



## STRATEGI PERENCANAAN SISTEM PENJUALAN GO-DIGITAL UMKM MITOL DI MASA PANDEMI COVID-19

Rasyid Setiawan<sup>1\*</sup>, Fasya Putri Tiana<sup>2</sup>, Indah Kartika Sari<sup>3</sup>, Ahmad Fauzan<sup>4</sup>, Rendi Pramudita<sup>5</sup>, Intan Putri Azhari<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup> Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

Email korespondensi : : rasyidsetiawan282@gmail.com

### **Keywords:**

*Planning strategy, sales system, covid-19*

### **ABSTRACT**

UMKM Mitol is one of the UMKM engaged in the culinary field. However, during the COVID-19 pandemic, economic activity in Indonesia experienced a decline. This has, of course, a negative impact on SMEs. With the advancement of digital technology at the present time, it is hoped that it can be utilized so that business activities can continue to develop. This service aims to implement a Go-Digital sales system so that Mitol MSMEs can survive even during a pandemic and are even expected to continue to grow. This service uses qualitative methods and interview methods by conducting interviews with keyperson sources related to UMKM Mitol with the direct owner of Mitol, namely Mr. Juned Pranata. The result of strategic planning and implementing the Go-Digital sales system for UMKM Mitol is the use of the GoFood and GrabFood applications. This application is expected to improve business processes so that they are more effective and efficient. so that UMKM Mitol can remain competitive during the COVID-19 pandemic.

### **Kata Kunci:**

*Strategi perencanaan, sistem penjualan, covid-19*

### **ABSTRAK**

UMKM Mitol merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang kuliner. Namun pada masa pandemi covid-19 membuat kegiatan perekonomian di Indonesia mengalami kemerosotan. Hal ini tentu saja menjadi dampak negatif bagi UMKM. Dengan adanya kemajuan teknologi digital pada masa sekarang diharapkan dapat dimanfaatkan agar kegiatan bisnis dapat terus berkembang. Pengabdian ini bertujuan untuk menerapkan sistem penjualan Go-Digital agar UMKM mitol dapat tetap bertahan walaupun di masa pandemi, bahkan diharapkan mampu terus berkembang. Pengabdian ini menggunakan metode kualitatif dan metode wawancara dengan melakukan wawancara terhadap sumber-sumber keyperson terkait UMKM Mitol dengan pemilik Mitol langsung yaitu Bapak Juned Pranata. Hasil dari perencanaan strategi dan penerapan sistem penjualan Go-Digital pada UMKM Mitol merupakan penggunaan aplikasi GoFood dan GrabFood. Dimana aplikasi ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan proses bisnis sehingga lebih efektif dan efisien. Sehingga UMKM Mitol dapat tetap bersaing pada masa pandemi covid-19.

**Received: 10 Januari 2023**

**Accepted: 10 Maret 2023**

## 1. PENDAHULUAN

Pentingnya sistem penjualan Go-Digital ini dapat memudahkan para pelaku bisnis dalam mencari informasi mengenai berbagai keinginan dan kebutuhan para konsumen. Dan juga sebaliknya, sistem penjualan Go-Digital ini juga sangat bermanfaat bagi konsumen dalam hal mencari dan juga mendapatkan informasi mengenai produk yang dibutuhkan. Sistem penjualan Go-Digital ini mengubah segala jenis transaksi secara offline menjadi online, hal ini lah yang sangat mempermudah proses dalam aktivitas jual beli. Nilai positif dari adanya sistem penjualan Go-Digital ini membuat konsumen bisa mencari dan mendapatkan informasi apapun yang dibutuhkan sesuai dengan apa yang diinginkan. Sistem penjualan Go-Digital ini juga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa dibatasi oleh waktu ataupun tempat.

Globalisasi dunia yang terus menggeliat dari hari ke hari membangkitkan kreatifitas masyarakat di semua lini. Tak terkecuali dalam bidang ekonomi, masyarakat terus mencari peluang terbesar untuk menghasilkan keuntungan. Mengingat sejak awal 2020 dunia diguncang dengan keadaan pandemi COVID-19 yang memaksa mereka untuk mencari peluang baru untuk dapat beradaptasi dengan keadaan new-normal saat ini.

Membangun UMKM menjadi salah satu pilihan yang dinilai paling sesuai. Sebab UMKM dapat diatur sistem kinerjanya sesuai keadaan masyarakat yang terikat dengan adanya aturan baru seperti PPKM, dsb. UMKM juga menjadi jawaban dari semakin sempitnya lahan pekerjaan karna pandemi menyebabkan perusahaan besar melakukan efisiensi tenaga kerja. Didukung dengan kemajuan teknologi informasi, ide dan gagasan untuk memulai UMKM semakin luas dan prospek segmen pasar semakin terbuka lebar.

Salah satu sektor UMKM yang paling menggeliat dan laku di pasaran saat ini adalah bidang kuliner. Tren anak muda saat ini sangat gemar mengeksplor berbagai jenis dan gaya kuliner terbaru. Salah satu tren yang digemari adalah makanan olahan mie dan cenderung memiliki rasa yang pedas. Hal ini membuat UMKM Mitol memiliki peluang yang cukup besar untuk diminati di pasaran. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi pasar yang baik agar UMKM ini dapat menjadi usaha yang tepat sasaran.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan juga studi pustaka. Kami melakukan pengumpulan data guna mendapatkan informasi yang berkaitan dengan program melalui beberapa cara berikut:

- a. Observasi, metode ini dimana penulis terjun langsung ke lapangan sehingga diperoleh data-data atas masalah yang akan dibahas.
- b. Wawancara, pada metode ini penulis melakukan wawancara terhadap sumber (keyperson) yang terkait dengan UMKM Mitol. Yakni langsung kepada pemilik dari UMKM Mitol tersebut yakni Bapak Juned Pranata.
- c. Studi Pustaka, penulis mengumpulkan data dengan mencari referensi dan melakukan analisis pada jurnal-jurnal pengabdian sejenis yang ada sebelumnya. Hal ini dilakukan sebagai bahan acuan dalam penyelesaian jurnal pengabdian ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di zaman modern ini, ilmu pengetahuan, teknologi dan industri berkembang dengan sangat cepat. Saat ini Indonesia sedang memasuki era digitalisasi atau era Revolusi 4.0 yang secara fundamental mengubah kehidupan sosial masyarakat di lingkungan domestik menjadi lingkungan global. Era digitalisasi ini telah mengubah hubungan sesama manusia dan model kehidupan. Didukung dengan tingkat perkembangan teknologi yang tinggi, dunia digital menghubungkan dunia fisik dan dunia maya dengan koneksi internet yang terhubung dengan media sosial. Jejaring sosial ini dengan cepat berkembang di dalam masyarakat membentuk suatu jejaring sosial.

Kegiatan Pengabdian kepada UMKM ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan agar UMKM Mitol Memiliki Akun E-Commerce (GoFood dan GrabFood) sebagai sarana transaksi jual beli online guna memberikan layanan yang efisien. Hal ini akan dapat mempermudah akses calon konsumen yang belum mengetahui produk yang dijual oleh mitra kami dan menjadikan produk unggulan mitra kami lebih cepat terjual. Terlebih lagi dalam masa new normal yang mewajibkan masyarakat yang ingin keluar rumah dan melakukan aktivitasnya dengan menjalankan protokol kesehatan yang ketat.

Dengan adanya aplikasi Grab-Food dan Go-Food, akan lebih membantu dalam pengurangan

aktivitas luar rumah masyarakat. Grab-Food dan Go-Food akan mempermudah dalam melayani jasa pengantaran makanan untuk sampai kepada konsumen. Promosi yang dilakukan dengan media digital juga sangat menguntungkan mitra. Calon konsumen akan melihat dan tertarik untuk mencoba makanan yang ditawarkan oleh kami. Calon konsumen yang tertarik juga dapat langsung memesan makanan yang diinginkannya melalui aplikasi Grab-Food ataupun Go-Food.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan terhadap pemilik UMKM Mitol, kami mendapati bahwa letak permasalahan yang dimiliki oleh mitra adalah ketiadaan media promosi digital, tidak adanya sistem pembukuan yang baik, dan manajemen atau pengelolaan usaha yang masih cenderung sederhana, sehingga perkembangan usaha juga cenderung stagnan.

Setelah mendapati beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, kami mencari tahu akar atau sumber dari permasalahan tersebut. Berdasarkan hasil pembahasan tim, didapati bahwa yang menjadi akar dari permasalahan yang terjadi pada mitra adalah ketidaktahuan akan pengelolaan usaha yang baik dan tepat, kurang mengenal media sosial yang merupakan lahan promosi yang murah dan memuaskan, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya manajemen yang terstruktur dalam menjalankan usahanya.

Dengan menemukan akar permasalahan yang dimiliki oleh mitra kami, kami dapat menyusun beberapa solusi untuk memecahkan permasalahan yang dimiliki oleh mitra kami. Kami mendapati beberapa solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra.

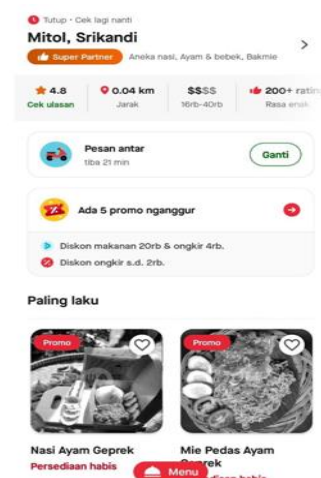
Solusi untuk pemecahan masalah mitra yang pertama yaitu dengan melakukan promosi secara online yang dapat mendukung dan meningkatkan penjualan mitra kami, dengan media sosial Instagram dan WhatsApp. Kami melakukan posting brosur digital melalui media sosial Instagram untuk mendukung penjualan mitra kami dan meningkatkan konsumen yang berasal dari lokasi yang cukup jauh dengan lokasi mitra berada. Pembelian dengan lokasi jarak jauh telah didukung oleh media digital Go-Food dan Grab-Food, sehingga memudahkan konsumen untuk mencicipi hidangan mitra kami.

Dan solusi yang terpenting adalah kami memberikan paparan materi mengenai manajemen yang baik. Manajemen berguna untuk membangun masa depan organisasi agar dapat berjalan lebih baik. Kemudian pengelolaan usaha dengan tepat,

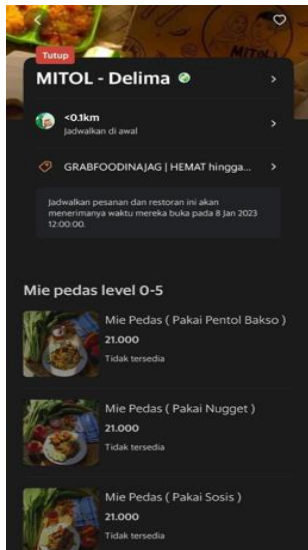
penyusunan pembukuan secara digital dengan menggunakan aplikasi pembukuan, dan mengajak untuk melakukan promosi secara digital, dengan desain yang bisa disusun dengan mudah melalui aplikasi di telefon genggam mitra juga menjadi solusi yang kami implementasikan untuk memecahkan permasalahan pada mitra.

Keunggulan mitra dalam menggunakan Era Revolusi 4.0 ini seperti dengan adanya aplikasi Grab-Food dan Go-Food akan dapat mempermudah mitra untuk tetap menerima pemasukan dengan bantuan driver Grab-Food dan Go-Food yang turun ke lapangan langsung untuk memesan makanan konsumen atau pembeli. Dengan terdaptarnya nama tempat makan dan menu makanan di aplikasi tersebut, akan membuat tempat makan mitra semakin terkenal dan orang-orang yang tidak tahu menjadi tahu. Tempat makan yang awalnya sepi karena tidak diketahui banyak orang, menjadi ramai dan diketahui banyak orang karena bantuan aplikasi tersebut untuk mendaftarkan nama tempat makan dan menu makanannya. Dan kami akan membantu mempromosikan ke banyak orang terhadap cita rasa makanan mitra dan otomatis orang-orang akan penasaran dan tertarik untuk memesannya langsung lewat aplikasi Go-Food dan Grab-Food ataupun ke tempatnya langsung.

Pembelian dengan lokasi jarak jauh telah didukung oleh media digital Go-Food dan Grab-Food, sehingga memudahkan konsumen untuk mencicipi hidangan Mitol. Adanya sistem penjualan media digital pada UMKM Mitol dengan menggunakan aplikasi Go-Food dan Grab-Food ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan proses bisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Sehingga UMKM Mitol dapat tetap bersaing pada masa pandemi Covid-19 dan menjadi makanan kuliner favorit bagi anak-anak, remaja, hingga orang dewasa.



Gambar 1. Akun Go-Food Mitol



Gambar 2. Akun Grab-Food Mitol



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi



Gambar 5. Membantu mengantar pesanan kepada Driver

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Teknologi yang berkembang pesat mengakibatkan munculnya inovasi baru pada sistem penjualan yakni melakukan transaksi dengan menggunakan platform digital seperti Go-Food dan Grab-Food. Penerapan sistem digital ini sangat membantu para pelaku usaha ataupun konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Hasil dari perencanaan strategi dan penerapan sistem penjualan Go-Digital pada UMKM Mitol dengan menggunakan aplikasi Go-Food dan Grab-Food ini nantinya diharapkan dapat meningkatkan proses bisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Sehingga UMKM Mitol dapat tetap bersaing pada masa pandemi covid-19.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pemilik Mitol yakni Bapak Juned Pranata atas sambutan baiknya telah mengizinkan kegiatan wawancara dan meliput langsung pada UMKM Mitol.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, N., & Samiatus, N. (2021). Implementasi Strategi Go Digital Sebagai Pemulihan Bisnis Umkm Pada Situasi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Umkm Kedinding Lor, Surabaya). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 213-227.
- Aprillia, H. (2021). Peningkatan Kapasitas Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jabn*, 2(2), 62-71.
- Dawam, A., & Sholeh, Y. (2022). Pelatihan Strategi Digital Marketing Home Industry Terdampak Covid-19 Di Desa Bandang Daja. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 291-296.
- Fatimah, F., Arfianty, A., Nurwani, N., Tarawiru, Y., & Harun, H. (2022). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Di Tengah Pandemi Covid-19 Melalui Kegiatan Pengenalan Go-Digital Bagi UMKM Di Kelurahan Ujung Sabbang Kecamatan Ujung Kota Parepare. *Mallomo: Journal Of Community Service*, 2(2), 89-93.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku Umkm Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Halim, F. S., Rahmawati, R., & Mardiah, S. (2022).

- Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood Dan Shopeefood. *Devosi*, 3(2), 40-48.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset penjualan bagi klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 117-120.
- Junaidi, F., Abidin, R. Z., & Fatmawati, A. (2022). Optimalisasi Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing pada UMKM Cendol Dawet Sagu Lasah Desa Tawangargo. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 2(2), 1427-1432.
- Masriansyah, L. (2021). Go Digital And Customer Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemulihan Bisnis Umkm Yang Efektif Dan Efisien Di Masa Adaptasi New Normal. Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, 126.
- Pratomo, A. H., Permadi, V. A., Agusdin, R. P., Tahalea, S. P., & Prasetya, J. D. (2021, November). Pendampingan "Go Digital" Sebagai Pendukung Less Contact Economy Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Umkm Desa Karangtengah, Imogiri, Kab. Bantul. In *Prosiding Seminar Nasional Lppm* (Vol. 2, No. 1).
- Rachmawati, F. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Ampel Surabaya).
- Ratnasari, D., & Wiranti, D. A. (2021). Udin: Optimalisasi Capacity Development Umkm Melalui Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *Exero: Journal Of Research In Business And Economics*, 4(2), 228-252.
- Salwa, A. P., & Anwar, A. M. (2022). Strategi Dan Peluang Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melintasi Pandemi Covid-19. *Sociability: Social & Humaniora Journal*, 1(1).
- Saputra, A. R., & Malabay, M. (2022). Perencanaan Strategi Dan Implementasi Sistem Penjualan Umkm Go-Digital Berbasis Web (Studi Kasus Umkm Eskimo). *Ikraith-Informatika*, 6(3), 151-160.
- Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8-11.
- Tedjasuksmana, B. (2020, September). Orientasi Pengembangan Manajemen Unit Bisnis Strategis Dalam Menunjang Sektor Pendapatan Serta Keberlanjutan Usaha Umkm Indonesia Go Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 547-552).
- Triyawan, A. A., & Fitria, A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Moeslem Square Ngawi. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 44-62.
- Utami, B. Umkm Go Digital: Strategi Menuju Kewirausahaan Digital. *Tranformasi Bisnis Digital*, 198.
- Yuwana, S. I. P. (2020). Coronanomics: Strategi Revitalisasi Umkm Menggunakan Teknologi Digital Di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 2(1), 47-59.
- Wibowo, R. A. P., & Sitorus, O. F. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Mempertahankan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2283-2291.