



SOSIALISASI PENGGUNAAN APLIKASI GOBIZ SEBAGAI SARANA PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM BANDENG PRESTO JAYA

SOCIALIZATION OF THE USE OF THE GOBIZ APPLICATION AS A MEANS OF DIGITAL MARKETING AT BANDENG PRESTO JAYA MSMEs

Emmy Lilimantik¹
Maria Ulfah Riani^{1*}
Rabiatul Adawiyah²
Muhammad Dzaky Zaidan¹

¹ Program Studi Sosial Ekonomi
Perikanan Fakultas Perikanan dan
Kelautan Universitas Lambung
Mangkurat

² Program Studi Teknologi Hasil
Perikanan
Fakultas Perikanan dan Ilmu
Kelautan Universitas Lambung
Mangkurat Jalan Jend. A. Yani KM
36,5 Simpang Empat Banjarbaru
70713

***Korespondensi:**
maria.riani@ulm.ac.id

Kata kunci: UMKM Bandeng Presto
Jaya, digital marketing, aplikasi
GoBiz

Keywords: Bandeng Presto Jaya
MSMEs, digital marketing, GoBiz
application

*Naskah diterima: 3 Juni 2025
Disetujui: 20 Desember 2025
Disetujui publikasi: 25 Juni 2025*

ABSTRACT. This community service activity was conducted from February to March 2025 at UMKM Bandeng Presto Jaya, located on Jalan Pendidikan Masyarakat, Banjarbaru City. The target of this activity is Mr. Rahmad Hidayat as the owner of UMKM Bandeng Presto Jaya along with his employees. The service method applied consists of four stages, which include socialization, training, evaluation, and dissemination of results. Through this activity, it is hoped that the partners can enhance their understanding and skills in utilizing digital technology, particularly the GoBiz application, as an effective marketing tool for Bandeng Presto products. The community service activity at UMKM Bandeng Presto Jaya was successfully implemented and showed positive results. The introduction of the GoBiz digital marketplace platform provides a new understanding of more effective marketing methods compared to conventional approaches. This activity not only succeeded in imparting new knowledge and skills to the UMKM owners but also had a direct impact on the increase in online sales of Bandeng Presto Jaya products, thereby supporting the growth and sustainability of their business. The results of this activity are expected to have a positive impact on the increase in sales and the development of UMKM in the future.

ABSTRAK. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2025 di UMKM Bandeng Presto Jaya, yang berlokasi di Jalan Pendidikan Masyarakat, Kota Banjarbaru. Sasaran dari kegiatan ini adalah Bapak Rahmad Hidayat selaku pemilik UMKM Bandeng Presto Jaya beserta para pegawainya. Metode pengabdian yang diterapkan terdiri dari empat tahapan, yang mencakup sosialisasi, pelatihan, evaluasi, dan diseminasi hasil. Melalui kegiatan ini, diharapkan para mitra dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya aplikasi GoBiz, sebagai alat pemasaran yang efektif untuk produk Bandeng Presto. Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Bandeng Presto Jaya berhasil dilaksanakan dengan baik dan menunjukkan hasil yang positif. Pengenalan platform pasar digital Gobiz memberikan pemahaman baru tentang cara pemasaran yang lebih efektif dibandingkan dengan metode konvensional. Kegiatan ini tidak hanya berhasil dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada pemilik UMKM, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap peningkatan penjualan online produk Bandeng Presto Jaya, sehingga dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan pengembangan usaha UMKM di masa mendatang.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini telah menyebabkan meningkatnya ketatnya persaingan di pasar, serta bertambahnya jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang muncul dalam beberapa tahun terakhir (Prasetyo, A., 2022). Hal ini mendorong sebagian

pelaku UMKM untuk berinovasi dan mencari strategi baru guna memenangkan persaingan yang ada (Sari, R., 2020). Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan perkembangan teknologi, informasi, dan jaringan internet untuk memperluas jangkauan pasar (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2021).

Luasnya jangkauan internet memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka melalui berbagai *platform*, seperti website, Instagram, Facebook, WhatsApp, GoFood dan aplikasi lainnya. Teknologi internet berfungsi sebagai media informasi yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi (Hidayat, R., 2021). Saat ini, pelaku usaha UMKM memanfaatkan internet sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk yang dijual, dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam serta dapat meningkatkan visibilitas bisnis agar lebih mudah dicari dan diakses oleh konsumen (Mardiana, R., 2020).

Strategi pemasaran berbasis teknologi memungkinkan UMKM melakukan segmentasi pasar yang lebih tepat, memahami perilaku konsumen, dan menyesuaikan penawaran produk sesuai kebutuhan dan preferensi pelanggan. Data analitik juga memberikan wawasan berharga terkait tren pasar dan efektivitas kampanye pemasaran, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik (Yoseph, A., 2020). Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM dapat menciptakan interaksi yang lebih personal dan relevan dengan konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian berulang. Oleh karena itu, investasi dalam inovasi dan teknologi merupakan kebutuhan strategis bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, bukan sekadar pilihan (Yusuf, M., 2021).

Bandeng Presto Jaya merupakan salah satu UMKM yang memproduksi bandeng presto dan berlokasi di daerah Banjarbaru. Dalam memasarkan produknya, UMKM ini masih menggunakan metode konvensional, yaitu menjual secara langsung di pasar-pasar tradisional di sekitar Banjarbaru, baik secara langsung kepada konsumen akhir maupun melalui supplier yang ada di pasar-pasar tersebut. Oleh karena itu, pemasaran secara digital sangat diperlukan untuk memperluas penjualan produk mereka (Halim, A., & Rahman, F., 2022). Salah satu metode pemasaran digital yang digunakan adalah aplikasi GoFood yang dilengkapi dengan aplikasi GoBiz. Kemudahan penggunaan GoBiz menjadikannya sebagai media penjualan yang lebih efisien dan ekonomis (Adiguna, T. 2020). Dengan adanya layanan ini, pemilik usaha tidak perlu lagi bergantung pada toko fisik atau ruko untuk menjalankan bisnis mereka (Sukma, R., 2021).

Penggunaan aplikasi GoBiz oleh UMKM Bandeng Presto Jaya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya pasar digital, seperti GoBiz, sebagai media pengenalan produk serta sarana pemasaran produk UMKM yang bermanfaat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Selain itu, dalam sosialisasi juga akan dijelaskan langkah-langkah dalam pembuatan media sarana penjualan yang sederhana namun efektif. Dengan demikian, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Lokasi

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret 2025 bertempat di UMKM Bandeng Presto Jaya yang beralamat di Jalan Pendidikan Masyarakat Kota Banjarbaru.

Sasaran

Sasaran mitra dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu Bapak Rahmad Hidayat selaku pemilik dari UMKM Bandeng Presto Jaya beserta dengan para pegawainya.

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Bandeng Presto Jaya terdiri dari empat tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Persiapan

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi masalah terkait kurangnya pemanfaatan teknologi informasi oleh UMKM Bandeng Presto Jaya sebagai media untuk pengenalan dan pemasaran produk mereka. Masalah ini diidentifikasi melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM Bandeng Presto Jaya. Setelah masalah diidentifikasi, tahapan selanjutnya adalah perencanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Tahap perencanaan meliputi penentuan tim pelaksana, perumusan tujuan dan sasaran kegiatan, penyusunan materi pelatihan, serta penentuan tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode sebagai berikut:

- a. Sosialisasi Kegiatan pelaksanaan diawali dengan sosialisasi *e-commerce* melalui ceramah, di mana pemateri menyampaikan penjelasan tentang materi *e-commerce* untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM. Materi ini mencakup pengenalan GoBiz, yang kemudian dilanjutkan dengan tahap pendaftaran, aktivasi, dan verifikasi.
- b. Diskusi Setelah penyampaian materi selesai, pemateri memberikan kesempatan kepada pelaku untuk melakukan tanya jawab. Diskusi ini bertujuan agar pelaku UMKM di Bandeng Presto Jaya lebih memahami pasar digital dan dapat berbagi permasalahan yang dihadapi.

3. Evaluasi Kegiatan

Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, dilakukan evaluasi untuk menilai keberhasilan pelaksanaan kegiatan dan dampak yang dihasilkan bagi peserta. Rancangan evaluasi dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan pelaksanaan PKM. Evaluasi dilakukan melalui penilaian menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada peserta. Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan selanjutnya. Evaluasi ini meliputi dua aspek utama: evaluasi teknis dan evaluasi non-teknis. Rancangan evaluasi terhadap keberhasilan kegiatan PKM dilakukan dengan mengacu pada beberapa kriteria berikut:

- a. Kesesuaian Hasil dengan Rencana Kegiatan
 - 1) Jumlah Peserta Suluh: Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa jumlah peserta yang hadir sesuai dengan rencana awal.
 - 2) Kesesuaian Materi: Materi yang disampaikan harus relevan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, sehingga dapat memberikan solusi yang tepat.
- b. Evaluasi

Kegiatan dievaluasi dilakukan dengan membandingkan tingkat pengetahuan, keterampilan, dan motivasi anggota dalam menerapkan teknologi. Evaluasi dilakukan terhadap respon dan perubahan sikap mitra selama sosialisasi dan melihat hasil penjualan setelah penggunaan aplikasi secara *online*.

4. Diseminasi Hasil

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini diseminasi melalui publikasi dalam bentuk jurnal. Diharapkan, dengan diseminasi hasil kegiatan, akan terjadi penyebaran informasi dan

pengetahuan tentang pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan UMKM kepada masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Bandeng Presto Jaya dapat dikatakan berjalan lancar dan sukses. Sebelumnya, telah dilakukan sosialisasi kepada pemilik UMKM mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan ini diperkirakan berlangsung selama satu minggu, mengingat terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui.

Selama pelatihan, pemilik UMKM Bandeng Presto Jaya menunjukkan antusiasme dan semangat yang tinggi untuk mengikuti kegiatan ini, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan secara *online*. Mereka berharap dapat memperoleh pengetahuan baru dan keterampilan dalam membuat *e-commerce* yang dapat digunakan untuk memasarkan produk UMKM mereka, yaitu Bandeng Presto.

Tahapan Kegiatan Pelatihan

Pada kegiatan pelatihan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Bandeng Presto Jaya, terdapat dua tahapan utama:

1. Tahapan Sosialisasi

Tahapan sosialisasi ini dibagi menjadi beberapa sub-tahapan yang dilaksanakan dalam beberapa hari, yaitu:

- a. Penyampaian Materi. Pada tahapan ini, diberikan materi mengenai pentingnya media *e-commerce* untuk meningkatkan hasil penjualan produk, dalam hal ini Bandeng Presto, selain pemasaran secara konvensional dari pasar ke pasar. Pengenalan media GoBiz sebagai salah satu *platform e-commerce* yang telah banyak digunakan oleh beberapa UMKM di Indonesia menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Tahap Pendaftaran

- b. Tahap Pendaftaran. Pelaku usaha perlu melakukan pendaftaran akun dengan memasukkan nomor dan email aktif. Setelah itu, pemilik usaha harus mengisi data usaha seperti KTP, nomor rekening, dan alamat usaha. Setelah data dikirim, pemilik usaha menunggu aktivasi oleh pihak Gojek selama kurang lebih 2 hari kerja.



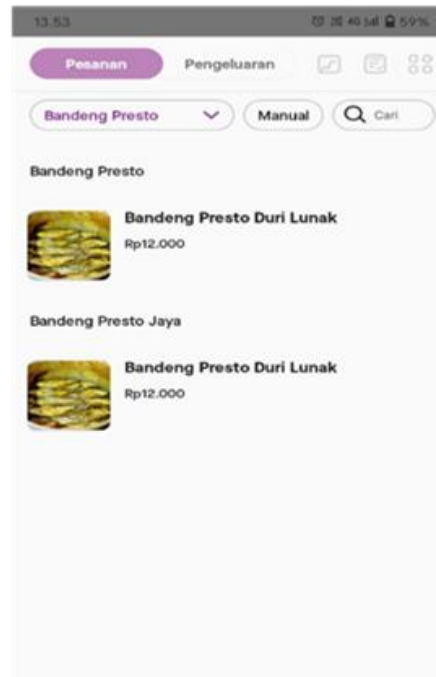
Gambar 2. Tahap Verifikasi

- c. Tahap Verifikasi. Pada tahap ini, pemilik usaha dapat mengisi data GoBiz, termasuk profil usaha, jam operasional, dan daftar menu. Setelah mengisi data tersebut, proses aktivasi akan berlangsung selama 1-7 hari kerja.



Gambar 3. Tahap Aktivasi

- d. Tahap Aktivasi Jika aktivasi layanan GoFood disetujui, layanan akan berubah status menjadi “Sudah Aktif,” dan pemilik usaha dapat memulai berjualan menggunakan aplikasi GoBiz. Ketika sudah aktif, akan muncul tambahan menu produk yang akan dijual. Selain itu, para pengabdian juga menambahkan fitur iklan agar produk yang dijual dapat ter-*highlight* pada tampilan atas aplikasi GoBiz ketika calon konsumen melakukan pencarian.



Gambar 4. Tampilan Menu GoBiz UMKM Bandeng Presto Jaya

2. Tahapan Diskusi

Pada tahapan diskusi, dibahas cara-cara untuk mengimplementasikan aplikasi GoBiz yang telah dibuat agar dapat meningkatkan penjualan ikan Bandeng Presto. Kegiatan pelatihan pembuatan GoBiz untuk pemasaran produk UMKM Bandeng Presto Jaya ini sangat relevan dengan kebutuhan, mengingat selama ini mereka masih menggunakan media pemasaran WhatsApp dan penjualan secara langsung dari pasar ke pasar. Dengan adanya GoBiz, produk yang dihasilkan dapat lebih mudah diakses dan dikenal oleh konsumen, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk pemilik UMKM Bandeng Presto Jaya ke depannya.

3. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Pelatihan ini diakhiri dengan evaluasi kegiatan. Evaluasi merupakan fungsi monitoring dan penilaian terhadap proses pelatihan, untuk menilai apakah pelatihan ini sudah cukup efektif dan efisien dalam pelaksanaannya (Harding, Kadiyono, Hidayat, dan Yanuarti, 2018). Evaluasi dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada peserta, dalam hal ini pemilik UMKM Bandeng Presto Jaya, untuk menilai pemahaman mereka terhadap penerapan aplikasi GoBiz serta apakah terdapat peningkatan penjualan setelah pemilik memiliki aplikasi tersebut.

Setelah pemantauan selama satu minggu, terdapat peningkatan penjualan sebesar 10%, dari 200 *pieces* Bandeng Presto menjadi 220 *pieces* pada minggu pertama. Dari total penjualan, 200 *pieces* masih berasal dari penjualan secara langsung dari pasar ke pasar, sedangkan 20 *pieces* berasal dari aplikasi GoBiz. Diharapkan, seiring berjalannya waktu, penjualan *online* Bandeng Presto dari UMKM ini dapat meningkat lebih signifikan lagi.



Gambar 5. Foto Bersama Dengan Pemilik UMKM Bandeng Presto Jaya

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Bandeng Presto Jaya berhasil dilaksanakan dengan baik dan menunjukkan hasil yang positif. Pengenalan *platform* pasar digital Gobiz memberikan pemahaman baru tentang cara pemasaran yang lebih efektif dibandingkan dengan metode konvensional. Kegiatan ini tidak hanya berhasil dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada pemilik UMKM, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap peningkatan penjualan *online* produk Bandeng Presto Jaya, sehingga dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih serta apresiasi yang tinggi kami ucapkan kepada pemilik dan seluruh staf UMKM Bandeng Presto Jaya yang telah menunjukkan antusiasme dan keterlibatan aktif selama kegiatan PKM ini. Semoga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat bermanfaat dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk Bandeng Presto Jaya melalui *platform e-commerce*.

REFERENSI

- Adiguna, T. 2020. Kemudahan penggunaan GoBiz menjadikannya sebagai media penjualan yang lebih efisien dan ekonomis. *Jurnal Adipati*, 2, 1-6.
- Halim, A., & Rahman, F. 2022. Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 23-35.
- Hidayat, R. 2021. Analisis Pertumbuhan UMKM di Era Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(3), 201-215.

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2021. Laporan Tahunan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.
- Mardiana, R. 2020. Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran UMKM. Penerbit Andi, Yogyakarta-Indonesia. 150P.
- Prasetyo, A. 2022. Peran Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10(1), 45-60.
- Sari, R. 2020. Dampak Digitalisasi terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 23(2), 123-135.
- Sukma, R. 2021. Transformasi Digital dan Peran Pasar Digital bagi UMKM. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 13(1), 15-30.
- Yoseph, A. 2020. Strategi Pemasaran UMKM. Penerbit Andi, Yogyakarta-Indonesia. 200 P
- Yusuf, M. 2021. Inovasi dan Teknologi sebagai Kunci Keberhasilan UMKM. Jurnal Ilmu Ekonomi, 15(3), 78-90.