

## Sosialisasi dan Pengenalan Digital Marketing pada UMKM Dapur Rayhan sebagai Penunjang Kegiatan Pemasaran

Julia Labibazka Misly<sup>1</sup>, Wirasmi Wardhani<sup>2✉</sup>, Tiara Putri<sup>3</sup>, Halizah Fitria Maharani<sup>4</sup>,  
Rahul Syam<sup>5</sup>, Miftah Rahmawati<sup>6</sup>

Univesitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

### Abstrak

Beberapa UMKM di Indonesia saat ini terkena pada dampak tersebut yang dimana era sekarang semua serba internet dan gadget. Saat ini sistem cashless sudah menyebar di kalangan UMKM, salah satunya penggunaan QRIS. QRIS merupakan inovasi terbaru dalam digital payment yang telah dinisiasi oleh Bank Indonesia dalam memberikan suatu kemudahan dalam bertransaksi dimana pun dan kapan pun. Bukan hanya itu, dalam perkembangan teknologi kini pemesanan sistem pesan-antar serba canggih yaitu secara online menggunakan aplikasi yang bisa dipesan menggunakan handphone saja, salah satunya yaitu Gofood dari aplikasi Gojek. Sistem Gofood yang memudahkan pelanggan untuk memesan makanan atau minuman dengan sistem pesan antar secara online dapat bisa dilakukan kapan saja tanpa harus ke toko secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan serta implementasi teknologi digital payment QRIS dan Gofood sebagai penunjang dalam kegiatan transaksi pada sektor UMKM Dapur Rayhan Teluk Lerong Samarinda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deksriptif, dengan teknik pengumpulan data yakni melaksanakan survey, observasi, dokumentasi dan wawancara secara langsung yang nanti akan dianalisis melalui pengamatan peneliti untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Dari hasil penelitian ini dilakukan dalam rangka sosialisasi dan pengenalan QRIS dan Gofood pada UMKM Dapur Rayhan.

**Kata kunci:** UMKM; QRIS; Gofood

## *Socialization and Introduction of Digital Marketing to Dapur Rayhan MSMEs as a Support for Marketing Activities*

### Abstract

*Some UMKM in Indonesia are currently affected by this impact, which is where the current era is all internet and gadgets. Currently, the cashless system has spread among UMKM, one of which is the use of QRIS. QRIS is the latest innovation in digital payment that has been initiated by Bank Indonesia in providing convenience in transactions anywhere and anytime. Not only that, in the development of technology, now ordering a sophisticated delivery system is online using an application that can be ordered using a cellphone, one of which is Gofood from the Gojek application. The Gofood system that makes it easy for customers to order food or drinks with an online delivery system can be done at any time without having to go to the store directly. This study aims to determine how the application and implementation of digital payment technology QRIS and Gofood as support in transaction activities in the Dapur Rayhan Teluk Lerong Samarinda UMKM sector. This research uses descriptive qualitative methods, with data collection techniques, namely carrying out surveys, observations, documentation and direct interviews which will later be analyzed through the observations of researchers to answer the formulation of problems in this study. From the results of this study conducted in the context of socialization and introduction of QRIS and Gofood to UMKM Dapur Rayhan.*

**Keywords:** UMKM; QRIS; Gofood

## PENDAHULUAN

Dalam era digital, pemasaran menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi bisnis, termasuk untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM, Chauhan (2020). Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya pengguna internet di seluruh dunia, diperlukan adanya pengenalan mengenai digital marketing untuk membantu UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka, Lestari & Ramli (2020). Digital marketing dapat membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas, meningkatkan nilai merek, meningkatkan bisnis di pasar global, dan mencapai target audiensnya dengan lebih mudah melalui media sosial dan website, Mamouni dkk (2016).

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah suatu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia, Sulaksono & Zakaria (2020).

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di lain sisi, digital marketing memudahkan pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mempermudah proses pencariannya dalam mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis maupun waktu, Sulaksono & Zakaria (2020).

Saat ini UMKM di Indonesia sudah sangat banyak dan menurut data dari Kementerian Koperasi, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Dapur Rayhan merupakan salah satu UMKM yang berada di Samarinda dan pertama kali didirikan pada tahun 2015. Di era digitalisasi yang semakin berkembang, UMKM dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan digitalisasi sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk memanfaatkan digitalisasi adalah dengan menggunakan QRIS dan GoFood sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Dapur Rayhan menjadi salah satu yang memanfaatkan digitalisasi dengan menggunakan QRIS dan GoFood, Yara (2020).

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah sebuah sistem pembayaran elektronik yang menggunakan kode QR untuk memudahkan transaksi. QRIS telah diperkenalkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019 dan diharapkan dapat membantu UMKM untuk meningkatkan penggunaan transaksi non-tunai di Indonesia. Sedangkan GoFood adalah salah satu layanan pesan antar makanan yang dimiliki oleh Gojek. GoFood memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka dengan lebih mudah secara online dan mengakses konsumen yang lebih banyak.

Dalam penerapan QRIS dan GoFood pada UMKM, digital marketing menjadi faktor yang sangat penting. Digital marketing membantu UMKM dalam memasarkan produk atau jasa mereka melalui media internet dengan menggunakan berbagai channel seperti email marketing, social media marketing, dan lain-lain. Dengan menggunakan digital marketing, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dan menjangkau konsumen yang lebih banyak, Putra (2021).

Menurut data dari Bank Indonesia pada tahun 2020, penggunaan QRIS oleh UMKM di Indonesia mencapai 1,2 juta merchant. Hal ini menunjukkan bahwa QRIS dapat membantu UMKM untuk meningkatkan transaksi non-tunai dan memperluas jangkauan pemasaran mereka. Sementara itu, GoFood juga telah membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan mereka secara online. Menurut data dari Gojek pada tahun 2020, GoFood telah bekerja sama dengan lebih dari 500 ribu warung makanan di Indonesia.

## METODE

Kegiatan ini diawali dengan survei objek pada Dapur Rayhan yang berada di Jl. Siti Aisyah No.35, Tlk, Lerong Ilir lalu bekerja sama dengan pelaku usaha dari Dapur Rayhan. Setelah melihat kondisi di Dapur Rayhan banyak hal yang perlu dibenahi agar membuat lingkungan menjadi lebih indah. Dengan membantu membuat desain spanduk dan banner baru, serta membuat QRIS dan GoFood untuk Dapur Rayhan.

Prosedur kerja dan rencana kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut: Survei, mendatangi objek pengabdian, yaitu Dapur Rayhan;

Penyuluhan dan pengenalan, melakukan penyuluhan dan memperkenalkan kepada pelaku usaha Dapur Rayhan mengenai system pembayaran melalui QRIS dan penjualan secara online melalui aplikasi Gofood;

Pembuatan QRIS dan GoFood, membantu pelaku usaha Dapur Rayhan dalam proses pembuatan dan pendaftaran QRIS dan GoFood; dan

Mendesain dan memasang banner baru, membuat desain banner baru untuk Dapur Rayhan dengan logo QRIS dan Gofood dan mencetaknya lalu membantu dalam proses pemasangan banner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Survei dan Perencanaan

Survei dan perencanaan kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini dilaksanakan pada 24 Februari 2023. Hasil diskusi tim kami menyimpulkan bahwa digital marketing sangat perlu dikuasai pelaku UMKM di era saat ini. Hal ini lah yang membuat kami memilih UMKM Dapur Rayhan yang beralamat Jl. Siti Aisyah No.35, Tlk. Lerong Ilir sebagai mitra pengabdian tim kami.

Pada saat survei ini dilakukan pengenalan dari tim pengabdian masyarakat dengan mitra dengan cara datang langsung ke lokasi yang sehari-hari digunakan untuk usaha. Tim pengabdian melakukan penggalan terhadap usaha yang dijalankan, sejauh mana usaha ini sudah dikenal, bagaimana cara UMKM ini mengelola transaksi sehari-hari dan mendapatkan informasi keuntungan setiap harinya serta melihat bagaimana jalannya transaksi yang digunakan untuk menjalankan usaha ini.



**Gambar 1.**  
Pertemuan dengan Pemilik UMKM Dapur Rayhan

Hasil survei kami ke lokasi menyatakan bahwa keadaan UMKM dapur rayhan belum menerapkan digital marketing pada usahanya, hal ini membutuhkan bantuan kami untuk mensosialisasikan dan mengenalkan serta menerapkan digital marketing pada usahanya. Sesuai

kesepakatan kami dengan pihak UMKM Dapur Rayhan, kegiatan ini akan melibatkan peran serta partisipasi dari pihak UMKM Dapur Rayhan.

### **Sosialisasi dan Pengenalan**

Kegiatan sosialisasi dan pengenalan ini dilaksanakan pada tanggal 27 Februari 2023. Pada kegiatan ini tim kami mengenalkan pentingnya Digital Marketing di era sekarang yaitu sistem pembayaran digital melalui QRIS dan penjualan secara online melalui aplikasi Gofood.

Mitra telah diberikan penjelasan lengkap mengenai aplikasi yang dibuatkan agar bisa menggunakannya. Mitra dijelaskan bagaimana masuk ke dalam aplikasi dengan memasukkan username dan password yang sudah dibuatkan. Setelah berhasil masuk dengan username dan password yang sudah terdaftar, maka akan terdapat tampilan yang berisi menu-menu pada aplikasi yang telah dibuat. Salah satu tampilan yang terdapat pada aplikasi ini adalah menu operasional yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi penjualan.



**Gambar 2.**

Sosialisasi Dan Pengenalan Digital Marketing dengan Pemilik UMKM Dapur Rayhan Pembuatan QRIS dan Gofood

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2023. Pada kegiatan ini kami membantu pelaku usaha UMKM Dapur Rayhan dalam membuat pembayaran digital melalui QRIS dan penjualan online melalui Gofood. Pembuatan QRIS menggunakan bantuan aplikasi Dana dan pembuatan Gofood menggunakan bantuan aplikasi Gobiz untuk mendaftarkan akun UMKM Dapur Rayhan.

Pada kegiatan ini dilakukan pendampingan untuk membantu mitra membuat akun pada fitur GoFood di aplikasi Gobiz dan juga QRIS di aplikasi Dana. Mitra didampingi untuk pembuatan akun Gofood dan QRIS beserta cara mendaftarnya sampai akun terverifikasi dan dapat digunakan. Proses verifikasi dari admin memerlukan waktu sehingga diperlukan waktu untuk dapat menggunakan akun GoFood yang telah didaftarkan, yakni 2 x 24 jam sedangkan QRIS yakni 14 hari. Setelah berhasil diverifikasi barulah dapat digunakan untuk pelanggan UMKM Dapur Rayhan.



**Gambar 3.**

Proses Pendampingan dan Pembuatan Akun Gofood dan QRIS dengan Pemilik UMKM Dapur Rayhan



**Gambar 4.**

QRIS dan Gofood UMKM Dapur Rayhan

Pada Gambar 4 diatas adalah tampilan akun GoFood dan QRIS yang telah terverifikasi dan dapat digunakan oleh pelanggan dan UMKM Dapur Rayhan dalam membantu proses transaksi yang dilakukan. UMKM Dapur Rayhan mulai memahami pentingnya media digital marketing yang dapat membantu meningkatkan omset penjualannya.

#### **Mendesain dan Memasang Banner**

Pada kegiatan ini tim kami membantu membuat dan mencetak desain banner dan logo baru UMKM Dapur Rayhan dengan menambah logo QRIS dan Gofood serta kode QRIS. Pemasangan banner yang baru yang kami laksanakan pada tanggal 22 Mei 2023.



Gambar 5.  
 Hasil Desain Dan Logo UMKM Dapur Rayhan



**Gambar 6.**  
Proses Pemasangan Banner Baru Dan QRIS UMKM Dapur Rayhan

## SIMPULAN

Selama melakukan survey dan pengamatan kurang lebih 3 bulan pengabdian masyarakat dengan melaksanakan sosialisasi dan pendampingan dalam penggunaan teknologi digital payment QRIS dan Gofood kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM, mengenai cara penggunaan dan keuntungan dari penggunaan teknologi QRIS dan Gofood pada usaha Dapur Rayhan. Selama 4 pertemuan pengamatan langsung dapat diketahui bahwa pelaku UMKM Dapur Rayhan tertarik untuk menggunakan teknologi digital payment QRIS dan Gofood dalam usahanya karena bagi mereka sangat membantu proses transaksi dan juga dapat memperluas jangkauan konsumen sehingga tidak mempersulit pelaku usaha. Maka dari itu, kelompok kami membantu dalam pembuatan QRIS dan akun Gofood serta pembaharuan banner toko agar lebih menarik konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2020). QRIS. <https://www.bi.go.id/id/qr/qr/qr/Contents/Default.aspx>. Diakses pada tanggal 22 Mei 2023.
- Chauhan, S. (2020). Digital Marketing for Small Business: A Global Perspective. In *Small Business in a Global Economy* (pp. 149-165). Springer, Cham.
- Gojek. (2020). GoFood. <https://www.gojek.com/id/gofood/>. Diakses pada tanggal 22 Mei 2023
- Lestari, Y. D., & Ramli, M. (2020). Digital Marketing as a Strategy to Increase the Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1(1), 58-67.
- Mamouni Limnios, E., Kuisma, J., & Huber, J. (2016). Digital marketing practices among small and medium-sized enterprises in Finland. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 633-651.
- Putra, R. A. (2021). Action Research Terhadap Aktivitas Pemasaran Digital UMKM Melalui QRIS di Kecamatan Muara Bungo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 1-19. <https://doi.org/10.31538/eb.v7i1.963>

- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. In *Generation Journal* (Vol. 4, Issue 1). <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019->
- Siti Aisyah, dkk. (2023). Implementasi Teknologi Financial Dalam Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor UMKM Di Kota Binjai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 3(1), 12–18. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v3i1.925>
- Yara, K. Y. (2020). Pengaruh pemanfaatan QRIS terhadap penjualan UMKM kuliner pada pandemi Covid-19 (Studi kasus: UMKM kuliner di Stabat). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 41-51. <https://doi.org/10.33508/jeb.v23i1.5213>