

Pemanfaatan Platform Digital Delivery Dkampus Pada Komunitas UMKM F&B Footy Bandung

Astadi Pangarso¹, Yulia Nur Hasanah^{2*}, Arry Widodo³, Sri Widaningsih⁴,
Rini Handayani⁵, Rizza Indah Mega Mandasari⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Universitas Telkom, Indonesia
*yulianh@telkomuniversity.ac.id

Received 04-07-2023

Revised 17-07-2023

Accepted 27-07-2023

ABSTRAK

Pembangunan ekonomi nasional sangat tergantung pada peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ini, bisnis pembelian makanan secara online telah menjadi tren yang diminati oleh masyarakat. Meskipun banyak platform online yang tersedia, namun terdapat beberapa keterbatasan yang menghambat pemilik bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas. UMKM F&B Footy Bandung, sebuah komunitas UMKM yang berfokus pada bidang F&B, menghadapi tantangan dalam meningkatkan awareness dan penjualan produk mereka. Untuk mengatasi masalah ini, dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan platform DKampus sebagai sarana penguatan dan pemasaran produk UMKM F&B Footy Bandung. Kegiatan ini dilakukan dengan pendampingan dalam implementasi dan penggunaan platform DKampus. Hasilnya, kegiatan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM F&B Footy Bandung dalam mendorong bisnis mereka dan memperluas pasar. Para pelaku UMKM F&B Footy Bandung merasa kegiatan ini sesuai dengan tujuan dan kebutuhan UMKM, membantu mereka untuk bersaing dalam era bisnis online yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penerapan platform DKampus menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan produk UMKM F&B Footy Bandung serta mendukung pembangunan ekonomi nasional secara lebih luas.

Kata kunci: UMKM; F&B; Online food delivery; Platform

ABSTRACT

National economic development is highly dependent on the important role of Micro, small, and medium enterprises (MSMEs). In this context, the business of buying food online has become a trend that is in demand among the public. Although many online platforms are available, there are some limitations that prevent business owners from reaching a wider market. UMKM F&B Footy Bandung, an MSME community that focuses on the F&B field, faces challenges in increasing awareness and sales of their products. To overcome this problem, community service activities were carried out using the DKampus platform as a means of strengthening and marketing F&B FOOTY Bandung MSME products. This activity is carried out with assistance in the implementation and use of the DKampus platform. As a result, this activity provides significant benefits for F&B FOOTY Bandung MSMEs in encouraging their business and expanding the market. The F&B FOOTY Bandung MSME players feel that this activity is in accordance with the goals and needs of MSMEs, helping them to compete in an increasingly competitive online business era. Thus, the implementation of the DKampus platform is an effective solution to increase awareness and sales of F&B Footy Bandung MSME products and support national economic development more broadly.

Keywords: MSME; F&B; Online food delivery; platform

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini teknologi informasi digital mengalami kemajuan yang sangat pesat dan memengaruhi berbagai macam industri salah satunya adalah industri *food and beverage* (F&B) (Ulva et al., 2023). Ditambah dengan tren dominan di tahun 2010, distribusi menggunakan sistem *online food delivery* (OFD) menjadi bagian penting dari distribusi industri restoran (Müller & Christandl, 2019). Munculnya OFD dapat dikaitkan dengan perubahan sifat dan gaya hidup konsumen perkotaan (Novita & Husna, 2020). Konsumen perkotaan menggunakan layanan pesan-antar makanan karena berbagai alasan, namun tidak mengejutkan, alasan paling umum tampaknya adalah kebutuhan akan makanan yang cepat dan nyaman selama atau setelah hari yang sibuk. Berbagai layanan pengiriman makanan yang tersedia dapat mengurangi bahkan menghilangkan kesulitan konsumen untuk memikirkan dan merencanakan makanan yang akan dimakan. Layanan pesan antar makanan telah banyak mengubah perilaku konsumen, terutama konsumen perkotaan, sehingga penggunaan layanan OFD menjadi hal yang biasa dan rutin. Bagi masyarakat kota yang sibuk, layanan OFD merupakan pilihan yang nyaman selama hari kerja yang sibuk di kota karena memungkinkan mereka mendapatkan makanan yang diinginkan di kantor atau rumah mereka sementara mereka memiliki kebebasan untuk terus melakukan aktivitas lain. Terlihat bahwa layanan OFD memberikan kemudahan dan penghematan waktu bagi pelanggan karena mereka dapat membeli makanan tanpa harus pergi dari tempat mereka berada (Yunus, 2017). OFD akan menghemat waktu konsumen untuk mencari tempat makan dan waktu menunggu di restoran, yang berarti konsumen akan lebih memilih menggunakan layanan OFD karena akan menghemat waktu mereka (Sultan & Uddin, 2011). Penelitian lain juga menyatakan bahwa pelanggan dapat mencari informasi tentang berbagai jenis makanan dan membandingkan harga makanan kapan saja dan di mana saja dengan layanan OFD (Yeo et al., 2017). Dengan demikian, faktor penghematan waktu akan menjadi elemen penting dalam memotivasi pelanggan untuk menggunakan layanan OFD (Sultan & Uddin, 2011).

Generasi Z dan Generasi Milenial merupakan generasi yang paling besar jumlahnya di Indonesia (Faizah & Zulfaturrohmaniyah, 2023). Genresasi Z dan Generasi Milenial adalah kelompok generasi yang paling banyak berkontribusi pada kegiatan jual beli dan konsumsi. Generasi ini menjadikan makanan sebagai kebutuhan primer dalam kehidupannya sehingga generasi ini dapat menjadi penggerak utama pada pertumbuhan OFD (Nasution et al., 2020). Generasi ini mampu memesan makanan secara online sebanyak dua sampai tiga kali dalam satu minggu (Hanifawati & Listyaningrum, 2021). Bahkan Gen Z mempunyai kecenderungan membeli makanan secara online dalam frekuensi yang lebih tinggi jika dibandingkan Generasi Milenial karena mereka merasa pembelian makanan secara online sangat mudah dan tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk jalan menuju tempat makan (Az-zahra et al., 2021). Layanan OFD perlahan tapi pasti berdampak pada industri makanan dan minuman karena potensinya untuk menumbuhkan bisnis, memastikan produktivitas

karyawan yang lebih tinggi, memberikan akurasi pesanan, dan membangun basis data pelanggan penting (Moriarty, 2016). Berdasarkan fenomena tersebut, maka para pelaku UMKM dapat meningkatkan performa bisnisnya dengan cara meningkatkan kreativitas produk maupun layanannya dengan meningkatkan sumber daya manusia dan teknologi yang dimiliki, dan yang tidak kalah penting memperluas pemasarannya (Febriansyah et al., 2023). Oleh karena itu, para pelaku UMKM khususnya yang berfokus pada produk makanan dan minuman atau F&B harus mengikuti pola pembelian makanan dan minuman secara online guna meningkatkan produktivitas dan pengembangan usaha. Dengan mengikuti pola pembelian online, para pelaku UMKM juga dapat memperluas pasarnya dan mendapatkan pasar yang tepat sesuai dengan target pasar (Hidayat et al., 2023).

Tujuan dari pegabdian pada masyarakat ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami potensi platform DKampus sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan performa bisnis dan usaha para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang F&B, untuk mencapai hal tersebut diuraikan beberapa hal berikut:

1. Menganalisis Efektivitas Platform DKampus: untuk mengevaluasi efektivitas platform DKampus dalam membantu para pelaku UMKM meningkatkan penjualan produk UMKM. Melalui analisis ini, akan dikaji sejauh mana platform DKampus dapat mencapai target pasar secara langsung, khususnya melalui partisipasi aktif mahasiswa sebagai kurir pengiriman.
2. Menilai Dampak pada UMKM dan Mahasiswa: mengukur dampak dari penggunaan platform DKampus pada para pelaku UMKM dan mahasiswa. Dalam hal ini, akan dievaluasi pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan UMKM, pemberian penghasilan tambahan bagi mahasiswa yang berperan sebagai kurir, serta memberikan pengalaman kerja dan peluang fleksibilitas kerja bagi mahasiswa.
3. Menganalisis Faktor Keberhasilan Penggunaan Platform: mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penggunaan platform DKampus oleh para pelaku UMKM. Faktor-faktor tersebut meliputi pemahaman, pelatihan, dan pendampingan dalam penggunaan platform yang diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM memanfaatkan platform secara maksimal.
4. Memberikan Rekomendasi dan Solusi: Berdasarkan temuan dari pegabdian pada masyarakat, diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan solusi bagi Telkom University dan para pelaku UMKM untuk lebih mengoptimalkan penggunaan platform DKampus. Rekomendasi ini dapat berupa strategi pemasaran yang lebih efektif, program pelatihan dan pendampingan yang tepat, serta perbaikan atau pengembangan fitur platform yang dapat meningkatkan manfaatnya bagi para pengguna.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang potensi dan manfaat dari platform DKampus bagi para pelaku UMKM di bidang F&B, serta mengidentifikasi langkah-langkah

konkret untuk meningkatkan pemanfaatannya melalui pemahaman, pelatihan, dan pendampingan yang tepat.

METODE PELAKSANAAN

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang F&B, khususnya UMKM F&B Footy Bandung. Berikut adalah sasaran yang ingin dicapai melalui kegiatan ini:

1. Peningkatan Pemahaman dan Kesadaran tentang Online Food Delivery (OFD): Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pelaku UMKM F&B Footy Bandung mengenai fenomena OFD. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang OFD, para pelaku UMKM diharapkan dapat menyadari potensi dan manfaat dari menggunakan platform online food delivery seperti DKampus untuk meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis mereka.
2. Pelatihan dalam Penggunaan Platform DKampus: Melalui pelatihan yang melibatkan demonstrasi dan contoh penggunaan platform DKampus, para pelaku UMKM diharapkan dapat memahami cara penggunaan platform tersebut secara praktis. Pelatihan ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fitur-fitur yang ada dalam platform DKampus dan bagaimana memanfaatkannya untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk UMKM.
3. Advokasi dalam Membuat Akun dan Mengelola Konten: Sasaran terakhir dari kegiatan ini adalah untuk mendukung para pelaku UMKM F&B Footy Bandung dalam membuat akun mereka di platform DKampus dan mengelola konten produk dengan baik. Dengan dukungan dan pendampingan langsung, diharapkan para pelaku UMKM dapat merasa lebih percaya diri dalam mengoperasikan platform DKampus dan memaksimalkan potensi pemasaran produk UMKM.

Melalui pendidikan, pelatihan, dan advokasi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini, diharapkan para pelaku UMKM F&B Footy Bandung dapat mengoptimalkan penggunaan platform DKampus sebagai sarana penguatan dan pemasaran produk mereka. Dengan demikian, UMKM F&B Footy Bandung diharapkan dapat meningkatkan performa bisnis dan usaha mereka serta memperluas pasar melalui pemanfaatan teknologi OFD.

Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah dimulai dengan memberikan pendidikan masyarakat yang disampaikan oleh narasumber kepada UMKM F&B Footy Bandung mengenai fenomena *online food delivery* (OFD) untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran para pelaku UMKM mengenai OFD. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan dengan cara demonstrasi dan contoh penggunaan platform DKampus dan terakhir advokasi, dimana para pelaku UMKM F&B Footy Bandung mencoba secara langsung untuk membuat akun hingga penginputan konten ke dalam platform DKampus. Metode pelaksanaan kegiatan

pengabdian masyarakat terbagi dalam tiga kegiatan utama sebagaimana pada Tabel 1 dan partisipasi mitra yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Tahapan Pengabdian	Metode Pelaksanaan
1	Pendampingan dan implementasi <i>platform Digital Delivery</i> DKampus UMKM makanan	Analisa kondisi dan permasalahan mitra
2	Pendampingan penggunaan <i>Platform Digital Delivery</i> DKampus UMKM makanan	Pendampingan dan Implementasi penggunaan <i>Platform Digital Delivery</i> DKampus
3	Membantu menginputkan konten pada <i>Platform Digital Delivery</i> DKampus UMKM makanan	Pendampingan kepada mitra secara <i>on site</i>

Tabel 2. Partisipasi Mitra

No	Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Pendampingan dan implementasi <i>Platform Digital Delivery</i> DKampus UMKM makanan	Membantu tim perancang dalam mendirikan dan menganalisa untuk pembangunan web edukasi digital
2	Pendampingan penggunaan <i>Platform Digital Delivery</i> DKampus UMKM makanan	Sebagai peserta kegiatan
3	Membantu menginputkan konten pada <i>Platform Digital Delivery</i> DKampus UMKM makanan	Sebagai peserta kegiatan

Selanjutnya, pada akhir kegiatan, para peserta dan pihak terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat akan diminta untuk mengisi sebuah survey. Survey ini bertujuan untuk menilai sejauh mana kegiatan pengabdian masyarakat telah memberikan manfaat bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) F&B Footy Bandung. Pengisian survey akan dilakukan menggunakan kuesioner yang telah disusun secara rinci dan tertera dalam Tabel 3.

Tabel 3 berisi pertanyaan-pertanyaan yang mencakup berbagai aspek, seperti peningkatan pemahaman tentang Online Food Delivery (OFD), efektivitas pelatihan dalam penggunaan platform DKampus, perubahan dalam pemasaran dan penjualan produk setelah mengadopsi platform DKampus, serta tingkat kepuasan dan kepercayaan para pelaku UMKM terhadap platform tersebut. Selain itu, survey juga akan menggali feedback dan saran dari para peserta guna meningkatkan kualitas dan manfaat kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang.

Hasil dari pengisian survey ini akan menjadi dasar evaluasi untuk mengevaluasi keberhasilan dan dampak dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dari evaluasi ini, akan dihasilkan informasi yang berharga untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan serupa di masa yang akan datang, serta sebagai acuan untuk memperluas dampak positifnya bagi UMKM F&B Footy Bandung dan masyarakat sekitar. Dengan demikian, proses pengisian survey menjadi tahap kritis dalam menilai kebermanfaatan dan efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Tabel 3. Kuesioner

No	Butir-Butir Penilaian (<i>Feedback</i>)	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Program Pengabdian kepada Masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri.				
2.	Program Pengabdian kepada Masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasarnya.				
3.	Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan.				
4.	Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan.				
5.	Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian kepada masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masayang akan datang.				
JUMLAH "SANGAT SETUJU" + "SETUJU"					

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana secara lancar dimana para peserta mengikuti kegiatan mulai dari pemaparan materi, demo platform DKampus, dan praktik penggunaan aplikasi serta memasukan konten ke dalam *platform*. Setelah kegiatan berlangsung, para peserta diminta untuk mengisi kuesioner mengenai kebermanfaatan kegiatan dengan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa seluruh peserta pelatihan setuju dan sangat setuju kegiatan pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan dan sesuai dengan kebutuhan para peserta terkait solusi untuk meningkatkan penjualan produk dan mempermudah pengiriman. Selain itu para peserta juga merasa waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini sesuai dengan kebutuhan karena tidak terlalu lama dan tidak terlalu sebentar. Selanjutnya, para peserta juga sangat setuju bahwa dosen dan mahasiswa Telkom University yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat bersikap ramah, cepat dan tanggap dalam membanti para peserta ketika melakukan praktek penggunaan platform DKampus dan memasukan konten ke dalam *platform*. Terakhir, para peserta sangat menerima dan mengharapkan kegiatan berikutnya sebagai tindak lanjut dari kegiatan yang telah dilakukan.

Tabel 4. Hasil Kuesioner

No	Butir-Butir Penilaian (<i>Feedback</i>)	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Program Pengabdian kepada Masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri.	45%	55%	0	0
2.	Program Pengabdian kepada Masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasarnya.	45%	55%	0	0
3.	Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan.	45%	55%	0	0

4.	Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan.	80%	20%	0	0
5.	Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian kepada masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masayang akan datang.	80%	20%	0	0
JUMLAH "SANGAT SETUJU" + "SETUJU"				100%	

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat pada UMKM F&B Footy Bandung yang dilaksanakan bertujuan untuk membantu UMKM memanfaatkan platform digital delivery guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis UMKM F&B Footy Bandung. Setelah melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, berikut adalah hasil yang telah dicapai:

1. Peningkatan akses pasar: Melalui penggunaan platform digital delivery, UMKM berupaya memperluas jangkauan pasar UMKM F&B Footy Bandung, agar dapat menjangkau pelanggan baru di daerah yang lebih luas, bahkan di luar wilayah lokal mereka. Dengan menggunakan platform digital delivery, produk UMKM dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan yang membutuhkannya.
2. Efisiensi operasional: UMKM F&B Footy Bandung yang telah mengadopsi platform digital delivery diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dalam proses pengiriman produk. UMKM F&B Footy Bandung dapat mengelola pesanan dengan lebih baik, mengoptimalkan rute pengiriman, dan meningkatkan kecepatan pengiriman. Hal ini membantu UMKM F&B Footy Bandung mengurangi biaya logistik dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan.
3. Peningkatan penjualan: Dengan memanfaatkan platform digital delivery, UMKM F&B Footy Bandung diharapkan mengalami peningkatan penjualan produk. Melalui eksposur yang lebih besar dan kemudahan akses bagi pelanggan, UMKM F&B Footy Bandung mampu meningkatkan volume penjualan dan pendapatan bisnis mereka. Pemanfaatan platform digital delivery juga memungkinkan UMKM F&B Footy Bandung untuk menjalankan promosi dan penawaran khusus kepada pelanggan secara efektif.
4. Peningkatan kepuasan pelanggan: Platform digital delivery memungkinkan UMKM F&B Footy Bandung untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan. Melalui pemesanan online, pelanggan dapat dengan mudah memilih produk, menentukan waktu pengiriman yang sesuai, dan melacak status pesanan. Peningkatan kepuasan pelanggan ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dan rekomendasi positif kepada orang lain.
5. Adaptasi terhadap perubahan pasar: Dengan adopsi platform digital delivery, UMKM F&B Footy Bandung menjadi lebih responsif terhadap perubahan tren dan permintaan pasar. UMKM F&B Footy Bandung dapat dengan cepat

menyesuaikan produk, harga, dan strategi pemasaran berdasarkan analisis data dan umpan balik pelanggan yang diperoleh melalui platform digital. Hal ini memungkinkan UMKM F&B Footy Bandung untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang menggunakan platform DKampus untuk memberikan dukungan dan bantuan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang F&B, terutama UMKM F&B Footy Bandung. Dalam kegiatan ini, hal yang pertama kali disampaikan kepada para UMKM adalah fenomena mengenai OFD (Gambar 1). Selanjutnya, pendampingan implementasi dan penggunaan platform DKampus menjadi fokus utama untuk membantu UMKM memahami dan memanfaatkan platform tersebut dengan baik. Dengan demikian, para pelaku UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka melalui platform online food delivery yang telah disediakan.



Gambar 1. Pemberian Materi *Online Food Delivery*

Melalui pendampingan pemanfaatan platform DKampus (Gambar 2), kegiatan ini membantu UMKM F&B Footy Bandung untuk meraih manfaat yang signifikan dalam mendorong bisnis mereka. Platform DKampus memungkinkan para pelaku UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas, terutama karena melibatkan mahasiswa sebagai kurir dalam pengiriman produk. Hal ini mempermudah konsumen, terutama mahasiswa, untuk mendapatkan makanan dan minuman dengan cepat dan mudah.



Gambar 2. Pemberian Materi Platform D’Kampus

Setelah pelaku UMKM F&B Footy Bandung melakukan praktik penggunaan platform DKampus (Gambar 3), mereka merasa kegiatan pengabdian masyarakat ini sesuai dengan tujuan dan kebutuhan UMKM. Dukungan dalam penggunaan platform DKampus membantu mereka untuk beradaptasi dengan tren bisnis online yang semakin pesat, serta memberikan kesempatan untuk meningkatkan penjualan produk dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 3. Praktik Penggunaan Platform D’Kampus

Melalui kegiatan abdimas yang fokus pada pemanfaatan platform digital delivery, UMKM F&B Footy Bandung berhasil memperoleh manfaat yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, dan pertumbuhan bisnis mereka. Hasil ini memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan sektor UMKM F&B Footy Bandung secara keseluruhan dan berpotensi memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Selain itu memberikan perspektif tentang bagaimana UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka melalui platform digital delivery (Anderson et al., 2021).

Dengan hasil positif yang didapatkan dari kegiatan ini, UMKM F&B Footy Bandung merasa terbantu dan mendapatkan manfaat yang berkelanjutan dari platform DKampus. Keberhasilan pengabdian masyarakat ini memberikan harapan dan inspirasi bagi UMKM lainnya untuk mengadopsi platform serupa guna meningkatkan performa bisnis dan meraih kesuksesan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini.



Gambar 5. Foto Bersama Panitia Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan UMKM F&B Footy Bandung

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya fenomena *online food delivery* para pelaku UMKM harus bisa mengikuti kebiasaan baru tersebut dengan memanfaatkan platform digital. DKampus merupakan platform digital yang mampu membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, meningkatkan penjualan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendukung dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar. Kegiatan yang telah dilakukan mendapatkan respon baik dari para pelaku UMKM dan sangat bermanfaat untuk mendukung bisnis. Penulis selanjutnya dapat menambahkan pre-test dan post-test untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta dan membuat standar akhir tahap mana yang minimal dicapai oleh para peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada masyarakat Fakultas Komunikasi dan Bisnis dan Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Telkom yang telah mendukung kegiatan ini. Kemudian kami mengucapkan terimakasih juga kepada para pelaku UMKM F&B Footy Bandung yang telah bersedia menjadi mitra pada

kegiatan ini dan seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu kelancaran keberlangsungan kegiatan ini, hingga kegiatan ini selesai dan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Az-zahra, H., Aries Tanya, V., & Cipta Apsari, N. (2021). LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY DALAM MEMBANTU MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA MIKRO. *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156–165.
- Faizah, F. N., & Zulfaturrohmadiyah, Z. (2023). GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z? *Al-Tijary*, 157–168. <https://doi.org/10.21093/at.v7i2.4801>
- Febriansyah, Fauziah, H., & Restilia, A. (2023). Penyuluhan dan Pelatihan Masyarakat Desa Sukadadi Melalui Strategi Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan UMKM. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 817–823. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2654>
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Warta LPM*, 24(3), 412–426. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12615>
- Hidayat, A. M., Yusiana, R., Aziz, F., Mulyono, N. N. K., Pangarso, A., Widodo, A., Nugroho, H., & Indah Hapsari, G. (2023). Peningkatan Kapabilitas UMKM Yayasan Rikalikas Melalui Website HiUMKM. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 208–215. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i1.2226>
- Moriarty, B. (2016, October 16). *5 Reasons Why Your Restaurant Needs an Online Ordering System*. <https://Starmicronics.Com/Blog/5-Reasons-Why-Your-Restaurant-Need-an-Online-Ordering-System/>.
- Müller, J., & Christandl, F. (2019). Content is king – But who is the king of kings? The effect of content marketing, sponsored content & user-generated content on brand responses. *Computers in Human Behavior*, 96, 46–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.02.006>
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Novita, D., & Husna, N. (2020). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 40–42.

- Sultan, M. U., & Uddin, N. (2011). *Consumers' Attitude towards Online Shopping Factors influencing Gotland consumers to shop online* [Unpublished Master's Thesis]. Gotland University.
- Ulva, A. F., Yulisda, D., Putra Fhonna, R., Fitria, R., & Rijal, H. (2023). Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Teknologi Informasi Guru SD IT Al-Alaq Dewantara Aceh Utara dalam Penggunaan Software Microsoft Office. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 665–675. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2545>
- Yeo, V. C. S., Goh, S. K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 150–162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.013>
- Yunus, M. (2017). GO-JEK SEBAGAI SIMBOL PERUBAHAN SOSIAL DAN EKONOMI DI KOTA TEGAL. In *Ilmiah Pendidikan Ekonomi* (Vol. 2, Issue 2). <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>