

Penguatan Kapasitas Literasi Digital UMKM Kuliner Hana Gimbab Dalam Implementasi Pemesanan Online Berbasis *Marketplace*

Arita Witanti^{1*}, Supatman², Komang Sidhi Artha³

^{1,2,3}Prodi Informatika Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta

Email: arita@mercubuana-yogya.ac.id^{1*}

Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi UMKM kuliner Hana Gimbab dalam proses digitalisasi bisnis melalui pengembangan sistem pemesanan online berbasis marketplace. Hana Gimbab merupakan usaha kuliner di Yogyakarta yang masih menggunakan metode pemesanan konvensional sehingga kurang efisien dan terbatas dalam menjangkau pasar. Minimnya literasi digital dan keterbatasan promosi menjadi tantangan utama dalam meningkatkan daya saing di era digital. Metode kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan penggunaan marketplace dan media sosial, pembuatan akun serta unggah produk di platform Shopee dan GoFood, hingga pendampingan optimalisasi deskripsi, harga, dan strategi pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan analisis peningkatan penjualan serta keterlibatan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu mengelola akun marketplace secara mandiri, meningkatkan visibilitas produk, dan memperluas jangkauan pasar. Implementasi sistem digital ini juga berdampak positif terhadap efisiensi operasional dan peningkatan penjualan. Selain itu, keterampilan digital pemilik dan staf mengalami peningkatan signifikan, khususnya dalam manajemen produk dan strategi promosi berbasis media sosial. Dengan demikian, pendampingan digitalisasi ini tidak hanya memperkuat posisi Hana Gimbab dalam persaingan industri kuliner berbasis online, tetapi juga menjadi model penerapan literasi digital yang efektif bagi UMKM kuliner lainnya di Yogyakarta.

Keywords: Marketplace, Pemesanan makanan online, Peningkatan literasi digital, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam penguatan ekonomi lokal, termasuk sektor kuliner yang menjadi salah satu penopang ekonomi kreatif di Indonesia. Namun, banyak pelaku UMKM kuliner masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Hana Gimbab, sebuah usaha kuliner di Yogyakarta yang menyajikan makanan khas Korea dengan cita rasa lokal, sebelumnya masih mengandalkan sistem pemesanan konvensional. Ketergantungan pada pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut membatasi potensi pertumbuhan bisnis, terutama karena lokasi usaha yang kurang strategis dan keterbatasan visibilitas di ruang digital.

Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM seperti Hana Gimbab dapat bersaing dalam ekosistem bisnis modern yang didominasi oleh platform daring. Pemanfaatan marketplace terbukti mampu meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, serta kepercayaan konsumen melalui sistem penilaian dan reputasi toko online. Penelitian oleh sejumlah penelitian sebelumnya (Arrofi et al., 2024; Clinton & Vanomy, 2023) menunjukkan bahwa integrasi bisnis melalui marketplace dapat meningkatkan kinerja

penjualan UMKM hingga 30%. Hal ini diperkuat oleh temuan (Arrofi et al., 2024; Aswin et al., 2023) bahwa UMKM kuliner yang mengadopsi platform digital mengalami peningkatan omzet signifikan .

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk memperkuat literasi digital dan kapasitas manajerial Hana Gimbab melalui digitalisasi sistem pemesanan dan pemasaran berbasis marketplace seperti Shopee dan GoFood. Pendampingan dilakukan dalam bentuk pelatihan penggunaan marketplace, pembuatan akun, unggah produk, optimalisasi deskripsi dan harga, serta strategi promosi digital. Implementasi ini berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola akun marketplace secara mandiri, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan langsung menjadi strategi efektif dalam membantu UMKM beradaptasi dengan ekonomi digital. Melalui digitalisasi sistem pemesanan, Hana Gimbab tidak hanya memperoleh peningkatan penjualan dan keterjangkauan pelanggan, tetapi juga membangun fondasi literasi digital yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Temuan ini dengan program menteri UMKM (Aswin et al., 2023; Damanik et al., 2025) yang menekankan pentingnya pendampingan teknis bagi UMKM untuk mengatasi keterbatasan literasi digital dan sumber daya.

Secara konseptual, kegiatan ini memperlihatkan bahwa pendampingan berbasis literasi digital mampu menjembatani kesenjangan antara potensi teknologi dan praktik bisnis UMKM kuliner di tingkat lokal. Pendekatan ini menjadi model yang dapat direplikasi pada sektor kuliner lain, khususnya dalam konteks adaptasi terhadap sistem penjualan berbasis marketplace sebagai wujud implementasi ekonomi digital berkelanjutan.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif berbasis pendampingan langsung (*participatory mentoring*) yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam seluruh tahapan proses digitalisasi usaha. Pendekatan ini bertujuan agar kegiatan tidak sekadar berfokus pada penerapan teknologi, tetapi juga memperkuat literasi digital, kemampuan manajerial, serta kemandirian mitra dalam mengelola sistem pemesanan online secara berkelanjutan. Program ini dilaksanakan selama enam bulan dan disusun dalam tahapan kegiatan yang sistematis sesuai kebutuhan mitra. Pada bulan pertama, tim melaksanakan identifikasi kebutuhan, wawancara dengan pemilik usaha, serta penyusunan strategi digitalisasi berdasarkan kondisi dan kemampuan operasional Hana Gimbab. Bulan kedua diisi dengan pelatihan penggunaan marketplace dan media sosial, yang difokuskan pada pengenalan fitur penjualan digital dan strategi promosi daring. Pada bulan ketiga, dilakukan pembuatan akun di GoFood dan ShopeeFood, unggah produk, serta optimalisasi deskripsi dan harga untuk menarik minat pelanggan secara online. Bulan keempat dan kelima difokuskan pada pendampingan penerapan sistem dan pemantauan penjualan, di mana tim memonitor aktivitas transaksi dan menyesuaikan strategi promosi digital. Akhirnya, pada

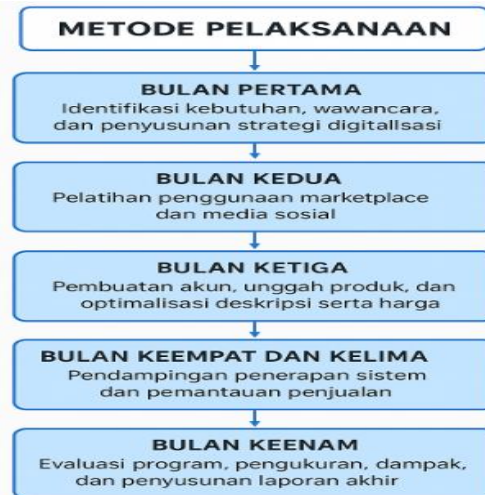
bulan keenam, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil digitalisasi, pengukuran dampak kegiatan, dan penyusunan laporan akhir sebagai bentuk dokumentasi dan refleksi capaian program.

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah UMKM kuliner Hana Gimbab, yang berlokasi di Jalan Merdeka 944, Karangajen, Yogyakarta. Pemilihan mitra dilakukan melalui analisis kebutuhan dan potensi pengembangan digital, dengan kriteria berupa: usaha kuliner aktif dengan sistem pemesanan konvensional, memiliki produk yang potensial untuk dijual secara daring, serta menunjukkan komitmen tinggi dalam mengikuti pendampingan. Pemilihan mitra berdasarkan survei lapangan dan kesiapan partisipatif dari pihak usaha.

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim menggunakan tablet sebagai alat pendukung utama yang diberikan kepada mitra untuk mendukung aktivitas digitalisasi. Tablet ini difungsikan sebagai perangkat untuk mengakses dan mengelola akun marketplace GoFood dan ShopeeFood, melakukan pembaruan menu, merespons pesanan pelanggan, serta memantau laporan transaksi harian. Penggunaan tablet dipilih karena sifatnya yang portabel dan mudah dioperasikan oleh pemilik maupun staf, sehingga mendukung efisiensi kerja tanpa memerlukan peralatan komputer tambahan. Selain itu, tim pengabdian juga menyediakan konsultasi kapan pun diperlukan melalui kanal komunikasi online.

Implementasi layanan pemesanan online melalui marketplace GoFood dan ShopeeFood, dengan rencana pengembangan lanjutan ke platform GrabFood pada tahap berikutnya. Sistem ini dirancang agar memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan secara daring sekaligus memberikan kontrol penuh kepada mitra terhadap stok menu, harga, dan proses transaksi. Setelah sistem berjalan, mitra mampu mengelola pemesanan secara mandiri, mempercepat proses pelayanan, dan mengoptimalkan waktu operasional. Hasil awal menunjukkan peningkatan efisiensi dan produktivitas sekitar 25% dibandingkan kondisi sebelum digitalisasi, serta peningkatan interaksi pelanggan melalui kanal online.

Data kegiatan dikumpulkan menggunakan observasi langsung, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi digital. Observasi dilakukan untuk memantau perubahan perilaku operasional dan penerapan sistem pemesanan online. Wawancara digunakan untuk menggali persepsi pemilik dan staf terhadap kemudahan penggunaan marketplace, sedangkan dokumentasi mencakup foto kegiatan, tampilan akun GoFood dan ShopeeFood, serta catatan transaksi daring. Data kuantitatif seperti jumlah pesanan pelanggan digunakan untuk mengukur dampak digitalisasi terhadap kinerja usaha. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana menggunakan perbandingan persentase sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendampingan digitalisasi melalui GoFood dan ShopeeFood berhasil meningkatkan keterampilan digital, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing Hana Gimbab di industri kuliner berbasis platform digital.



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan digitalisasi pemesanan hana gimbab

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pendampingan digitalisasi pada UMKM kuliner Hana Gimbab berlangsung selama enam bulan dan menghasilkan beberapa capaian utama. Berdasarkan tahapan kegiatan, hasil yang dicapai dapat dirangkum sebagaimana pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Capaian kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM Hana Gimbab

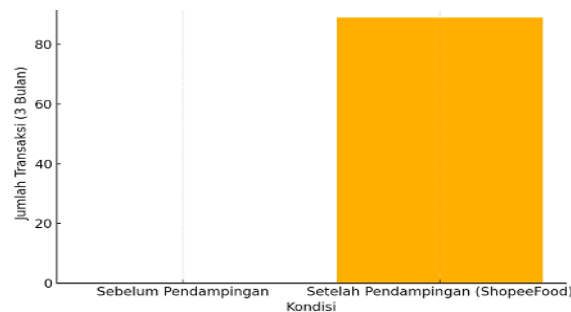
Bulan	Kegiatan Utama	Capaian Hasil
1	Identifikasi kebutuhan, wawancara, dan penyusunan strategi digitalisasi	Teridentifikasi masalah utama yaitu keterbatasan pemesanan manual, kurangnya promosi digital, dan belum adanya sistem marketplace
2	Penyerahan tablet dan pelatihan awal aplikasi	Mitra memahami dasar penggunaan GoFood dan ShopeeFood, serta strategi visualisasi produk dan promosi
3	Pembuatan akun, unggah produk, dan optimalisasi deskripsi serta harga	Akun GoFood dan ShopeeFood aktif; >10 produk kuliner telah diunggah dengan foto dan deskripsi yang menarik
4-5	Pendampingan penerapan sistem dan pemantauan penjualan	Terjadi peningkatan transaksi rata-rata 30 transaksi per bulan per aplikasi marketplace dibanding sebelum digitalisasi
6	Evaluasi dan penyusunan laporan akhir	Mitra mampu mengelola akun secara mandiri; peningkatan literasi digital dan efisiensi operasional tercapai

Adapun Tahapan yang telah dilaksanakan meliputi penyerahan alat dan pendampingan didokumentasikan dalam kolasi di gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan pendampingan meliputi penyerahan table dan pendampingan

Berisi kesimpulan dan beberapa rekomendasi, tidak disarankan dalam bentuk pointer, tetapi dalam bentuk paragraf yang tersusun terstruktur sesuai dengan urutan masalah yang dibahas dalam artikel. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aktivitas transaksi online. Sebelum dilakukan pendampingan, transaksi online belum tercatat (0 transaksi) karena pemesanan hanya dilakukan secara langsung. Setelah penerapan marketplace selama tiga bulan, tercatat sebanyak 89 transaksi melalui ShopeeFood, sebagaimana digambarkan pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Kondisi sebelum dan setelah pendampingan selama 3 bulan

Data tersebut memperlihatkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kegiatan penjualan online setelah sistem digital diterapkan. Selain peningkatan transaksi, efisiensi kerja juga mengalami kemajuan. Proses pemesanan yang sebelumnya memakan waktu sekitar lima hingga sepuluh menit per pesanan kini dapat diselesaikan dalam waktu kurang dari tiga menit berkat otomatisasi pada platform marketplace. Pemilik usaha tidak lagi harus mencatat pesanan secara manual karena data pesanan, pembayaran, dan pengiriman telah tercatat otomatis melalui sistem GoFood dan ShopeeFood.

Selain aspek penjualan, pendampingan ini juga berdampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan kemampuan teknis mitra. Sebelum kegiatan dimulai, pemilik usaha belum terbiasa menggunakan aplikasi marketplace. Setelah pelatihan, mitra mampu membuat deskripsi produk yang menarik, memperbarui menu, serta melakukan promosi mandiri melalui media sosial. Penggunaan tablet sebagai alat pendukung utama sangat membantu dalam proses ini. Tablet digunakan untuk mengakses akun marketplace, merespons pesanan pelanggan, serta memantau laporan transaksi harian. Dengan bantuan alat ini, pemilik usaha dapat beradaptasi lebih cepat terhadap sistem digital tanpa bergantung pada perangkat komputer yang lebih kompleks.

Peningkatan tersebut dapat dilihat secara lebih jelas pada Tabel 1 berikut yang membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah implementasi sistem digitalisasi.

Tabel 2. Perbandingan sebelum dan setelah pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Sistem Pemesanan	Manual (<i>WhatsApp</i> dan langsung)	Digital melalui <i>ShopeeFood</i> dan <i>GoFood</i>
Jumlah Transaksi	Tidak pasti / 0 transaksi online	89 transaksi online selama 3 bulan
Media Promosi	Dari mulut ke mulut	Marketplace dan media sosial
Efisiensi Operasional	Proses lambat dan manual	Otomatisasi, cepat, dan efisien
Pencatatan Penjualan	Manual dalam buku tulis	Digital melalui dashboard marketplace

Dari tabel 2 di atas terlihat bahwa kegiatan pendampingan membawa perubahan mendasar pada cara usaha beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Marketplace tidak hanya berfungsi sebagai kanal penjualan, tetapi juga sebagai sarana promosi dan pengelolaan data usaha yang lebih terukur. Penggunaan fitur-fitur seperti menu insight dan customer review di ShopeeFood dan GoFood juga membantu pemilik usaha dalam memahami preferensi konsumen dan menyesuaikan strategi produk.

Secara ekonomi, pendampingan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan omzet usaha. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data transaksi, pendapatan rata-rata bulanan meningkat setelah sistem marketplace diimplementasikan. Selain itu, terdapat peningkatan jumlah pelanggan baru yang ditemukan melalui kanal online, memperluas jangkauan pasar dari pelanggan sekitar menjadi pelanggan dari luar wilayah Karangkajen. Hasil ini mengindikasikan bahwa transformasi digital melalui marketplace menjadi salah satu solusi efektif bagi UMKM kuliner dalam memperkuat daya saing di era digital.

Dari sisi sosial, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian mitra dalam mengelola usaha berbasis teknologi. Pemilik usaha menunjukkan inisiatif untuk menambah variasi menu dan mengatur promosi sesuai waktu ramai pelanggan, seperti pada akhir pekan dan jam makan siang. Hal ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir menuju pemanfaatan data digital sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Secara akademik, hasil kegiatan ini mendukung (Andini & Yulianto, 2024; Evangeulista et al., 2023; Fitriyana & Hadithya, 2023) yang menyatakan bahwa integrasi UMKM ke dalam sistem marketplace mampu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar. Temuan ini juga sejalan dengan (Clinton & Vanomy, 2023; Wijaya et al., 2023) yang menekankan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh pendampingan intensif yang berfokus pada literasi digital dan keterampilan praktis. Dalam konteks Hana Gimbab, keberhasilan implementasi marketplace GoFood dan ShopeeFood memperlihatkan bahwa model pendampingan berbasis praktik langsung jauh lebih efektif dibandingkan pelatihan teoretis.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan performa penjualan tetapi juga menanamkan digital mindset pada pelaku usaha. Hana Gimbab kini mampu beradaptasi dengan ekosistem digital dan terus mengembangkan kanal penjualannya secara mandiri. Pencapaian ini memperlihatkan bahwa program pendampingan digitalisasi memiliki kontribusi nyata dalam mendorong UMKM kuliner untuk tumbuh dan bersaing di pasar digital secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pendampingan digitalisasi pada UMKM Hana Gimbab melalui penerapan ShopeeFood dan GoFood berhasil meningkatkan transaksi online dari 0 menjadi 89 pesanan dalam 3 bulan serta menaikkan pemesanan online. Penggunaan tablet mempermudah pengelolaan akun,

mempercepat layanan, dan meningkatkan literasi digital mitra sehingga sistem pemesanan menjadi lebih efisien dan mandiri.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan berbasis praktik langsung dan teknologi sederhana efektif mempercepat transformasi digital UMKM kuliner. Ke depan, disarankan untuk memperluas ke platform marketplace lainnya, memperkuat pelatihan promosi digital, dan melibatkan dukungan berkelanjutan dari perguruan tinggi serta pemerintah daerah guna menjaga keberlanjutan hasil program

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebagai penyandang dana Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P., & Yulianto, H. (2024). *Peranan Digitalisasi Dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Inklusif: Studi Kasus Pada UMKM Kuliner di Makassar*. 10.
- Arrofi, R., Ajie, R., & Sutabri, T. (2024). Penggunaan transformasi digital bisnis untuk para pelaku UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan ...*, Query date: 2025-11-07 11:33:25. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JRIME/article/view/1130>
- Aswin, U., Gustina, L., & Dianti, M. (2023). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner di Cafe Uniang Pasca Pandemi Covid-19: GOFOOD DAN *Jurnal Pemberdayaan ...*, Query date: 2025-11-07 11:33:25. <https://pdfs.semanticscholar.org/1d58/f5d3156bdd08dab8d8a48f1212f1fc2f2530.pdf>
- Clinton, Y., & Vanomy, A. (2023). Pengembangan Umkm Kuliner Di Kota Batam Melalui Transformasi Ke Platform Digital di Era Revolusi Industri 4.0. *Fortunate Business Review*, Query date: 2025-11-07 11:33:25.
- Damanik, A. H., Sugara, H., & Siregar, V. M. M. (2025). Strategi Live Streaming untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital: Analisis Perilaku Belanja Konsumen. *Jurnal Akuntansi*, 9.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, T., & Madiistriyatno, H. (2023). *Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi*. 16.
- Fitriyana, N., & Hadithya, R. (2023). Analisis digitalisasi umkm bidang kuliner di kecamatan bandung kidul kota bandung. *Jurnal Study ...*, Query date: 2025-11-07 11:33:25. <https://jurnalsmart.digitechuniversity.ac.id/index.php/jurnalsmart/article/download/174/132>
- Wijaya, R., Rahmaita, R., Murniati, M., Nini, N., & ... (2023). Digitalisasi akuntansi bagi pelaku UMKM di Lubuk Minturun. *Jurnal Pengabdian ...*, Query date: 2025-11-07 11:33:25. <http://103.241.192.17/~jurnalunidha/index.php/JPMDA/article/view/707>.