

## **STRATEGI ONLINE MARKETING BERSAMA GRAB DAN GO-BIZZ BAGI UMKM DI SURABAYA**

**Rika Rahayu, Maratus Zahro, Dewi Maryam**

STIESIA Surabaya

*rikarahayu@stiesia.ac.idmailto:penulis@email.ac.id*

### **Abstract**

The government has made maximum efforts and is fully committed to overcoming poverty and prospering the people through entrepreneurship development programs through training activities. The main reason why independent business training needs to be done is because Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have the potential to stabilize the economy through online marketing strategies. Training and facilitation of independent business incubation facilitation activities are carried out to increase the empowerment of MSMEs in order to increase their business or motivate them to continue their business. MSMEs in Bubutan District started to improve MSME performance with the MSME implementation method in Bubutan District, Surabaya City. The material given to MSMEs consisted of: Joint Marketing of Grab and Gojek for MSMEs in Bubutan District. The last stage of this training is monitoring and evaluation with representative results, namely, MSMEs through the Go-bizz application by emphasizing the quality of packaging and product label design, as well as culinary business ethics have implemented online marketing by registering at GRABFOOD and Go-bizz for MSME handicrafts has have unique and innovative packaging as well as food and beverage.

*Keywords: Marketing Online, Grabfood, Go-bizz, Product Design*

### **Abstrak**

Dalam mengatasi kemiskinan dan mensejahterahkan rakyat melalui program pengembangan kewirausahaan melalui kegiatan pelatihan, pemerintah telah berupaya maksimal dan berkomitmen penuh. Alasan utama mengapa pelatihan usaha mandiri perlu dilakukan adalah karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk menstabilkan perekonomian melalui strategi marketing online. Pelatihan dan pendampingan kegiatan fasilitasi inkubasi usaha mandiri dilakukan untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM agar dapat meningkatkan usahanya atau memotivasi untuk meneruskan usaha. UMKM di Kecamatan Bubutan memulai peningkatan kinerja UMKM dengan metode pelaksanaan yang UMKM di Kecamatan Bubutan Kota Surabaya. Materi yang diberikan pada UMKM terdiri atas: Pemasaran Bersama Grab dan Gojek bagi UMKM Kecamatan Bubutan. Tahap terakhir pada pelatihan ini adalah monitoring dan evaluasi dengan hasil perwakilan yaitu, UMKM melalui aplikasi Go-bizz dengan menekankan pada etika bisnis, kualitas kemasan serta desain label produk kuliner telah melaksanakan pemasaran online dengan mendaftar di GRABFOOD dan Go-bizz bagi UMKM handycraft telah memiliki kemasan yang unik dan inovatif serta makanan dan minuman..

*Kata kunci: marketing online, Grabfood, Go-bizz, Desain produk.*

## PENDAHULUAN

Tujuan pemberdayaan UMKM adalah untuk meningkatkan kedudukan dan peran UMKM di berbagai bidang kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, meningkatkan peran UMKM sebagai pengambil keputusan dalam mewujudkan kualitas peran kemandirian organisasi UMKM, serta untuk mengembangkan usaha pemberdayaan UMKM, kesejahteraan keluarga dan masyarakat serta perlindungan anak. Selain itu salah satu cara efektif dalam meningkatkan produktivitas Indonesia adalah melalui pemberdayaan UMKM. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) melihat kontribusi sektor UMKM mengalami peningkatan dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dan sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir (Kemenperin, 2016).

Dalam mengatasi kemiskinan dan mensejahterahkan rakyat melalui program pengembangan kewirausahaan melalui kegiatan pelatihan, pemerintah telah berupaya maksimal dan berkomitmen. Salah satu pola kegiatan pelatihan tak terlepas dari yang ada di kehidupan sehari-hari sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki oleh para UMKM. Seiring dengan berjalannya waktu kegiatan yang mengacu pada kesejahteraan terutama oleh pelaku usaha yang memiliki potensi dasar untuk peningkatan taraf hidup bagi keluarga. Maryani, et.al (2020) mengemukakan berkenaan dengan sektor seperti, pariwisata dan industri kuliner, transportasi sangat erat hubungannya dengan UMKM terkena dampak akibat pandemi.

Dalam pengelolaan sumber daya ekonomi yang sangat penting untuk terus dikembangkan. Pada UMKM memiliki peran yang sama dalam memajukan dan mendukung ekonomi keluarga. Menurut para ahli, pelatihan agar hal tersebut dapat berkembang dengan baik, proses penjagaan atau perawatan sesuatu hal dengan kondisi tertentu. Sedangkan pelatihan bisnis merupakan pada umumnya jenis usahanya adalah usaha yang baru dan berada dalam skala kecil dan proses pengembangan bisnis dalam periode tertentu. Rangkaian program pelatihan dan pendampingan kegiatan fasilitasi pelatihan. Pelatihan ini bertujuan untuk memantau pertumbuhan dan prospek sebuah usaha baru atau usaha yang sudah dijalankan. Schlechtendahl, et. Al., (2015) menjelaskan kepada unsur kecepatan dari ketersediaan informasi, seluruh entitasnya selalu terhubung dan mampu berbagi informasi satu dengan yang lain yaitu pada sebuah lingkungan industri.

Pertemuan tahap awal pelatihan terkait pemasaran melalui GRAB, dilanjutkan pemasaran online melalui GoJek, desain kemasan dan produk dan etika bisnis. Seorang peserta pelatihan dituntut untuk mampu mengelola produk tersebut dan memiliki nilai jual sehingga mampu menjadi penopang dalam perekonomian. Minat dan bakat yang dimiliki menggambarkan kemampuan dasar bagi para UMKM peserta pelatihan untuk melakukan pengembangan produk yang dipilih hingga ke tangan pihak ketiga atau konsumen. Slamet, et al., (2016) mengemukakan, kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis UMKM didorong dan dipermudah dalam menghadapi perubahan yang terjadi dan digitalisasi, kemudahan akses dan melakukan

transfer teknologi telah ditingkatkan oleh pemerintah.

Alasan utama mengapa pelatihan usaha mandiri perlu dilakukan adalah karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk menstabilkan perekonomian. Pelatihan dan pendampingan kegiatan fasilitasi inkubasi usaha mandiri dilakukan oleh tim pengabdian untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM agar dapat meningkatkan usahanya atau memotivasi untuk meneruskan usaha. Permasalahan umum yang terjadi pada usaha imeneruskan usaha adalah (1) akses pendanaan yang terbatas; (2) produk kurang kompetitif dan inovatif; (3) kurangnya akses bahan baku dan pasar. Untuk mengatasi masalah tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu pelatihan, konsultasi manajemen, konsultasi teknis produksi, pendampingan pembukuan dan bisnis plan, fasilitas promosi dan pemasaran, serta fasilitas pembiayaan.

Keterampilan yang diberikan menjadi katalisator bagi kegiatan-kegiatan inkubasi sebelumnya sehingga mampu meningkatkan wawasan yang tepat guna bagi pendistribusian produk akhir yang bermanfaat. Oleh sebab itu, kegiatan inkubasi ini menjadi lebih aktif karena UMKM juga memiliki keterampilan diawal sehingga hanya tinggal pengembangannya saja. Fokus untuk program pelatihan adalah terkait dengan bidang pemasaran new entrant, pemasaran dengan GRAB dan pembukuan serta kemasan. Hal ini akan menunjang barang atau jasa bisa sampai end user atau konsumen. Penelitian Deloitte Access Economics (2015) menyatakan bahwa konsumen semakin terbiasa mengambil keputusan berdasarkan konten digital dan melakukan online dalam pembelian barang.

Sasaran pengembangan pelatihan diantaranya; (1) Penguatan kapasitas usaha pemula yang berdaya saing tinggi dan penumbuhan usaha baru; (2) Berdaya saing tinggi dan penciptaan dan penumbuhan usaha baru yang mempunyai nilai ekonomi; (3) Melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat meningkatkan nilai tambah pengelolaan potensi ekonomi; (4) Peningkatan aksesibilitas wirausahawan atau calon wirausahawan untuk mengikuti program inkubasi; (5) Untuk memperkuat kompetensi inkubator usaha mandiri dilakukan peningkatan kemampuan dan keahlian pengelola inkubator usaha mandiri; (6) Untuk memperkuat akses sumber daya manusia, kelembagaan, permodalan, pasar, informasi, dan teknologi dilakukan pengembangan jejaring.

Permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Bubutan antara lain strategi pemasaran produk yang belum banyak diketahui publik dan perancangan label produk dan kemasan yang menarik bagi konsumen. Pemasaran online sangat menguntungkan bagi UMKM karena jaringan internet yang luas dapat menemukan banyak pelanggan. Peluang bisnis online ini sangat besar. Dengan strategi pemasaran online, pengusaha dapat mengetahui apa yang mereka butuhkan untuk produk UMKM. Strategi pemasaran online juga dapat meningkatkan branding produk, dan UMKM ada di mana-mana, menjadikannya lebih profesional dan kuat.

Keunggulan lainnya adalah kemudahan komunikasi antara penjual dan pembeli. Pemasaran produk juga jauh lebih menguntungkan karena UMKM tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk iklan. Pemasaran melalui GRAB yang menjadi alat

pemasaran pesaing Go-jek juga perlu dicoba karena mengandung fitur-fitur yang lebih komunikatif dan menawarkan inovasi baru. Setu Embu (2019) mengklaim ekosistem Gojek mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia dan 93% mitra UMKM mengalami peningkatan volume transaksi dan 55% mitra UMKM mengalami peningkatan klasifikasi omset bisnis. Terdapat 550.000 merchant mitra GoFood terdaftar yang menawarkan berbagai pilihan makanan dan minuman (Gojek, 2010).

## **METODE**

Berdasarkan penelusuran beberapa literatur, maka tim melakukan metode inkubasi berupa pelatihan sampai dengan tahap monitoring. Pendampingan atau inkubasi yang dilakukan dengan penerapan online marketing melalui aplikasi GRAB dan GoJek kepada UMKM di Kecamatan Bubutan Surabaya. Kegiatan ini dilakukan di Balai Kecamatan Bubutan tempat para peserta mengikuti kegiatan. Tim terdiri atas dosen dan mahasiswa semester V dan membagi metode inkubasi dalam tiga bagian kegiatan yaitu; (1) identifikasi; (2) pelatihan dan inkubasi; (3) monitoring dan evaluasi.

Pada tahap identifikasi, tim melakukan analisis terhadap perkembangan UMKM di wilayah Bubutan dan mengidentifikasi masalah-masalah yang menjadi hambatan pada perkembangan UMKM di wilayah Bubutan selama masa pandemi. Identifikasi masalah menjadi dasar jenis pelatihan dan pemilihan materi yang diberikan kepada UMKM di wilayah Bubutan melalui Whatsapp.

Pada tahap berikutnya adalah tahap pelatihan dan inkubasi melalui pertemuan terbatas karena masih masa pandemik dan inkubasi dalam pelaksanaan dilakukan dengan video

call melalui Whatsapp setiap seminggu sekali untuk mengetahui perkembangan setelah penggunaan aplikasi tersebut.

Pada tahap akhir, monitoring dan evaluasi dilakukan secara terpadu dalam kerangka pengendalian program. Pada tujuan monev untuk mengidentifikasi tingkat ketercapaian dan respon antara penetapan rencana dalam pelayanan dengan hasil yang dicapai oleh kegiatan pelayanan normal. Jika UMKM menemui kendala dalam melakukan pemantauan dan penilaian, UMKM dapat mengambil petunjuk, saran, dan cara langsung untuk mengatasinya. Metode yang saat ini digunakan adalah media online melalui WhatsApp sebagai media komunikasi untuk mengurangi efek infeksi Covid-19.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan PKM merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mendukung kebutuhan masyarakat melalui berbagai kegiatan. Filantropi merupakan upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia, seperti wawasan, perluasan pengetahuan, dan peningkatan keterampilan yang diakui sebagai bentuk minat. Perannya dalam mensejahterakan dan memperkuat masyarakat umum, khususnya masyarakat ekonomi. Secara umum program ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan dan kemajuan kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia.

### **1. Identifikasi Masalah**

Mengidentifikasi masalah merupakan suatu proses dan hasil mengidentifikasi masalah atau inventaris masalah. Identifikasi masalah merupakan suatu proses yang dapat menggambarkan langkah penting di antara langkah-langkah proses lainnya.

Identifikasi masalah merupakan tahap awal yang berlangsung sebelum layanan berjalan. Fase ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM di wilayah kecamatan tersebut. Tim pengabdian melakukan survei dengan perwakilan dari Bubutan dan perwakilan dari Asosiasi UMKM. Status UMKM di daerah Bubutan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di daerah Bubutan menjual produknya secara tradisional. Berjualan online atau melalui e-commerce belum banyak dilakukan. UMKM di wilayah Bubutan juga tidak mengetahui proses pendaftaran melalui aplikasi e-commerce. Disamping itu, penjualan produk dalam label dan kemasan sederhana dan tidak sedap dipandang. Banyak UMKM yang belum bisa mengartikan bahwa pemasaran online bisa dilakukan tidak hanya melalui Whatsapp tetapi pada beberapa media ataupun aplikasi yang bisa dimanfaatkan.

Pada gambar 1 menunjukkan tim pengabdian melakukan focus group discussion dalam menganalisis masalah

dan menentukan tema yang baik bagi peserta UMKM untuk melakukan online marketing melalui platform resmi pemerintah seperti Go-Jek melalui Gofood dan Go-Bizz dan Grab melalui GoFood. Selain itu, para peserta juga dibekali dalam kegiatan marketing dengan desain produk dan kemasan yang memadai serta etika dalam berbisnis secara online.



Gambar 1: Koordinasi

## 2. Pelatihan dan Inkubasi

Tabel 1 menunjukkan suatu kegiatan PKM sebagai bentuk tanggung jawab STIESIA yang menjadi institusi kependidikan di Surabaya.

Tabel 1: Skedul kegiatan pengabdian kepada UMKM Kecamatan Bubutan

Keterangan	Identifikasi Masalah	Pelatihan	Inkubasi	Monitoring dan Evaluasi
Tempat	Zoom Meeting tim Pengabdian dan Mahasiswa	Kecamatan Bubutan	Video call melalui Whatsapps	Video call melalui Whatsapps
Pelaku	Tim Pengabdian	Materi pertama: Strategi <i>e-commerce</i> atau pemasaran online melalui Aplikasi GoBiz Materi berikutnya: Etika Bisnis	Inkubasi melalui video call pada Whatsapp	Melakukan monev setelah diberikan pendampingan dan pelatihan.
Jumlah keseluruhan Peserta	10 UMKM	10 UMKM	10 UMKM	10 UMKM

Materi yang diberikan oleh tim pengabdian selama pelatihan tentang empat topik utama yaitu e-commerce atau strategi pemasaran online, proses pendaftaran gofood melalui gobizz, desain label dan kemasan produk untuk grabfood dan impor makanan melalui

bisnis. Grab dealer berlangsung sekitar 90 menit, diikuti dengan tiga sesi tanya jawab. Pada saat presentasi materi, beberapa peserta dengan antusias mengajukan pertanyaan langsung dan tertarik untuk membuat kemasan dan pelabelan yang tepat dan menarik untuk produk yang mereka jual. Selain itu,

sejumlah peserta sudah mulai mengunduh aplikasi e-commerce dan mendaftar di berbagai platform e-commerce. Gambar 2 menunjukkan contoh produk UMKM yaitu Drink`e Lestari, minuman yang diproduksi oleh anggota UMKM di wilayah Bubutan. Gambar dibawah ini merupakan anggota komunitas UMKM di wilayah Bubutan dan sebelumnya telah menjual produknya melalui aplikasi GoFood.



Gambar 2: Contoh Produk



Gambar 3: UMKM mendaftar di GoFood

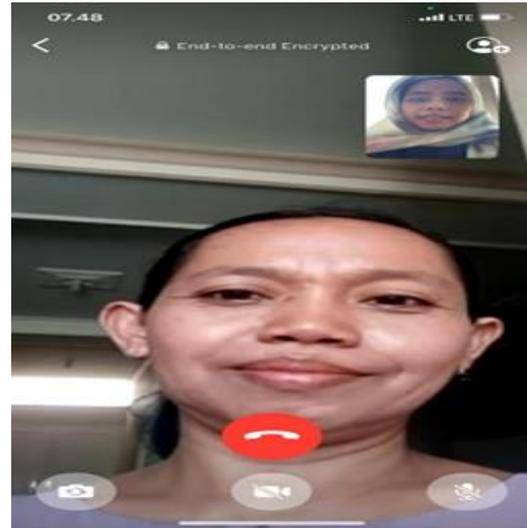
Untuk melakukan pendaftaran di Go-Food Tidak membutuhkan waktu yang relatif lama, dengan persiapan yang matang dari para UMKM seperti yang terlihat pada gambar 3. Namun, untuk Grab Food tim kami harus mempersiapkan satu aplikasi tambahan yaitu Grab Merchant untuk pendaftaran awal dan memasukkan produk makanan dan minuman yang harus dijual. Selain itu di kecamatan Bubutan memiliki beberapa usaha seperti handyscraft dan bisa dipasarkan melalui Go-Bizz.



Gambar 4: Tim Pengabdian bersama Lurah Kecamatan Bubutan Surabaya

### 3. Proses Monitoring dan Evaluasi

Monev adalah fase yang memiliki kaitan dengan proses pemantauan karena data yang diperoleh dari kegiatan pemantauan dapat digunakan dalam proses perencanaan kegiatan, proses evaluasi diharuskan menjadi bagian yang tidak terpisahkan sehingga dapat digambarkan sebagai proses secara utuh. Penilaian membantu UMKM mengelola dan memantau pencapaian tujuan UMKM. Berdasarkan hasil Monev yang dilakukan terhadap UMKM di wilayah tersebut, produk yang beredar di pasaran menggunakan kemasan dan label yang menarik. Disamping itu, banyak UMKM mulai menjual melalui platform e-commerce atau Gofood (lihat Gambar 2).



Gambar 5: Proses Monitoring dan evaluasi setelah pelatihan dan inkubasi

### SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat di wilayah Bubutan dan perintis UMKM di wilayah tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Banyak pelaku UMKM di wilayah Bubutan mulai merasakan manfaat marketing online atau e-commerce. Pemasaran online dan e-commerce memungkinkan penjual menjangkau pelanggan mereka dengan lebih baik; (2) Banyak UMKM di wilayah Bubutan mempromosikan produknya melalui online marketing

dan e-commerce; (3) Beberapa produk yang dijual oleh UMKM di wilayah Bubutan menggunakan pelabelan dan kemasan yang menarik, namun pelabelannya tetap sederhana.

#### TERIMA KASIH

Kegiatan ini dapat berjalan dengan partisipasi dan dukungan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua STIESIA Surabaya yang telah memfasilitasi kegiatan PKM sebagai salah satu pencapaian Tridharma Perguruan Tinggi.
2. Kepala LP2M yang mengkoordinasikan dan mendukung kegiatan PKM dengan beberapa UMKM di Surabaya.
3. Ibu Camat Bubutan Kota Surabaya yang bersedia memberikan fasilitas untuk melaksanakan kegiatan: Strategi Pemasaran Online, Perancangan Produk dan Labeling serta Etika untuk UMKM di Kecamatan asal Kota Bubutan, Surabaya.
4. Seluruh pegawai di lingkungan Kota Surabaya yang menyediakan sarana untuk pelaksanaan kegiatan: Strategi Pemasaran Online, Perancangan Produk dan Labeling serta Etika Usaha bagi beberapa UMKM di Kecamatan Bubutan Kota Surabaya.
5. Peserta dari asosiasi UMKM kecamatan Bubutan yang mendukung PKM tersebut.

Seluruh pihak yang belum disebutkan satu persatu dalam

membantu pelaksanaan PKM di Wilayah Bubutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Delloitte Access Economics. 2015. UKM Pemicu Kemajuan Indonesia Instrumen Pertumbuhan Nusantara.
- Gojek. 2010. Semangat Baru Pasti ada Jalan, Tentang Gojek. Retrieved from <https://www.gojek.com/id-id/>.
- Kemenperin. 2016. Pertumbuhan Ekonomi Dorong Ekspansi UMK. Retrieved from <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5774/Pertumbuhan-Ekonomi-DorongEkspansi-UMK>
- Maryani, S., Netrawati, I. G. A. O., dan Nuada, I. W. Pandemi Covid-19 dan Implementasinya pada Perekonomian NTB. *Jurnal Binawakya* Vol. 14, No. 11, Hal. 3497–3508.
- Setu Embu, W. 2019. Jumlah Pesanan Go Food Di Klaim meningkat 133%'. Retrieved from <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-pesanan-go-food-diklaim-meningkat-133-persen.html>.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., dan Lu'ul, I. L. 2016. Strategi Pengembangan UKM Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol. 16, No. 2, Hal. 136-147.