

## **Strategi Pengembangan Bisnis Tradisional dengan Bisnis Online di Provinsi Gorontalo (Makanan Ilabulo)**

**Siswatiana R. Taha<sup>1</sup>, Nuhrizal Daud<sup>2</sup>, Aidil Alamri<sup>3</sup>, Fadel Muhamad Saleh Lamase<sup>4</sup>, Putri Selviana<sup>5</sup>, Nur Kamaria M. Day<sup>6</sup>, Muh. Iqbal D. Marzuki<sup>7</sup>, Dwi Marsitha Ahmad<sup>8</sup>, Sulastri S. Kasuma<sup>9</sup>, Azhar Toni Pramana<sup>10</sup>, Rizky Hidayat Pakaya<sup>11</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia  
email: siswatiana.taha@ung.ac.id

### **Abstract**

*This program aims to improve the capacity of Ilabulo culinary MSMEs to utilize digital marketing platforms to expand their markets and increase revenue. The program was implemented through a series of training sessions and technical assistance, including social media training and product packaging design. Participants included dozens of Ilabulo MSMEs in Gorontalo Regency. The results indicate that business digitalization has a positive impact on increasing sales and expanding the market. Businesses implementing digital marketing have experienced significant growth in revenue and consumer reach. The local government plays a crucial role in supporting this process through training, facilitation, and collaboration with various parties. However, obstacles such as low digital literacy and internet access need to be addressed. Sustainable strategies are needed to ensure that traditional MSMEs can survive and compete in the digital era. Technology integration is key to advancing local culinary businesses amidst dynamic market changes.*

**Keywords:** *Ilabulo; MSMEs; digital marketing; Gorontalo.*

### **Abstrak**

*Pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM kuliner Ilabulo dalam memanfaatkan platform pemasaran digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Kegiatan dilaksanakan melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan teknis termasuk pelatihan media sosial dan pendampingan penataan kemasan produk. Peserta pengabdian terdiri atas puluhan pelaku UMKM Ilabulo di Kabupaten Gorontalo. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan perluasan pasar. Pelaku usaha yang menerapkan pemasaran digital mengalami pertumbuhan signifikan dalam omzet dan jangkauan konsumen. Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam mendukung proses ini melalui pelatihan, fasilitasi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Meski demikian, kendala seperti rendahnya literasi digital dan akses internet masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Strategi berkelanjutan diperlukan untuk memastikan UMKM tradisional mampu bertahan dan bersaing di era digital. Integrasi teknologi menjadi kunci dalam memajukan usaha kuliner lokal di tengah perubahan pasar yang dinamis.*

**Kata Kunci:** *Ilabulo; UMKM; pemasaran digital; Gorontalo.*

---

**Correspondence author:** Siswatiana R. Taha, siswatiana.taha@ung.ac.id, Gorontalo, and Indonesia

## **PENDAHULUAN**

Ilabulo merupakan makanan khas Gorontalo yang berbahan dasar sagu dan hati ayam yang dibumbui rempah-rempah khas dan dibungkus daun pisang. Selain menjadi bagian dari kekayaan budaya daerah, Ilabulo memiliki potensi besar sebagai komoditas ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Sayangnya, sebagian besar pelaku usaha Ilabulo masih menjalankan bisnis secara tradisional, mengandalkan penjualan langsung tanpa memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Era digital yang kompetitif saat ini, strategi pengembangan bisnis berbasis online menjadi kebutuhan penting guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal seperti Ilabulo.

Transformasi bisnis tradisional ke ranah digital terbukti mampu mengangkat potensi UMKM daerah. Di Desa Yosonegoro, Kabupaten Gorontalo, pengembangan usaha kuliner berbasis ekonomi kreatif dan digital marketing berhasil meningkatkan penghasilan harian pelaku UMKM secara signifikan. Program ini meliputi pelatihan, pendampingan, serta pembuatan website sebagai sarana promosi dan pemasaran digital. Dengan strategi ini, pelaku UMKM lebih mudah menjangkau konsumen di luar daerah dan memperkenalkan produk khas mereka secara luas (Lantowa et al., 2023).

Pendekatan lain yang relevan adalah model sistem dinamik yang diterapkan dalam pengembangan UMKM olahan pangan di Provinsi

Gorontalo. Model ini menekankan pada pentingnya inovasi produk, adaptasi terhadap tren pasar, dan pemanfaatan teknologi informasi dalam proses produksi dan distribusi. Hasil studi menunjukkan bahwa kombinasi antara inovasi dan digitalisasi dapat menciptakan efisiensi operasional dan memperbesar peluang penetrasi pasar, terutama di sektor pangan lokal seperti Ilabulo (Zubedi et al., 2023).

Dukungan dari pemerintah daerah dan institusi pendidikan juga memainkan peran penting dalam mendorong digitalisasi UMKM. Dalam sektor pariwisata, misalnya, pelatihan manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan media digital menjadi strategi utama dalam pengembangan UKM di Gorontalo. Pendekatan ini dapat diterapkan pula pada pelaku usaha Ilabulo untuk meningkatkan daya saing dan profesionalisme dalam menjalankan usaha, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform digital (Isima et al., 2023).

Melalui pertimbangan berbagai strategi di atas, pengembangan bisnis Ilabulo secara online menjadi langkah yang strategis dan relevan di tengah perkembangan teknologi saat ini. Integrasi antara nilai-nilai kearifan lokal dan pemanfaatan teknologi digital akan memperkuat daya tarik Ilabulo sebagai produk unggulan daerah. Pelaku usaha diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan ini, serta membangun kolaborasi dengan pemerintah, akademisi, dan pelaku ekonomi kreatif lainnya demi terwujudnya transformasi bisnis yang berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap terstruktur sebagai berikut:

1. Survei dan identifikasi kebutuhan: Tim melakukan survei lapangan dan wawancara pendahuluan dengan pelaku UMKM Ilabulo di Kabupaten Gorontalo. Tujuannya mengidentifikasi kendala utama (misalnya rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, kesulitan internet) dan menentukan fokus pendampingan
2. Sosialisasi program: Tim pengabdian melakukan sosialisasi kepada mitra UMKM dan pemangku kepentingan (pemerintah desa, Dinas Koperasi) mengenai tujuan program. Kegiatan ini membuka wawasan pelaku usaha tentang pentingnya digitalisasi pemasaran dan dukungan yang tersedia.
3. Pelatihan digital marketing: Dilaksanakan workshop intensif tentang strategi pemasaran online. Materi manajemen media sosial (Instagram, Facebook). Kegiatan pelatihan disampaikan secara interaktif dan praktis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Transformasi Digital dalam Pemasaran Ilabulo**

Ilabulo sebagai makanan khas Gorontalo memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi yang besar. Di tengah perkembangan teknologi, pelaku usaha makanan tradisional ini dituntut untuk beradaptasi dengan tren pemasaran digital agar tetap eksis dan mampu bersaing. Transformasi digital, khususnya melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, serta menambah nilai jual produk lokal seperti Ilabulo. Fenomena ini menunjukkan bahwa

inovasi pemasaran sangat penting untuk mempertahankan eksistensi kuliner tradisional di era digital.

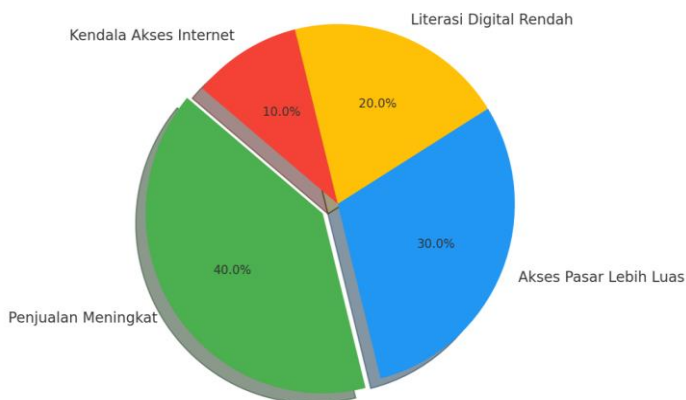
Penelitian oleh Yunus et al. (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh UMKM di Kota Gorontalo berdampak signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran. Dalam studi mereka, ditemukan bahwa penggunaan Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business mampu menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Pemasaran digital tidak hanya meningkatkan jumlah pelanggan, tetapi juga membentuk citra positif terhadap produk tradisional, menjadikan llabulo lebih dikenal di luar wilayah Gorontalo.

Hal serupa juga disampaikan oleh Rahman dan Mardiana (2024), yang menyebutkan bahwa strategi digital marketing seperti promosi melalui media sosial dan marketplace terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Mereka mencatat bahwa pelaku UMKM di Gorontalo yang mengikuti pelatihan digital marketing mengalami kenaikan penjualan sebesar 20-35% dalam tiga bulan. Walaupun beberapa pelaku usaha masih menghadapi kendala seperti keterbatasan perangkat dan pengetahuan digital, peran pelatihan dan pendampingan dari berbagai pihak menjadi solusi penting dalam menjembatani tantangan tersebut.

Yusuf dan Lahinta (2023) juga mencatat bahwa strategi digital sangat membantu UMKM di Kabupaten Gorontalo Utara untuk bertahan di masa pandemi COVID-19. Produk seperti llabulo yang sebelumnya hanya dipasarkan secara konvensional kini sudah mulai dipromosikan melalui media digital, memungkinkan distribusi yang lebih luas bahkan ke luar daerah. Dalam studi tersebut, dijelaskan bahwa pelaku UMKM

yang aktif dalam pelatihan digital marketing menunjukkan keberhasilan lebih tinggi dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya dibandingkan yang tidak mengikuti pelatihan.

Berdasarkan hasil-hasil kajian ini, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital merupakan strategi yang sangat relevan dalam pengembangan usaha makanan tradisional seperti Ilabulo. Dengan pemasaran digital, produk tidak hanya dijual, tetapi juga dikemas dengan narasi budaya yang kuat sehingga meningkatkan daya tarik di pasar. Namun demikian, keberhasilan digitalisasi tetap bergantung pada kesiapan pelaku usaha, ketersediaan infrastruktur digital, serta dukungan dari pemerintah dan lembaga pendidikan melalui program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Strategi ini bukan hanya membuka peluang ekonomi, tetapi juga menjadi upaya pelestarian warisan budaya lokal melalui media digital.



Gambar 1. Pengembangan bisnis ilabulo secara online di Gorontalo

Data pengembangan pada Gambar 1 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjualan Meningkat (40%) menunjukkan dampak paling signifikan dari strategi digitalisasi UMKM Ilabulo.

2. Akses Pasar Lebih Luas (30%) mengindikasikan perluasan jangkauan konsumen melalui platform online.
3. Literasi Digital Rendah (20%) masih menjadi kendala utama bagi sebagian pelaku usaha.
4. Kendala Akses Internet (10%) menjadi hambatan teknis di wilayah tertentu.

### **Pelatihan dan Pendampingan sebagai Kunci Keberhasilan**

Pelatihan dan pendampingan merupakan elemen penting dalam mendukung keberhasilan transformasi digital pada UMKM, termasuk pelaku usaha makanan tradisional Ilabulo di Provinsi Gorontalo. Tanpa adanya pemahaman dan keterampilan yang memadai, penggunaan teknologi digital untuk pemasaran bisa menjadi kurang efektif bahkan gagal. Oleh karena itu, berbagai pihak seperti pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya masyarakat aktif memberikan pelatihan dan pendampingan agar pelaku usaha mampu menguasai teknologi dan strategi pemasaran digital secara optimal.

Penelitian Imran et al. (2023) mengungkapkan bahwa penguatan kapasitas UMKM di Kelurahan Bugis, Kecamatan Dumbo Raya, Kota Gorontalo, melalui pelatihan perizinan usaha, sertifikasi halal, dan digitalisasi pemasaran memberikan hasil positif. Pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal kini dapat mengantongi legalitas usaha yang jelas. Selain itu, mereka telah dibekali keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Dengan pelatihan ini, UMKM tidak hanya meningkatkan legalitas usaha, tetapi juga memperluas pasar melalui pemasaran digital.

Huntehu et al. (2024) dalam studi mereka di UMKM Dahlia Padebuolo Kota Timur, Kota Gorontalo, menemukan bahwa pelatihan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan. Walaupun kontribusi peningkatan pendapatan sebesar 11,8% belum terlalu besar, hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital seperti media sosial dan marketplace sudah mulai efektif. Pelatihan ini membantu pelaku UMKM untuk memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital, termasuk promosi produk Ilabulo yang sebelumnya hanya dikenal secara lokal.

Rahman dan Mardiana (2024) juga menekankan pentingnya pelatihan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Gorontalo. Mereka menyebutkan bahwa meskipun persaingan digital sangat ketat dan ada keterbatasan pemahaman digital pada pelaku usaha, melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM berhasil meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi. Hal ini memberikan bukti bahwa pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan menjadi faktor penting untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang di dunia digital. Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan merupakan kunci utama keberhasilan pengembangan usaha makanan tradisional Ilabulo melalui digitalisasi. Selain mendapatkan keterampilan teknis dalam penggunaan teknologi, pelaku usaha juga memahami pentingnya aspek legalitas usaha dan sertifikasi produk. Dengan begitu, pemasaran produk dapat dilakukan secara profesional, memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, dan akhirnya meningkatkan pendapatan usaha secara signifikan.

## **Pelestarian Nilai Budaya melalui Digitalisasi**

Pemerintah Provinsi Gorontalo memiliki peran strategis dalam mendukung digitalisasi UMKM, khususnya usaha makanan tradisional llabulo. Melalui kebijakan dan program-program yang terarah, pemerintah berupaya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi digital. Salah satu upaya nyata adalah penyelenggaraan pelatihan dan workshop digital marketing yang ditujukan bagi pelaku UMKM di seluruh wilayah Gorontalo untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara online.

Menurut Nurlinda, et al. (2020), pemerintah daerah bertanggung jawab menciptakan ekosistem pendukung digitalisasi UMKM, mulai dari penyediaan fasilitas pelatihan hingga pendampingan dalam adaptasi teknologi. Di Gorontalo, program pelatihan digital marketing dan pendampingan teknis ini menjadi langkah nyata dalam memberdayakan pelaku UMKM agar mampu mengoptimalkan pemasaran digital mereka. Pendekatan ini membantu pelaku usaha llabulo agar bisa memperluas pangsa pasar tidak hanya secara lokal tetapi juga nasional. Lebih lanjut, kolaborasi antara pemerintah dengan sektor swasta serta lembaga pendidikan menjadi faktor penting dalam mempercepat digitalisasi UMKM. Kerjasama dengan Universitas Negeri Gorontalo dan berbagai perusahaan teknologi serta lembaga keuangan memfasilitasi penyediaan sumber daya dan platform yang dibutuhkan untuk pelatihan dan pemasaran digital. Misalnya, pelatihan yang dilakukan oleh *Digital Entrepreneurship Academy* (DEA) di Kabupaten Gorontalo melibatkan berbagai pihak agar materi yang diberikan relevan dan aplikatif bagi pelaku UMKM.

Peran pemerintah juga terlihat dalam memfasilitasi akses UMKM ke platform digital seperti *e-commerce* dan media sosial. Melalui program edukasi penggunaan media digital dan strategi pemasaran online, pemerintah membantu pelaku UMKM, termasuk pengusaha Ilabulo, untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka. Hal ini penting mengingat pergeseran perilaku konsumen yang semakin memilih transaksi secara daring sehingga pemasaran digital menjadi sarana yang efektif.

Secara keseluruhan, peran aktif pemerintah beserta kolaborasi dengan berbagai pihak merupakan kunci keberhasilan dalam mendukung digitalisasi UMKM di Gorontalo. Kebijakan yang mendukung, pelatihan yang terstruktur, serta fasilitasi akses ke pasar digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha Ilabulo untuk berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di era digital saat ini.

## **KESIMPULAN**

Strategi pengembangan bisnis tradisional Ilabulo melalui pemanfaatan *platform* bisnis online di Provinsi Gorontalo memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha. Integrasi antara usaha tradisional dan teknologi digital terbukti menjadi langkah strategis untuk memperkuat eksistensi produk lokal seperti Ilabulo di tengah persaingan pasar modern yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.

## **REFERENCES**

Huntehu, R., Hafid, R., Hasiru, R., Panigoro, M., & Maruwae, A. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Dahlia Padebuolo Kota Timur Kota Gorontalo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10853–10865.

- Imran, M., Farid, & Putalan, R. (2023). Penguatan Kapasitas UMKM terhadap Perizinan Berusaha, Sertifikat Halal dan Digitalisasi Pemasaran di Kelurahan Bugis Kecamatan Dumbo Raya Kota Gorontalo. *Monsu'ani Tano Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 1–12.
- Isima, Y., Olilingo, F. Z., Bumulo, F., & Mopangga, H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) pada Sektor Pariwisata di Provinsi Gorontalo. *Jurnal Studi Ekonomi dan Pembangunan*, 24(1), 36–47.
- Lantowa, J., Harun, R., & Monoarfa, V. (2023). PKM Pelaku UMKM Melalui Pengembangan Usaha Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing di Desa Yosonegoro. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 19–25.
- Rahman, S., & Mardiana, A. (2024). Digital Marketing Increases Competitiveness of MSMEs in the City of Gorontalo. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(4), 808–814.
- Mila. (2022, Maret 22) Gusnar Ismail Ajak UMKM Manfaatkan Digitalisasi untuk Hadapi Persaingan. *Berita Gorontalo*. <https://berita.gorontaloprov.go.id/2025/03/22/gusnar-ismail-ajak-umkm-manfaatkan-digitalisasi-untuk-hadapi-persaingan/>
- Nurlinda, S., Mardiana, A., & Rahman, S. (2020). Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan dan Daya Saing di Kota Gorontalo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 45–52.
- Susanto, Anang. (2023, Maret 6). Bupati Buka Pelatihan Digital Marketing di Kabupaten Gorontalo. *Coolturnesia*. <https://coolturnesia.com/coolturnesia/berita/detail/bupati-buka-pelatihan-digital-marketing-di-kabupaten-gorontalo>
- Yunus, M. Z., Halid, A., & Moonti, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Agresivitas Kinerja Pemasaran UMKM Olahan Pangan di Kota Gorontalo. *MEDIAGRO*, 19(2), 123–130.
- Yusuf, R., & Lahinta, A. (2023). Peningkatan Kapasitas UMKM Kabupaten Gorontalo Utara dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 45–52.
- Zubedi, F. F., Baga, L. M., & Tinaprilla, N. (2023). Pengembangan UMKM Olahan Pangan di Provinsi Gorontalo Menggunakan Pendekatan Sistem Dinamik. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 29(1), 75–84.