

## PENDAMPINGAN PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI GOBIZ DAN GRAB MERCHANT PADA UMKM KEDAI DAPUR SILVI

**Riski Eko Ardianto<sup>1</sup>, Rika Nurhidayah<sup>2</sup>, Wachid Hasyim<sup>3</sup>, Muhadar Puteh<sup>4</sup>,  
Agung Yanness<sup>5</sup>**

<sup>1,3,4,5</sup> Universitas Pelita Bangsa, <sup>2</sup>Universitas Tangerang Raya

[riskiekoardianto@pelitabangsa.ac.id](mailto:riskiekoardianto@pelitabangsa.ac.id)

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, serta keterbatasan modal dan infrastruktur. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM melalui pelatihan pemanfaatan aplikasi Gobiz dan Grab Merchant pada UMKM Kedai Dapur Silvi. Metode pelaksanaan meliputi survei awal, wawancara, pendampingan pembuatan akun, simulasi transaksi, serta pelatihan strategi digital marketing sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan rata-rata transaksi harian dari 8 transaksi sebelum pelatihan menjadi 12 transaksi setelah implementasi aplikasi, atau mengalami kenaikan sebesar 50% dalam dua minggu. Selain itu, sistem pencatatan penjualan menjadi lebih efisien dan visibilitas usaha meningkat melalui promosi digital. Namun, keterbatasan infrastruktur internet dan modal usaha masih menjadi kendala utama. Dengan demikian, program ini terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM di era digital, meskipun dibutuhkan pendampingan berkelanjutan serta dukungan modal dan infrastruktur agar dampaknya lebih optimal.

**Kata kunci:** UMKM, Digitalisasi, Pelatihan.

### PENDAHULUAN

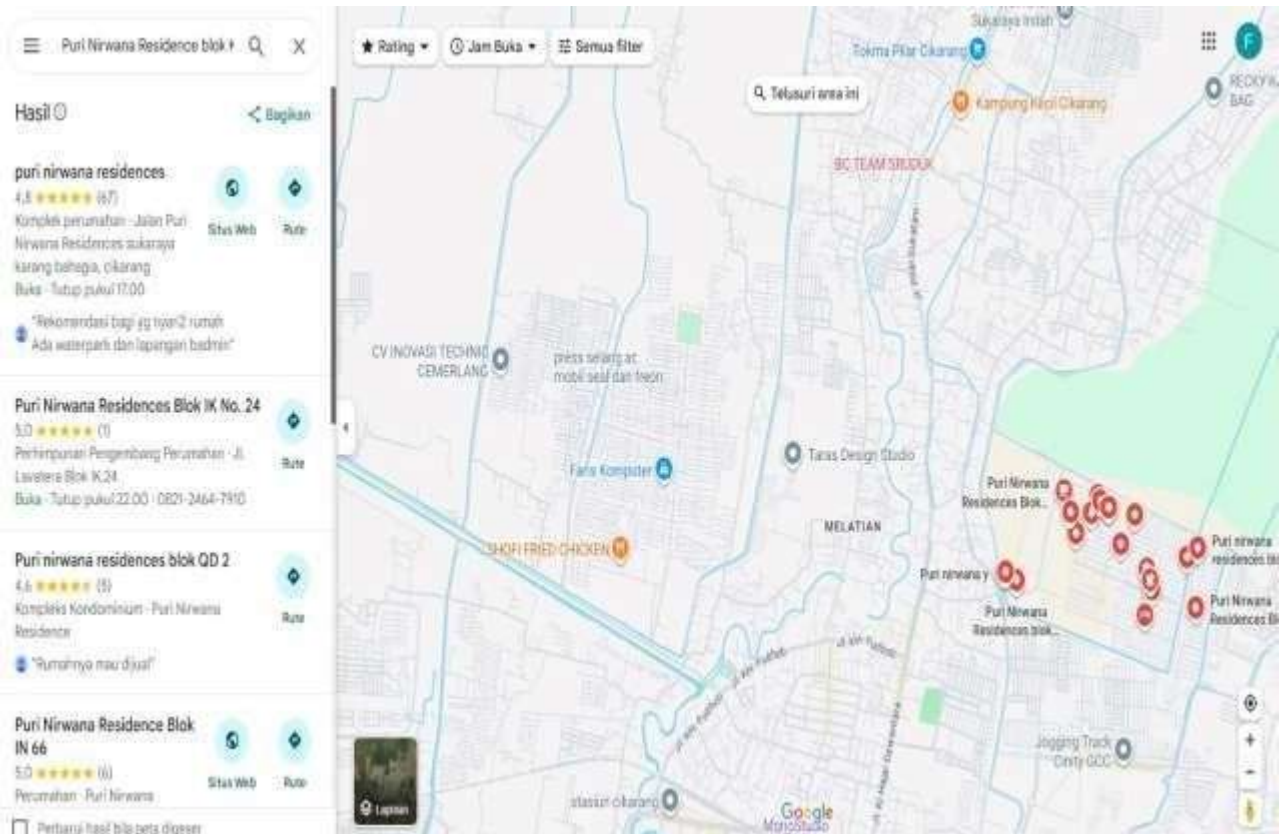
Usaha kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian, namun banyak tantangan yang perlu dihadapi dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan menjangkau basis pelanggan yang lebih luas. UMKM menghadapi tantangan akses pasar yang terbatas karena kurangnya anggaran, serta rendahnya visibilitas produk mereka. Mereka juga terbatas dalam pengetahuan tentang promosi online dan bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya lebih besar. Kendala modal dan infrastruktur juga menjadi salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam mengembangkan operasional mereka (Pangesa et al., 2025).

Pelatihan digital marketing bagi UMKM memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kapasitas bisnis mereka. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat menjangkau basis pelanggan yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan mengoptimalkan biaya promosi (Yuniar et al., 2024).

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada format pelatihan bagi UMKM atau usaha kecil menengah biasanya melibatkan beberapa aspek penting untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja para pelaku usaha tersebut. Contoh kegiatan pelatihan yaitu: Manajemen Bisnis, Digital Marketing, Strategi E-Commerce, Keuangan dan Akuntansi, Keterampilan

Teknis, Kewirausahaan. Dengan demikian, Kegiatan pengabdian ini focus pada meningkatkan kemampuan dan kinerja UMKM melalui pelatihan yang komprehensif dan spesifik untuk industri kecil menengah.

**Gambar 1.** Peta Lokasi Penelitian



Dalam pengabdian ini tim memilih UMKM di Perumahan Puri Nirwana residence blok KH.11 untuk melakukan program pelatihan pemanfaatan aplikasi Digital seperti Gobiz dan Grab Merchant.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UMKM Kedai Dapur Silvi dalam upaya digitalisasi. Permasalahan ini mencakup berbagai aspek yang mempengaruhi kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Berikut adalah permasalahan-permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini:

#### 1. Kurangnya Keterampilan Digital

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pemilik UMKM, terutama yang berusia lebih tua, adalah kurangnya keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Banyak dari mereka tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang cara memanfaatkan aplikasi digital untuk pemasaran dan operasional usaha sehari-hari. Hal ini menyebabkan rendahnya efisiensi operasional dan kesulitan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa

pelatihan dan pendampingan diperlukan untuk meningkatkan keterampilan digital pemilik UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi secara optimal.

2. Pemahaman Terhadap Pemasaran Digital

Meskipun digitalisasi menawarkan banyak peluang, banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami konsep dan strategi pemasaran digital (Kusuma et al., 2022). Tanpa pemahaman yang cukup tentang bagaimana memanfaatkan platform seperti media sosial dan e-commerce, UMKM kesulitan untuk menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan mereka. Dalam konteks Kedai Dapur Silvi, sosialisasi mengenai strategi pemasaran digital menjadi sangat penting agar pemilik usaha dapat memahami cara-cara efektif untuk mempromosikan produk mereka secara online.

3. Akses ke Teknologi dan Infrastruktur

Banyak UMKM di Cikarang, termasuk Kedai Dapur Silvi, menghadapi kendala dalam akses terhadap teknologi yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara digital. Ini termasuk keterbatasan dalam hal perangkat keras, koneksi internet yang tidak stabil, serta kurangnya dukungan dari pemerintah atau lembaga lain dalam menyediakan infrastruktur yang mendukung digitalisasi. Keterbatasan ini menghambat kemampuan UMKM untuk beroperasi secara efisien dan mengadopsi teknologi baru.

Tujuan Program pelatihan ini untuk membantu UMKM memperoleh wawasan dan keahlian dalam membuat dan mengelola digital marketing mulai dari promosi hingga pemasaran secara online, sehingga mereka dapat bersaing lebih efektif di pasar modern.

## **METODE**

Dalam penelitian ini, metodologi yang digunakan bertujuan untuk mengeksplorasi transformasi ekonomi digital guna meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM, khususnya Kedai Dapur Silvi. Tahap pertama adalah penentuan tujuan penelitian, yang berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM dalam teknologi digital serta identifikasi tantangan yang dihadapi dalam digitalisasi. Selanjutnya, dilakukan survei lokasi untuk memahami kondisi operasional Kedai dapur Silvi melalui observasi langsung dan pengumpulan data terkait fasilitas dan infrastruktur yang ada. Setelah itu, wawancara dengan pemilik UMKM dilakukan untuk menggali tantangan dan harapan mereka terhadap digitalisasi. Dengan informasi tersebut, langkah berikutnya adalah pengenalan aplikasi pembayaran digital, yang penting untuk efisiensi transaksi, diikuti dengan sosialisasi digital marketing untuk meningkatkan visibilitas produk melalui media sosial dan platform e-commerce. Kemudian, pembuatan akun di Grab Merchant dan Gobiz dilakukan agar pelanggan dapat memesan dengan mudah. Setelah semua persiapan, implementasi strategi pemasaran digital dilaksanakan dengan meluncurkan kampanye di berbagai platform dan memantau hasilnya. Tahap akhir adalah

evaluasi dan monitoring untuk menilai keberhasilan program melalui pengumpulan data penjualan dan survei kepuasan pelanggan (Oktavia & Indarwati, 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal, pemilik usaha diperkenalkan dengan aplikasi Gobiz dan Grab Merchant serta didampingi dalam proses pembuatan akun, pengaturan menu, hingga aktivasi sistem pembayaran digital. Selanjutnya, dilakukan simulasi transaksi pemesanan secara langsung melalui GrabFood untuk memastikan fitur aplikasi berjalan dengan baik. Hasil observasi menunjukkan bahwa pemilik UMKM dapat mengoperasikan aplikasi dengan mandiri setelah sesi pendampingan kedua.

Dari sisi pemasaran, pelatihan difokuskan pada pembuatan konten promosi sederhana yang dipublikasikan melalui media sosial dan terhubung dengan platform Grab Merchant. Hal ini meningkatkan kepercayaan diri pemilik usaha dalam menggunakan strategi digital marketing. Selain itu, pelatihan juga mencakup aspek manajemen keuangan sederhana, di mana laporan penjualan harian dapat diakses secara otomatis melalui aplikasi. Sistem ini dianggap lebih efisien dibandingkan metode pencatatan manual yang selama ini digunakan.

Evaluasi awal yang dilakukan selama dua minggu setelah implementasi menunjukkan adanya peningkatan transaksi. Sebelum menggunakan aplikasi digital, Kedai Dapur Silvi rata-rata hanya menerima pesanan secara langsung dari pelanggan sekitar. Setelah menggunakan Grab Merchant, jumlah pesanan meningkat dengan variasi konsumen yang lebih luas.

Data perbandingan ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Perbandingan Jumlah Transaksi Sebelum dan Sesudah Pelatihan

| Periode                      | Rata-rata Jumlah Transaksi per Hari | Total Transaksi (14 Hari) | Persentase Kenaikan |
|------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------|
| Sebelum Menggunakan Aplikasi | 8 transaksi                         | 112 transaksi             | -                   |
| Sesudah Menggunakan Aplikasi | 12 transaksi                        | 168 transaksi             | 50%                 |

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 1, terlihat adanya kenaikan transaksi sebesar 50% setelah penerapan aplikasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi melalui platform Grab Merchant dan Gobiz mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas akses pasar. Peningkatan jumlah transaksi juga berdampak pada omzet harian yang lebih tinggi, meskipun masih terbatas pada kapasitas produksi yang dimiliki UMKM.

Hasil ini konsisten dengan penelitian (Yuniar et al., 2024) yang menegaskan bahwa pelatihan digital marketing berkontribusi langsung terhadap peningkatan penjualan dan jangkauan konsumen. Selain itu, efisiensi pencatatan transaksi melalui fitur laporan penjualan di aplikasi mendukung temuan (Oktavia & Indarwati, 2023) mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan manajemen operasional UMKM.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur berupa akses internet yang kurang stabil di lokasi usaha, serta keterbatasan modal untuk meningkatkan kapasitas produksi agar dapat memenuhi peningkatan permintaan. Kendala ini sejalan dengan hasil penelitian (Pangesa et al., 2025) yang menyebutkan bahwa faktor modal dan infrastruktur menjadi hambatan utama dalam digitalisasi UMKM.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan pemilik UMKM dalam memanfaatkan aplikasi digital, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan efisiensi manajemen usaha. Implikasi dari hasil kegiatan ini adalah perlunya pendampingan berkelanjutan dan dukungan modal agar dampak positif digitalisasi UMKM dapat lebih maksimal dan berkelanjutan.

## SIMPULAN

Pelaksanaan program pelatihan pemanfaatan aplikasi Gobiz dan Grab Merchant pada UMKM Kedai Dapur Silvi berhasil meningkatkan literasi digital, manajemen usaha, serta memperluas akses pasar. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan jumlah transaksi sebesar 50% dalam dua minggu setelah implementasi aplikasi, yang menandakan digitalisasi mampu memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan usaha. Selain itu, penggunaan aplikasi juga mempermudah pencatatan transaksi dan pelaporan keuangan, sehingga meningkatkan efisiensi operasional.

Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi kendala berupa keterbatasan infrastruktur internet dan modal usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan serta dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, lembaga keuangan, maupun komunitas bisnis, untuk membantu UMKM beradaptasi dengan ekosistem digital secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kapasitas UMKM dalam era digitalisasi, dan dapat dijadikan model implementasi pelatihan berbasis aplikasi digital untuk UMKM di wilayah lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusuma, U. W., Berry, Y., & Hastuti, I. P. (2022). Sosialisasi Dan Pelatihan Digital Marketing Melalui Platfrom Aplikasi. *Jurnal An-Nizam: Jurnal Bakti Bagi Bangsa*, 01, 36–45. file:///C:/Users/User/Downloads/3536-Article Text-11092-1-10-20220728-1.pdf
- Oktavia, D. D., & Indarwati, P. (2023). Pendampingan UMKM Dalam Memanfaatkan Aplikasi Gobiz Sebagai Sarana Pemasaran Digital. *BERDAYA EKONOMI: Jurnal*

*Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–10.

<https://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/PkM/article/view/190%0Ahttps://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/PkM/article/download/190/118>

Pangesa, L., Olivia, Gregorius Winarta, A., Muhamad Farkhan Aziz, & Setiawan, B.

(2025). Implementasi Strategi Pendampingan UMKM untuk Meningkatkan Promosi dan Visibilitas Usaha Kedai Bakso Budi Trimo Luwong. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(3), 10. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i3.4208>

Yuniar, A., Tampubolon, S. P. C., Firmansyah, G., & Kartika, D. S. Y. (2024).

Peningkatan Visibilitas dan Pemasaran UMKM Batik Mojangi melalui Digitalisasi dan Penguatan Identitas Brand. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri*, 2(2), 356–363.