



## Optimalisasi Layanan Online Food Delivery sebagai Pendukung Usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi

A Gofur Ahmad<sup>1\*</sup>, Nor Laila<sup>\*2</sup>, Djoko Hananto<sup>3</sup>, Agil Mustofa<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia ,15419

E-mail:\* [nor.laila@umj.ac.id](mailto:nor.laila@umj.ac.id)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v7i2.3149>

---

### Info Artikel:

Diterima :  
2026-04-29

Diperbaiki :  
2026-05-02

Disetujui :  
2026-05-02

**Kata Kunci:** Optimalisasi,  
Layanan Online, Food, Delivery

**Abstrak:** Siomay merupakan salah satu kuliner khas Indonesia. Lokasi usaha berada di wilayah Jakarta Selatan. Kegiatan usaha ini masih terbatas pada penjualan melalui konsumen langsung ke lokasi usaha, sehingga belum menggunakan platform digital. Sehingga belum menjangkau pemasaran secara luas. Tujuan pengabdian masyarakat ini mendampingi pemilik usaha dalam proses digitalisasi melalui pembuatan dan pemanfaatan. Metode pelaksanaan meliputi observasi, pembuatan akun dan qris. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan adanya perolehan pemahaman pelaku usaha mengenai cara mengelola aplikasi untuk meningkatkan penjualan. Dengan demikian, hasil kegiatan pendampingan ini berhasil mendukung modernisasi usaha kuliner siomay agar tetap relevan di era digital.

**Abstract:** Siomay is a typical Indonesian culinary dish. The business is located in South Jakarta. Its activities are still limited to direct sales to consumers, so it has not yet utilized a digital platform. Consequently, it has not yet reached a wide market. The purpose of this community service is to assist business owners in the digitalization process through the creation and utilization of siomay. Implementation methods include observation, account creation, and QR code verification. The results of the community service activities indicate that business owners have gained understanding of how to manage applications to increase sales. Thus, the results of this mentoring activity successfully support the modernization of siomay culinary businesses so they remain relevant in the digital era.

**Keywords:** Optimization,  
Online Services, Food, Delivery

---

## Pendahuluan

Usaha kuliner yang memiliki potensi luaran yang menjanjikan yaitu makanan olahan (Feriyansyah & Febriansyah, 2023). Salah satu kuliner yang menarik untuk dikonsumsi adalah siomay. Siomay ialah produk makanan yang mempunyai cita rasa yang unik serta memiliki tekstur lembut dan kenyal (Hidayatullah et al., 2021). Siomay merupakan produk olahan ikan yang mengandung protein tinggi (Mufarokhah, 2020). Usaha kuliner siomay Yayan Gg. H. Ridi, yang berlokasi di daerah Cipulir Jakarta Selatan. Merupakan usaha rumahan. Usaha rumahan merupakan jenis usaha yang menjanjikan (Tarmizi & Lamidi, 2023). Pemilik usaha siomay adalah Pak Yayan, sudah menekuni usaha siomay sejak 30 tahun. Memiliki 5 usaha gerobak dan 1 usaha siomay pangkalan.

Saat ini usaha kuliner cukup tinggi, namun keterlibatan pelaku usaha pada *platform digital* tergolong masih rendah. Sehingga dapat dikatakan pemanfaatan platform digital seperti layanan penjualan online belum optimal (Pratama et al., 2023). Namun melihat kondisi masyarakat umumnya kini bergantung pada teknologi *digital* untuk memenuhi berbagai kebutuhan termasuk pemesanan makanan. Sehingga memacu timbulnya platform digital berbasis aplikasi untuk memfasilitasi interaksi cepat antara pelaku usaha dan konsumen (Nisa et al., 2025).

Aplikasi layanan platform seperti GrabFood, ShopeeFood, GoFood adalah contoh platform *Online food delivery* yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia (Ningtyas, 2025). Aplikasi ini menawarkan beberapa keunggulan, seperti kecepatan pengiriman, ketepatan pemesanan yang mengurangi kesalahan dalam pengiriman. Faktor psikologis juga ikut berpengaruh, dimana persepsi pengguna terhadap aplikasi ini sangat positif, meningkatkan kepuasan mereka berkat kemudahan (Kurniawan, 2023). Saat ini penggunaan media sosial sudah semakin meluas (Tarmizi et al., 2023)

Permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha yaitu dalam hal media pemasaran, seperti : (1) Pelaku usaha Bapak Yayan kurang memahami adanya *e-commerce*, sehingga lebih mengutamakan pembelian secara langsung sehingga cakupan pasar kurang luas. (2) Rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur pendaftaran akun dan pengelolaan akun bisnis pada aplikasi tersebut (3) Salah satu upaya usaha untuk meningkatkan penjualan adalah promosi (Tarmizi et al., 2025) (4) meningkatnya jumlah persaingan dengan pelaku usaha lainnya yang telah terlebih dahulu menggunakan aplikasi tersebut.

Program kegiatan pengabdian masyarakat yang kami tawarkan kepada Pelaku usaha siomay, yaitu :

1. Pendampingan kepada pelaku usaha Pak Yayan untuk pembuatan akun platform dimulai dari melakukan proses pendaftaran dimulai dengan dokumen yang harus dilengkapi, pengisian data, hingga melakukan aktivasi pada akun tersebut
2. Memberikan pelatihan kepada pelaku usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi tentang pemanfaatan fitur pada platform, dengan cara memberikan pemahaman pengelolaan akun, pengaturan menu, harga, foto produk, serta strategi promosi.
3. Melakukan edukasi pemanfaatan layanan pemesanan online, untuk mendorong pelaku usaha Pak Yayan guna optimalisasi penggunaan platform agar konsumen dapat membeli produk tanpa harus datang langsung.

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Meningkatkan kemampuan pelaku usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi dan daya saing pelaku usaha kuliner siomay dengan memanfaatkan platform digital *ShopeeFood* untuk melakukan pemasaran siomay sehingga jangkauan penjualan menjadi luas (Lailla et al., 2024).
2. Memberikan pemahaman kepada pelaku usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi tentang strategi pemasaran produk kuliner yang kompetitif di platform digital (Lailla & Sriminarti, 2022).
3. Menumbuhkan kemandirian kepada pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis Siomay Yayan Gg. H. Ridi berbasis digital secara berkelanjutan

## Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan bertahap yang dirancang secara sistematis, sehingga setiap proses kegiatan dapat berjalan secara efektif dan memberikan dampak yang optimal bagi mitra.

Lokasi kegiatan dilakukan di Cipulir Jakarta Selatan. Metode yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan (Febriandini et al., 2023). Tahapan ini dirancang agar tujuan kegiatan dapat tercapai secara optimal, mulai dari persiapan hingga edukasi penggunaan aplikasi (Perbawa et al., 2025), yaitu:

1. **Tahap persiapan.** Tahapan ini tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) melakukan langkah awal, yaitu:
  - a. Melakukan koordinasi antar tim Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) untuk menyusun melakukan rencana kegiatan yang akan dilakukan ke pelaku usaha siomay.

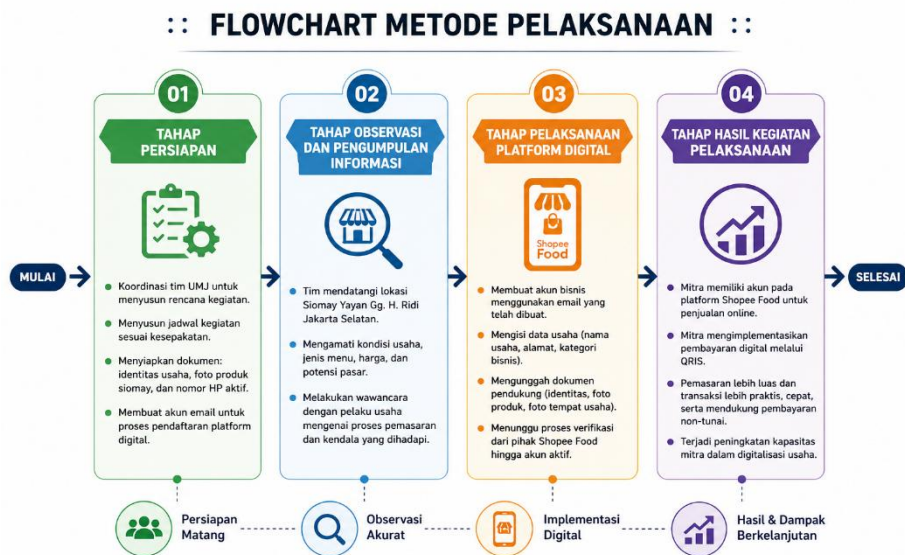
- b. Menyusun jadwal untuk kegiatan pengabdian masyarakat, untuk jadwal disesuaikan dengan waktu tim dan pelaku usaha.
  - c. Menyiapkan dokumen yang dibutuhkan identitas usaha, foto produk siomay dan nomor Hp yang aktif yang akan digunakan untuk kegiatan penjualan.
  - d. Membuat akun email untuk pemilik usaha yang akan digunakan untuk proses pendaftaran platform digital.
2. **Tahap Observasi dan Pengumpulan Informasi.** Tahapan observasi dilakukan oleh tim dengan cara mendatangi lokasi usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi Jakarta Selatan, untuk mendapatkan gambaran mengenai kondisi usaha, jenis menu, harga yang ditawarkan serta potensi pasar. Dengan demikian dapat diketahui strategi pemasaran yang tepat guna membantu proses pemasaran digital. Pada saat tersebut, tim juga melakukan komunikasi langsung dengan cara wawancara kepada pelaku usaha untuk mendapatkan gambaran informasi mengenai proses pemasaran yang selama ini dilakukan termasuk kendala yang dihadapi.
3. **Tahap pelaksanaan kegiatan platform digital**



*Gambar 1.* Kegiatan pengabdian masyarakat

Pada tahapan ini, tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta melakukan pendampingan kepada pelaku usaha untuk melakukan proses pendaftaran akun di aplikasi *Shopee Food*. Dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Membuat akun bisnis dengan menggunakan email yang telah dibuat sebelumnya.
  - b. Melakukan pengisian data usaha siomay seperti nama usaha, alamat lengkap, dan kategori bisnis
  - c. Langkah selanjutnya mengunggah dokumen pendukung yang diminta di dalam aplikasi, seperti identitas pemilik usaha, foto produk yang dijual, dan foto tempat usaha.
  - d. Apabila langkah-langkah di atas telah dilakukan, selanjutnya kita menunggu proses verifikasi dari pihak Gojek hingga akun dapat aktif digunakan.
4. Tahap Hasil kegiatan pelaksanaan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 2. Alur kegiatan PKM

Pada tahap hasil kegiatan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, mitra telah mengalami peningkatan dalam aspek pemasaran dan sistem pembayaran. Mitra kini telah memiliki akun pada platform *e-commerce Shopee Food* yang digunakan sebagai sarana penjualan produk secara online, sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas. Selain itu, Siomay Yayan Gg. H. Ridi juga telah mengimplementasikan sistem pembayaran digital melalui QRIS. Dengan adanya QRIS, proses transaksi menjadi lebih praktis, cepat, dan mendukung berbagai metode pembayaran non-tunai. Penerapan kedua hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam mengikuti perkembangan digitalisasi usaha, khususnya dalam bidang pemasaran dan transaksi keuangan.

## Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pelaku usaha Siomay Yayan Gg. H. Ridi, terdapat hasil yang telah di capai guna mendukung transformasi usaha kuliner ke arah digitalisasi melalui pemanfaatan platform *ShopeeFood*. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap, dimulai dari sosialisasi, pelatihan teknis, hingga pendampingan operasional.

1. Pemilik usaha berhasil didaftarkan untuk diverifikasi sebagai mitra *Shopee Food*. Proses ini melibatkan pendampingan dalam pengisian data usaha, pengunggahan dokumen yang diperlukan. Hal ini menjadi langkah awal penting bagi pelaku usaha siomay untuk masuk ke ekosistem digital.
2. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan wawasan kepada pelaku usaha siomay untuk mampu bersaing di era digital saat ini. Hal yang tidak kalah untuk diperhatikan yaitu menjaga kualitas siomay, kebersihan produk, kecepatan pelayanan dan menu yang inovatif sehingga membuat konsumen tidak bosan dengan varian siomay yang ada saat ini.

Dengan melakukan penjualan menggunakan platform digital maka siomay selangkah lebih maju karena sudah mengikuti perkembangan teknologi.

### 1. Ketercapaian Kegiatan

Ketercapaian kegiatan dalam program pengabdian masyarakat ini dapat dinilai dari keberhasilan setiap tahapan yang telah direncanakan serta dampaknya terhadap pelaku usaha siomay. Secara umum, kegiatan telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

#### A. Ketercapaian Observasi dan Pengumpulan Informasi

Pada tahapan melakukan observasi, tim pengabdian masyarakat melakukan wawancara pengamatan terkait kendala penjualan. Hasil wawancara dapat diketahui secara umum gambaran usaha siomay dan dapat secara langsung berkomunikasi dengan pelaku usaha, termasuk kesulitan/hambatan yang terjadi selama penjualan. Dapat dikatakan bahwa observasi ini berhasil karena dari hasil wawancara dapat dilakukan tindakan lebih lanjut terhadap kegiatan pengabdian masyarakat.

#### B. Ketercapaian Pembuatan Akun platform *ShopeeFood*

Pada tahap selanjutnya yaitu, tercapainya pembuatan akun platform digital *ShopeeFood* . Pendampingan kepada pemilik siomay untuk membuat alamat email baru menggunakan nomor telepon yang masih aktif. Kemudian pengisian data usaha

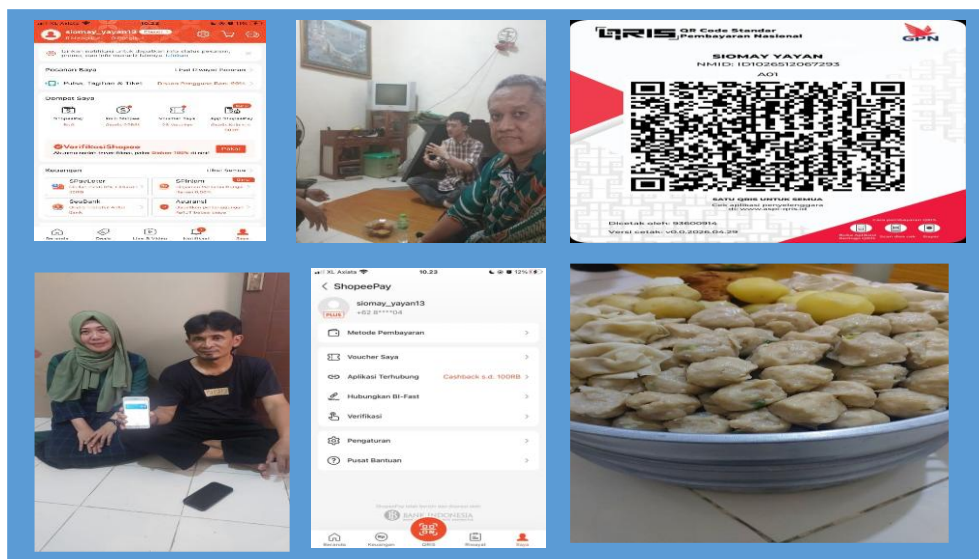
nama usaha, alamat lengkap, kategori usaha, hingga pada nomor rekening pembayaran yang akan digunakan untuk transaksi usaha tersebut. Dengan adanya platform *ShopeeFood* menunjukkan bahwa terjadinya pencapaian penting untuk langkah awal pengenalan usaha siomay pada platform digital.

### C. Ketercapaian Edukasi Pemanfaatan Aplikasi

Setelah akun siomay aktif, tahapan selanjutnya yaitu memberikan edukasi kepada pemilik usaha terkait pemanfaatan aplikasi *ShopeeFood*. Tim pengabdian masyarakat membuat tahapan proses aplikasi dengan materi edukasi yang sederhana dan simpel sehingga mudah di pahami oleh pelaku usaha, dan pemilik usaha dapat belajar atau membaca kembali tahapan penggunaan aplikasi digital tersebut.

### D. Dampak Awal Kegiatan

Hasil kegiatan menunjukkan dampak positif terhadap perkembangan usaha Siomay yang sudah aktif, usaha kini dapat menjangkau konsumen lebih luas, termasuk pengguna *ShopeeFood* di luar wilayah sekitar.



Gambar 3. Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

### Partisipasi pelaku Usaha

Partisipasi pelaku usaha dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini tergolong aktif dan berperan penting dalam keberhasilan program. Sejak tahap awal hingga akhir kegiatan, pelaku usaha terlibat langsung dalam setiap proses yang dilaksanakan oleh tim. Hal ini ditunjukkan dengan menyediakan data dan dokumen yang dibutuhkan, seperti identitas usaha, foto produk, serta nomor kontak aktif. Pada

tahap observasi, pelaku usaha juga terbuka dalam memberikan informasi terkait kondisi usaha siomay, strategi pemasaran yang selama ini digunakan, serta kendala yang dihadapi. Selanjutnya, dalam proses pendaftaran ke platform digital, pelaku usaha siomay mengikuti arahan tim pengabdian masyarakat dan pendampingan secara langsung, mulai dari pembuatan akun *ShopeeFood*.

## **Kesimpulan**

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan Universitas Muhammadiyah Jakarta, terhadap pelaku usaha siomay menunjukkan hasil bahwa pemanfaatan platform digital seperti *ShopeeFood* secara umum mampu menjadi alternatif peningkatan penjualan dan meningkatkan daya saing usaha kuliner terutama Siomay Yayan Gg. H. Ridi. Melalui pendampingan pembuatan akun, pelatihan pengelolaan fitur yang ada di platform digital, serta edukasi penggunaan aplikasi layanan pemesanan online, pelaku usaha siomay yang sebelumnya belum memahami kini mulai mengelola bisnisnya secara lebih modern dan efisien.

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan Universitas Muhammadiyah Jakarta menunjukkan bahwa pelaku usaha siomay mampu untuk mengintegrasikan pengelolaan menu, harga, dan promosi ke dalam ekosistem digital. Pemahaman akan pemasaran digital juga mendorong kemandirian pelaku usaha siomay dalam mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Dengan demikian, digitalisasi melalui platform layanan pesan-antar makanan tidak hanya meningkatkan potensi penjualan, tetapi juga menjadi langkah strategis bagi pelaku usaha siomay untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

## **Ucapan Terima Kasih**

Tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## **Referensi**

Febriandini, E., Rohaini, E., Rahayu, E. P., Anggraeni, E. I., Aryati, E. B., & Afandi, A. J. (2023). Optimasi pemasaran digital sebagai program pendampingan pada

catering dan gado-gado Bu Tatik dalam meningkatkan omset. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 646–650.

Feriyansyah, A., & Febriansyah, F. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Usaha Makanan Ringan di Kota Pagar Alam). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 289–298.

Hidayatullah, A., Erlina, S., & Hasiani, Y. (2021). PENGOLAHAN SIOMAY DARI HASIL TERNAK DI DESA BENTOK KAMPUNG KECAMATAN BATI-BATI KABUPATEN TANAH LAUT. *Prosiding Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen UNISKA MAB*.

Kurniawan, E. D. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Seluler Pesan Antar Makanan Secara Berkelanjutan di Masa Pandemi Covid-19: Studi Empiris pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*.

Lailla, N., & Sriminarti, N. (2022). The Role Of Msme Marketing Strategy In Achieve Competitive Advantage: Peran Strategi Pemasaran UMKM Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3, 437–442.

Lailla, N., Tarmizi, M. I., Pratiwi, R. E., & Jamilah, S. (2024). Pelatihan Desain Logo Roti RTM Guna Membangun Identitas Dan Strategi Branding Usaha. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 5(1), 63–67.

Mufarokhah, N. (2020). Usaha Kreatif Siomay Ikan di Desa Randuagung Kabupaten Gresik. *Jurnal ABM Mengabdi*, 7(1), 38–45.

Ningtyas, N. A. (2025). Optimalisasi Layanan Online food delivery Sebagai Pendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Simokerto. *Jurnal Sinabis*, 1(2), 556–564.

Nisa, S. F., Musyrifah, W. A., Fiyan, S. A., Hasanah, W., Hasanah, U., Amaliah, F., Ramadani, M. U., Aqila, I. L. N., Umani, A. F. C., & Muzayyin, M. (2025). Strategi Optimalisasi Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 2664–2668.

Perbawa, I. K. S. L. P., Bhegawati, D. A. S., Mirayanti, N. W., & Wanda, N. L. P. E. (2025). MODERNISASI ANGKRINGAN THE BEJI MELALUI PENDAMPINGAN PEMBUATAN AKUN DAN PEMANFAATAN FITUR GOBIZ-GOFOOD UNTUK PEMESANAN ONLINE. *Prosiding Seminar*

Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar, 4(2), 128–136.

Pratama, A. Y., Pambudi, Z. A., Magrita, C., & Sakti, I. M. (2023). Optimalisasi digital marketing pada UMKM Amadonathi melalui sosial media dan website. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 243–250.

Tarmizi, M. I., Lailla, N., Hidayat, G., & Pratiwi, R. E. (2025). Perancangan E-Catalog Produk guna Mempromosikan Produk Plakat pada Putri Advertising. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(3), 1501–1509.

Tarmizi, M. I., & Lamidi, N. L. (2023). Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Workaholic UV Printing. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 4(3), 268–274.

Tarmizi, M. I., Lamidi, N. L., Hidayat, G., & Rusdi, S. A. (2023). Mewujudkan Akuntansi Melalui Model Pembukuan Sederhana & Flayer Promosi Sebagai Strategi Pemasaran Pada Usaha Rumahan Abuna. *ALAMTANA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT UNW MATARAM*, 4(2), 177–182.