengan komunikasi yang baik, pemilik usaha dapat terbuka dalam menjelaskan permasalahan yang terjadi. Tujuannya agar pendampingan yang diberikan tepat dan sesuai dengan yang dihadapi. Kemudian tindak lanjut untuk mempersiapkan bentuk pendampingan. Selanjutnya berkoordinasi dengan pemilik usaha untuk konfirmasi rencana kegiatan pengabdian dengan tujuan untuk penentuan waktu kegiatan.

Tahap kedua yaitu pelaksanaan yang meliputi (1)Edukasi penggunaan aplikasi Shopeefood dan Gofood. Diskusi diadakan guna membantu UMKM di Angkringan Sadulur dalam melakukan pendaftaran di Shopeefood, maka diperlukan diskusi untuk mencari data yang diperlukan seperti identitas pribadi pemilik usaha dan foto produk yang menjadi persyaratan untuk pendaftaran. Pelaksanaan dilakukan langsung di Angkringan Sadulur sehingga dapat berdiskusi dan bertanya tanpa meninggalkan usahanya dengan menyesuaikan waktu yang tepat; (2) PendampinganKegiatan ini menjadi tindak lanjut dari kegiatan yang akan dilaksanakan melalui metode praktik langsung. Diharapkan setelah pengabdian kepada masyarakat dapat diterapkan dengan komprehensif dan kontinyu guna memastikan *marketplace* dan media sosial dijalankan secara mandiri.

Tahap ketiga yaitu monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan secara intensif selama kegiatan berlangsung agar pengabdian kepada masyarakat dapat berhasil dan sesuai rencana. Rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan. Tujuan monitoring dan evaluasi yaitu untuk melihat dampak dan keefektifan pengabdian kepada masyarakat terhadap permasalahan yang terjadi.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Angkringan Sadulur tepatnya berada di Jalan Grand Hotel No.11, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, 40391. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung selama 12 Januari-27 Januari 2024. Adapun pelaksanaan pendampingan dilakukan diwaktu yang tepat (pukul 18.00 - 21.30). Sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM di Lembang, Jawa Barat yang mempunyai kemauan dan kemampuan untuk dilatih mengembangkan aspek pemasaran ditinjau dari penguasaan *marketplace* dan media sosial dalam rangka meningkatkan penjualan. Sasaran dalam kegiatan ini adalah pemilik usaha dan karyawan di Angkringan Sadulur yang berjumlah 6 (enam) orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil kegiatan pengabdian kepada dengan sasaran dalam kegiatan ini adalah pemilik usaha dan karyawan di Angkringan Sadulur yang berjumlah 6 (enam) orang yaitu sebagai berikut:

#### 1. Edukasi mengenai penggunaan aplikasi pesan makanan *online*

Pada awal kegiatan dimulai dengan pengenalan tentang pemasaran *online* melalui *marketplace*, UMKM diberi pemahaman mengenai perkembangan *marketplace* dan dampak penggunaan *marketplace*

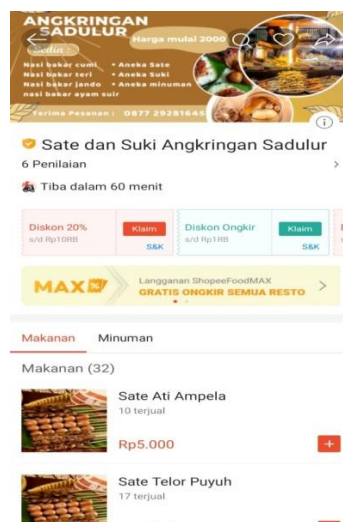
Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan *marketplace* serta media sosial

bagi UMKM. Saat pelaksanaan edukasi, UMKM Angkringan Sadulur aktif mendengarkan informasi yang disampaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) sehingga tersampaikan dengan baik. Hal ini memberikan manfaat bagi UMKM di Angkringan Sadulur dalam menambah pengetahuan dan membuka wawasan mengenai pemasaran *online*. Dari hasil diskusi dengan UMKM di Angkringan Sadulur, proses transaksi yang dilakukan UMKM Angkringan Sadulur terbatas di WhatsApp dan Instagram. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi menjadi penghambat upaya dalam mengembangkan usaha atau bisnis secara *online*. Padahal ada banyak *marketplace* yang telah tersedia yang memudahkan penggunaanya dalam bertransaksi secara *online* seperti Shopee, Tokopedia, Blibli dan masih banyak yang lainnya.

Keunggulan dalam memanfaatkan *marketplace* seperti Shopeefood dan Gofood ini fasilitas yang diberikan sudah lengkap, UMKM hanya memasukkan data usaha dan foto produk. Hal-hal lain seperti menjual produk, menerima pesanan, proses pembayaran, pengiriman, dan *customer service* sudah disediakan sehingga memudahkan UMKM untuk dapat memanfaatkannya semaksimal mungkin. Selain itu, tidak perlu mengeluarkan biaya lebih dalam mempromosikan produk karena layanannya sudah menyediakan.

## 2. Pendampingan pembuatan akun di Shopeefood

Shopeefood adalah sebuah layanan pesan antar makanan secara *online*. Shopeefood memungkinkan pengguna untuk memesan makanan dan minuman dari berbagai tempat makanan di sekitarnya sehingga memudahkan konsumen untuk memesan dari rumah, proses pembayaran yang mudah dan praktis, menghemat waktu, dan menawarkan promo yang menarik untuk konsumen.



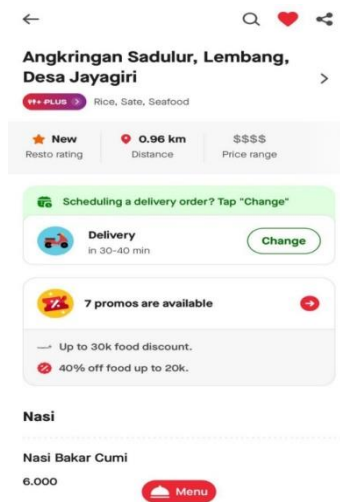
Gambar 1. Akun Shopeefood

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan akun pelaku UMKM yang telah didaftarkan sebagai *seller*. Pada tahap ini para pelaku UMKM telah memiliki akun sebagai Shopee *Partner* secara resmi. dengan alamat link shoope food sebagai berikut: [https://shopee.co.id/universal-link/now-food/shop/21491525?deep\\_and\\_deferred=1&shareChannel=copy\\_link](https://shopee.co.id/universal-link/now-food/shop/21491525?deep_and_deferred=1&shareChannel=copy_link)

## 3. Pendampingan pembuatan akun di Gofood

Untuk pembuatan akun Gofood dimaksudkan untuk mempermudah para pelanggan dalam memesan makanan dan minuman pada Angkringan Sadulur dari rumah. Dalam pembuatan akun gofood telah sampai akhir verifikasi yang memerlukan waktu kurang lebih 2-3 hari kerja.

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

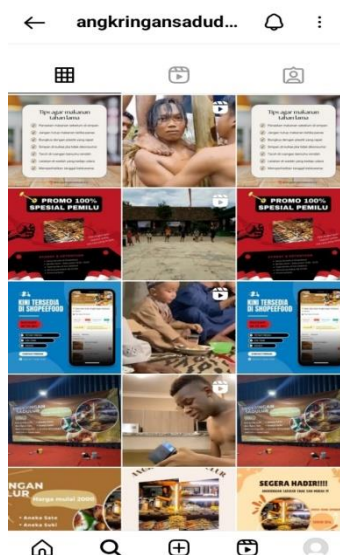


**Gambar 2.** Akun Gofood

#### 4. Mengelola tampilan Instagram

Instagram menjadi sarana yang tepat dalam meningkatkan *brand awareness* bagi pembeli. Mampu menjangkau target konsumen serta mempertahankan rutinitas dalam mempromosikan produknya setiap hari. Keunggulan Instagram yaitu sebagai media promosi, banyak fitur yang menarik untuk dimanfaatkan, dan dapat mengubah Instagram pribadi menjadi Instagram *Business*.

Proses pendampingan dimulai dari pembuatan bio Instagram yang berisi informasi-informasi yang berkaitan dengan produk. Informasi dalam bio tersebut mulai dari identifikasi produk, alamat produk dibuat, dan Linktree yang terhubung dengan kontak WhatsApp, ShopeeFood, dan Gofood untuk mempermudah melakukan pemesanan. Selanjutnya melakukan pendampingan pembuatan konten yang nantinya akan diunggah pada halaman profil utama atau feed instagram dengan pemberian *caption* dan *hashtag* yang relevan terhadap produk dengan *link* instagram yaitu sebagai berikut: <https://www.instagram.com/angkringansadudulur>

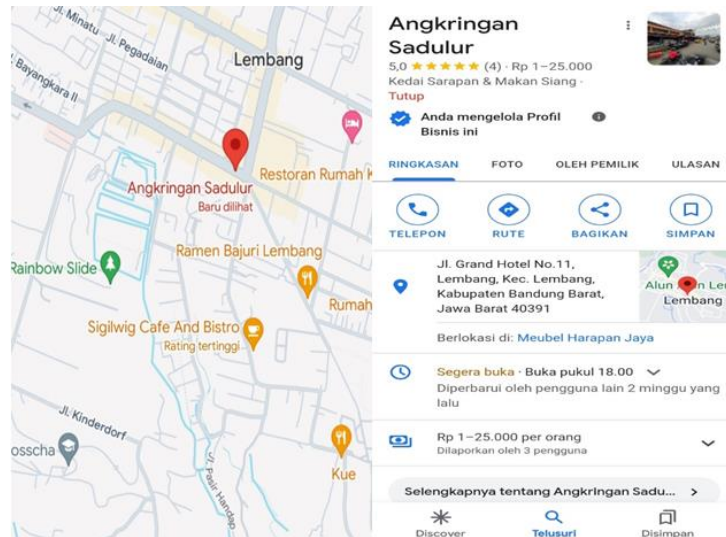


**Gambar 3.** Akun Instagram

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

## 5. Membuat denah lokasi di Google Maps

Kegiatan ini menjadi lanjutan dari kegiatan pembuatan akun Shopeefood dan Gofood, karena UMKM perlu membuat peta lokasi pada Google Maps supaya layanan ojek *online* dapat melihat petunjuk jalan sehingga tidak tersesat. Fitur ini juga dapat diandalkan karena membantu calon pelanggan menemukan lokasi bisnis. Dengan demikian, peluang untuk mendapatkan pelanggan baru meningkat dengan Link Google Maps: <https://maps.app.goo.gl/4obuM3ScWPfBJjXK6>



Gambar 4. Pembuatan alamat google maps

## Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan sebagai pengimplementasian ilmu yang diperoleh pada perkuliahan. Mahasiswa terlibat secara langsung untuk membantu mencari, mengidentifikasi, dan memecahkan permasalahan yang ada. Pada kegiatan ini, tim bekerjasama dengan UMKM Angkringan Sadulur yang berlokasi di Jalan Grand Hotel No. 11, Lembang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung. Angkringan Sadulur merupakan usaha kuliner dengan tenda dan gerobak yang beroperasi dari sore hingga malam hari. Keberadaan Angkringan Sadulur memunculkan kontak sosial dan komunikasi antar pelanggan, dan beberapa komunitas menjadikannya sebagai tempat tongkrongan. Target pasar Angkringan Sadulur yaitu masyarakat kelompok tertentu terutama masyarakat menengah bawah seperti pelajar, mahasiswa, dan karyawan.

Dalam tahap awal terdapat komunikasi dan koordinasi tim pengabdian dengan pihak UMKM. Proses observasi yang dilakukan tim pengabdian bahwa ada beberapa hal yang dievaluasi terutama dalam pemasaran yaitu mitra pengabdian belum terdaftar pada *marketplace* yakni Shopeefood. Selain itu, sudah memiliki media sosial, tetapi belum terkelola dengan maksimal dikarenakan kurangnya manajemen. Menyikapi permasalahan tersebut berinisiatif untuk menyelenggarakan pendampingan, maka dibuat kesepakatan dalam pelaksanaan program pendampingan UMKM.

Tim pendampingan mencoba untuk melakukan pendaftaran akun UMKM pada *marketplace* Shopeefood agar terdaftar menjadi Shopee *Partner*. Adapun langkah yang dilakukan yaitu :

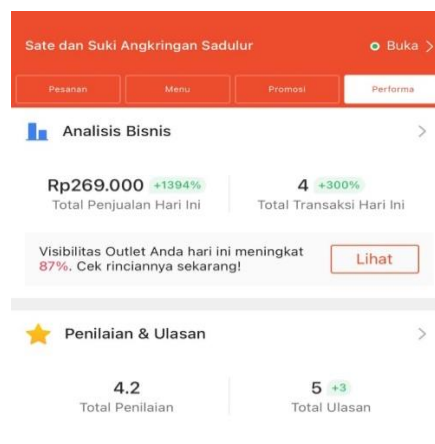
1. Membuka aplikasi Shopee *Partner* yang sudah didownload
2. Masuk menggunakan SMS, lalu memasukkan nomor handphone
3. Memasukkan kode OTP melalui nomor handphone
4. Memulai aktivasi karena tipe usaha yang dimiliki yaitu usaha perseorangan
5. Memilih tipe bisnis makanan, melengkapi data kemudian kirim
6. Melakukan aktivasi dengan mengirim foto KTP dan verifikasi wajah
7. Melengkapi informasi nomor handphone, alamat email, kategori merchant, dan rata-rata pendapatan

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

8. Kemudian akan muncul informasi toko, mengisi seluruh data mengenai toko atau UMKM seperti foto tempat usaha
9. Mengisi informasi rekening bank seperti nama bank, nomor rekening, nama pemegang rekening dan alamat email. Kemudian konfirmasi dan pilih centang Shopeefood pada layanan yang dipilih.

Informasi yang dimasukan merupakan data pemilik UMKM sehingga pada proses ini dilakukan pendampingan oleh tim. Setelah pendaftaran akun selesai, selanjutnya memasukan menu, daftar harga serta promo yang ada pada akun Shopeefood yang telah dibuat. Proses selanjutnya yaitu verifikasi akun shoope food. Setelah proses pengajuan selesai, Shopeefood sudah dapat digunakan pada akun Shopeefood menggunakan nama usaha Sate dan Suki Angkringan Sadulur dan akan muncul pada pencarian dengan *keyword* "Angkringan Lembang". Shopeefood tersedia pada jam operasional yakni 18.00-23.00, untuk hari buka dari Senin hingga Sabtu sehingga jika melakukan *order* sebelum jam tersebut masih ditutup. Adapun promo yang ditawarkan pada Shopeefood berupa diskon sebesar 20% dan gratis ongkos pengiriman. Selain itu, bisa transaksi secara digital maupun *cash on delivery* (COD).

Semua rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan telah memenuhi setidaknya 2 (dua) aspek dari tolak ukur keberhasilan kegiatan. Adapun tolak ukur yang telah terpenuhi diantaranya semua pemilik usaha dan karyawan di Angkringan Sadulur telah mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir dan Angkringan Sadulur sudah mandiri melayani pemesanan melalui Shopeefood.



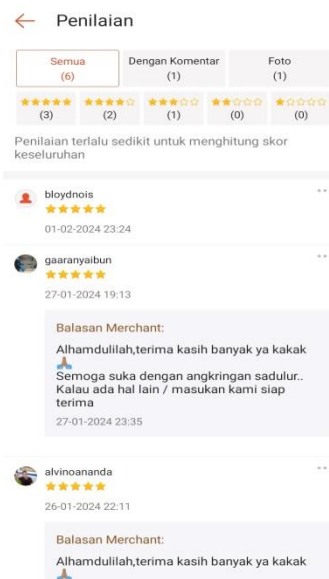
**Gambar 4.** Performa Akun Shopeefood

Setelah kegiatan pendampingan oleh tim ini dilakukan, dipastikan bahwa akun Shopeefood telah aktif. Kemudian diketahui bersama bahwa muncul pesanan masuk sebanyak 6 kali. Selain itu, pendapatan penjualan menjadi bertambah sebesar Rp.269.000 melalui aplikasi Shopeefood. Maka uang hasil dari penjualan melalui aplikasi Shopeefood akan masuk ke dalam rekening pihak Shopeefood sehingga menunggu 3 (tiga) hari untuk pencairan dana.

Pada Shopeefood memiliki fitur ulasan, dimana berisi ulasan positif dari pembeli di Angkringan Sadulur, maka pembeli merasa puas atas pelayanan pada Shopeefood sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil membantu Angkringan Sadulur memasarkan produknya secara *online* (Gambar 6). Selain itu, manfaat ulasan positif bagi UMKM dapat membuat minat pembeli menjadi tinggi untuk melakukan pembelian ulang dan mempermudah pembeli lain untuk mengetahui informasi tentang kualitas resto yang menjadi *partner* Shopeefood. Tim pelaksana dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga melakukan pendampingan dalam pembuatan akun Gofood untuk memudahkan konsumen melakukan pemesanan secara jarak jauh. Pendaftaran akun Gofood menggunakan Gobiz yaitu aplikasi untuk pelaku usaha mengembangkan bisnisnya dibidang kuliner.

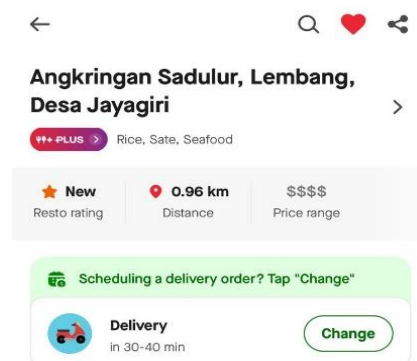
Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial





Gambar 6. Ulasan pembeli di ShopeeFood

Nama akun UMKM yang didaftarkan yaitu dengan nama Angkringan Sadulur, Lembang, Desa Jayagiri agar memudahkan pada saat pencarian. Setelah pendaftaran dengan mengisi semua informasi berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik UMKM, kemudian menunggu verifikasi dari pihak Gojek.

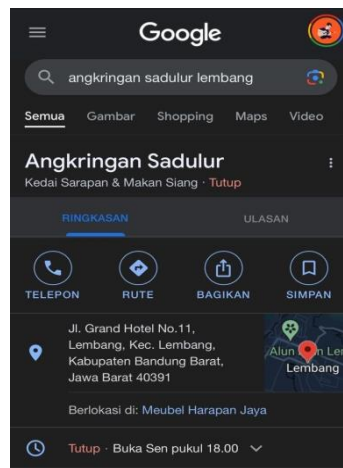


Gambar 7. Akun Gofood

Manfaat membuat akun Gofood yaitu jangkauan pasar menjadi lebih banyak karena menjangkau pada berbagai *marketplace* sehingga kesempatan menjual produk semakin besar, pembeli juga dapat memakai aplikasi yang biasa dan nyaman dipakai untuk pemesanan *online*. Selain itu, membandingkan diskon yang ditawarkan antara Gofood dan ShopeeFood sehingga pembeli dapat mencari diskon atau promo yang besar.

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pendampingan untuk membuat Google Maps yang dapat memudahkan agar bisnis ditemukan oleh calon konsumen. Google Maps sendiri merupakan salah satu layanan Google Bisnis yang memuat berbagai informasi mulai dari nama usaha, lokasi usaha, alamat, akun email, nomor telepon, website sampai *review*. Adanya Google Maps ini dapat menjadi penunjuk jalan, menarik minat dan kepercayaan calon konsumen, promosi dan meningkatkan penjualan karena adanya *review* atau ulasan. UMKM Angkringan Sadulur belum menggunakan Google Maps sebagai strategi pemasarannya sehingga dibuat pendampingan untuk pembuatan Google Maps.

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial



**Gambar 8.** Google Maps Angkringan Sedulur

Pendampingan yang dilakukan untuk membantu menempatkan lokasi di Google Maps mencakup pengumpulan data yang akurat dan terbaru. Selanjutnya, pendampingan meliputi panduan dalam proses pembuatan akun dan pengisian data yang diperlukan untuk peta lokasi. Google Maps telah menjadi alat yang penting bagi UMKM untuk meningkatkan kredibilitas di dunia digital. Melalui kegiatan pendampingan ini, Angkringan Sadulur didorong untuk mengelola dan memverifikasi informasi bisnis mereka di Google Maps. Selain itu, fitur ulasan di Google Maps memberikan keuntungan dengan meningkatkan popularitas dan menyediakan testimoni yang meyakinkan bagi calon pelanggan Angkringan Sadulur. Gambar 8 menunjukkan ulasan map tentang Angkringan Sadulur yang ada di Google Maps.

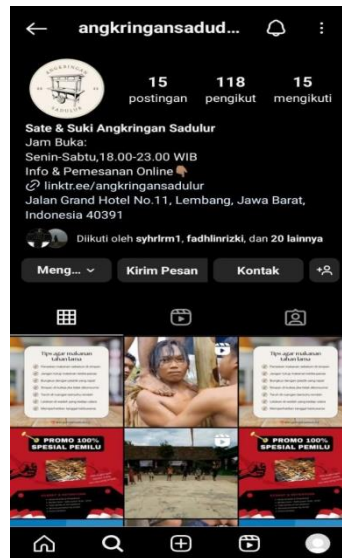
Kegiatan pendampingan juga dilakukan pada media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran UMKM Angkringan Sadulur. Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati saat ini sehingga dapat digunakan sebagai media penjualan dan menarik minat konsumen. Pengelolaan instagram Angkringan Sadulur belum terkelola secara maksimal sehingga tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) mencoba untuk memperbaikinya dengan pembuatan bio Instagram mulai dari identifikasi produk, alamat produk dibuat, dan penggunaan Linktree yang terhubung dengan kontak WhatsApp, Shopeefood, dan Gofood untuk mempermudah konsumen melakukan pemesanan.



**Gambar 9.** Instagram Angkringan Sedulur

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

Pada bio Instagram berisi jam operasional, alamat usaha, dan Linktree yang terhubung dengan ShopeeFood dan WhatsApp. Kemudian, membuat konten Instagram mengenai informasi produk dan konten-konten yang menarik berupa foto maupun video pada feed Instagram dengan penambahan caption yang unik, utamakan visual pada konten yang menarik, aktif membalas komentar audiens, dan memaksimalkan penggunaan hashtag yang berkaitan dengan produk agar audiens menemukan konten yang yang dibutuhkan seperti #angkringansadulur #kulinerbandung.



Gambar 10. Konten Instagram Angkringan Sedulur

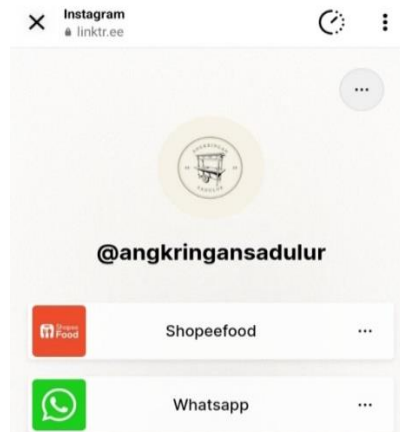
Terdapat beberapa konten yang dibuat saat pendampingan berlangsung yaitu membuat tips atau strategi yang relevan dan informatif agar menambah pengetahuan dan kedekatan untuk *followers* Instagram Angkringan Sadulur, mengumumkan diskon atau promosi pada hari tertentu, dan sebagainya. Kemajuan Instagram Angkringan Sadulur menjadi semakin lebih kreatif dan beragam dalam membuat konten promosi dengan memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran. Selain itu, membuat konten yang sedang *trend* pada media sosial, serta memanfaatkan fitur yang terdapat pada aplikasi Canva untuk mengedit konten yang akan diunggah di Instagram.



Gambar 11. Contoh Konten Instagram Angkringan Sedulur

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

Gambar tentang foto sebagai konten tersebut bertujuan memperkenalkan layanan terbaru yang ada pada Shopeefood. Konten yang telah dibuat dan disampaikan melalui media sosial bersifat mengajak *followers* untuk datang ke Angkringan Sadulur yang ada di Jalan Grand Hotel No.11, Lembang. Keberadaan dari akun Instagram membuat Shopeefood Angkringan Sadulur memungkinkan dapat dijangkau audiens secara luas.



**Gambar 12.** Linktree yang ada di bio Instagram

Linktree adalah layanan yang membuat aktivitas berbagi link pada satu halaman website sehingga pengguna dapat lebih cepat mengakses *platform* dengan menggunakan link utama. Linktree ini diletakkan pada bio Instagram Angkringan Sadulur, nantinya pembeli akan melihat *platform* tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil memberikan edukasi mengenai manfaat aplikasi pesan makanan *online* serta membantu membuatkan akun Shopeefood dan Gofood hingga aktif. Pihak Angkringan Sadulur menunjukkan kemudahan dalam mengikuti arahan pengoperasian aplikasi tersebut. Selain itu, Angkringan Sadulur merasakan manfaat dari peningkatan tampilan *feeds* yang terdapat pada Instagram yang lebih menarik dengan memanfaatkan fitur-fitur terkini. Pembuatan peta lokasi pada Google Maps membantu mengatasi masalah kesulitan menemukan lokasi angkringan sebelumnya. Program ini secara keseluruhan telah memberikan dampak positif bagi keberlangsungan dan perkembangan Angkringan Sadulur dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada pihak yang terlibat dalam pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian yaitu pemilik usaha dan karyawan di Angkringan Sadulur yang berjumlah 6 (enam) orang.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, I., Bin Ajis, M. N., & Pradesa, H. A. (2021). Entrepreneur's perceived risk and risk-taking behavior in the small-sized creative businesses of tourism sector during COVID-19 pandemic. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 187. <https://doi.org/10.31106/jema.v18i2.12563>
- Ajibulloh, A. A. (2020). Pemanfaatan Microsoft Powerpoint Sebagai Solusi Strategi Visual Digital Marketing Untuk Umkm di Masa Pandemi. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(November), 474–478.
- Dewanti, R. A., Marseto, M., & Nisa, F. L. (2023). Penerapan Konsep Digital Marketing Menuju Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Desa Ngepoh Kabupaten Probolinggo. *SELAPARANG: Jurnal*

Pendampingan usaha mikro kecil dan menengah angkringan sadulur dengan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace serta media sosial

- Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 2018–2025.
- Farizki, F. I., Salamah, R., Mutiah, T. S. R., Wardhani, W. K., & Siddi, P. (2020). Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 620. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3374>
- Fauzi, A. A., & Sheng, M. L. (2020). The digitalization of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs): An institutional theory perspective. *Journal of Small Business Management*, 00(00), 1–26. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1745536>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiwaty, N., & Daud, I. (2021). Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan “Digital Entrepreneurship” Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 627–635. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6156>
- Nugroho, A. B., Ravenska, N., & Zulvia, P. (2021). Lifestyle Patterns During the Covid-19 Pandemic. *Proceedings of the 2nd International Conference on Administration Science 2020 (ICAS 2020)*, 78–82. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210629.015>
- Setiyawati, N. (2020). Marketplace Larisumkm.Com Sebagai Alat Peningkatan Promosi Umkm Di Kota Salatiga. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 696. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3376>
- Sholikhatin, S. A., Fitriyaningsih, W., & Dhiyaulhaq, S. (2021). Pelatihan Digital Marketing bagi Anggota Nasyiatul Aisyiyah Purbalingga dalam Menghadapi Era Pasar Global dan Pengembangan Industri Kreatif. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 849–854. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i3.5395>
- Wijayanti, R., Ravenska, N., & Nugroho, A. (2022). Business Model Innovation with Design Thinking Approach at Bumdes Pagerwangi. *Proceedings of the Third International Conference Administration Science, ICAS 2021*. <https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315259>
- Zulvia, P., & Harahap, A. S. (2023). Advokasi Digitalisasi Desa Dalam Pengembangan Potensi Desa Cibodas Lembang Sebagai Desa Digital. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 518–525. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2501>