

PEMANFAATAN ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN COFFE 69

Desmon¹, Masturoh², Nety Kumalasari³, Dian Herlambang⁴

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

^{2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

⁴ Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Mitra Indonesia

email: desmon@umitra.ac.id¹, masturoh@umitra.ac.id², nety@umitra.ac.id³, dianherlambang@umitra.ac.id⁴

Abstrak

Pemanfaatan layanan pengiriman makanan telah beralih dari keunggulan kompetitif menjadi keharusan bagi entitas korporat untuk mempertahankan daya saing mereka di pasar. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini untuk memfasilitasi pemilik usaha Coffe 69 agar mempunyai keterampilan pada penggunaan teknologi online food delivery service, khususnya menggunakan aplikasi Shopee Food dalam memasarkan produknya. Dalam kegiatan ini menggunakan metode dengan cara melakukan sosialisasi, demonstrasi aplikasi, dan praktek pembuatan aplikasi shopee food. Hasil dari pengabdian masyarakat ini yaitu pemilik usaha Coffe 69 dapat memasarkan produknya melalui aplikasi ShopeeFood sehingga jangkauan pemasaran lebih luas dan menarik konsumen lebih banyak serta dapat menaikkan penjualan.

Kata kunci: Online Food Delivery, Strategi Pemasaran, Shopee Food.

Abstract

The use of food delivery services is no longer an advantage for a business nowadays, but has become a necessity for business actors in order to continue to compete with other businesses. The aim of implementing this community service is to facilitate Coffee 69 business owners to have skills in using online food delivery service technology, especially using the Shopee Food application in marketing their products. In this activity, methods are used by conducting socialization, application demonstrations, and practice in making shopee food applications. The result of this community service is that the Coffe 69 business owner can market his products through the ShopeeFood application so that the marketing reach is wider and attracts more consumers and can increase sales.

Keywords: Online Food Delivery, Marketing Strategy, Shopee Food

PENDAHULUAN

Belanja online merupakan tren yang tengah berkembang pesat di masyarakat. Seiring dengan kemajuan teknologi, hampir setiap orang memiliki telepon pintar untuk berkomunikasi, mengakses berita terkini, dan mencari pekerjaan. Pemanfaatan media digital saat ini memudahkan pengembangan bisnis, khususnya bagi individu yang berkecimpung di bidang kuliner. Industri kuliner meliputi produksi dan pemasaran makanan dan minuman. Kategori bisnis ini dapat diamati mulai dari warteg, rumah makan sederhana, dan kafe hingga rumah makan kelas atas. Hal ini menunjukkan bahwa industri kuliner dapat dimulai dengan modal besar maupun modal kecil. Industri makanan bersifat abadi, karena makanan merupakan kebutuhan dasar bagi semua individu, sehingga permintaannya terus meningkat di seluruh masyarakat.

Tren kopi yang sedang marak saat ini menghadirkan peluang yang signifikan bagi mereka yang bergerak di sektor pertanian, pariwisata, dan ekonomi kreatif dalam bisnis kopi. Pesatnya kemajuan teknologi, dunia digital, dan internet tidak diragukan lagi memengaruhi lanskap pemasaran. Tren pemasaran global telah beralih dari metode langsung (offline) ke pendekatan digital (online). Salah satu strategi pemasaran di era digital 4.0 adalah pemasaran digital. Era digital 4.0 telah mengintensifkan daya saing antar entitas ekonomi, sekaligus memperkuat sektor pemasaran. Persaingan yang ketat ini memaksa semua perusahaan kopi untuk memprioritaskan satu elemen penting: pemasaran.

Seiring dengan kemajuan pemasaran digital, online food delivery service pun berkembang, yang berfungsi sebagai penghubung antara konsumen dan pelaku usaha kuliner, yang menghubungkan restoran dengan pelanggan. Online food delivery service merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang digunakan oleh para pelaku usaha kuliner. Maraknya perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran ini telah menjadikannya sebagai tren baru, terutama setelah munculnya berbagai

platform aplikasi yang menawarkan online food delivery service. Platform terkemuka yang saat ini tengah menjadi tren di sektor pesan-antar makanan daring antara lain GoFood melalui aplikasi Gojek, GrabFood melalui aplikasi Grab, dan ShopeeFood.

Munculnya layanan pesan-antar makanan daring memberikan keuntungan yang signifikan bagi para pelaku usaha kuliner, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner, yang seringkali membutuhkan investasi besar untuk membangun sistem pesan-antar sendiri. Oleh karena itu, layanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood menjadi alternatif solusi yang sangat menguntungkan. Para pelaku usaha kuliner dapat menjalankan layanan delivery order tanpa harus menyiapkan truk dan personel pengantaran sendiri. Pendekatan ini menghilangkan kebutuhan para pelaku usaha untuk mempekerjakan atau memberikan kompensasi bagi sumber daya manusia yang menangani layanan delivery.

Coffe 69 merupakan salah satu kedai yang bergerak pada pengolahan minuman kopi yang berlokasi di provinsi Lampung. Coffe 69 ini menjual minuman kopi, non kopi, dan makanan. proses pembelian menu minuman dan makanan pada diwa reunion dapat dilakukan secara offline maupun online. saat ini Coffe 69 hanya melakukan proses pemasaran melalui marketplace instagram dan gojek. meskipun sudah melakukan pemasaran secara online namun penjualan belum maksimal sesuai dengan target yang diharapkan owner yaitu adanya peningkatan penjualan minimal 5% setiap bulannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlunya pembaruan strategi yang dapat memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian secara efektif dan efisien waktu dengan system marketing berdasarkan masalah diatas peneliti bertujuan melakukan penelitian tentang penerapan strategi pemasaran berbasis digital marketing melalui online food delivery service dalam meningkatkan penjualan Coffe 69 serta menganalisis penerapan digital marketing pada penjualan produk di Coffe 69

METODE

Program pendampingan pemasaran digital yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan Coffee 69 dilaksanakan selama satu bulan pada bulan November 2023. Sebelum dilaksanakan, tim pendamping melakukan survei kepada para pemilik Coffee 69 untuk mengetahui kebutuhan dan tantangan yang dihadapi. Kerangka prosedural untuk memfasilitasi pelaksanaan teknik yang diusulkan, sebagaimana diuraikan dalam rencana kegiatan ini, meliputi Tahap Persiapan, yang meliputi pengumpulan foto dokumentasi profil usaha Coffee 69 dan melakukan riset terhadap produk makanan yang tersedia di Shopeefood Kota Bandar Lampung. Tahap Pembuatan Shopeefood meliputi penyiapan perangkat teknologi, termasuk laptop atau smartphone, beserta pemasangan jaringan data untuk akses internet, pengunduhan aplikasi Shopee dari situs merchant Shopee, dan pendaftaran akun di Shopee Partner.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi Coffee 69 meliputi pembuatan akun layanan pesan antar makanan dan minuman. Layanan pesan antar makanan dan minuman yang dimanfaatkan adalah Shopee Food. Pemanfaatan layanan pesan antar Shopee Food ini memudahkan UMKM untuk maju di era digital. Kehadiran aplikasi ini menguntungkan karena dapat memperluas target pasar sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Coffee 69 pada tanggal 23 November 2023 pukul 10.00-12.00 WIB. Pelaksanaannya dilakukan melalui tiga tahap, yaitu Sosialisasi, Demonstrasi Aplikasi, dan Praktik Pembuatan Aplikasi.

1. Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan awal diawali dengan sosialisasi Shopee Food pada tanggal 23 November 2023 pukul 10.00-12.00 WIB. Sosialisasi mengenai aplikasi tersebut meliputi manfaat yang bisa diperoleh, persyaratan pembuatan akun, hingga pajak yang dikenakan selama proses penjualan. Sosialisasi dilakukan karena pemilik Coffee 69 belum memanfaatkan Shopeefood. Cara ini diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam memperluas target pasar melalui aplikasi Shopee Food.

Pemanfaatan marketplace online untuk sosialisasi pemasaran menjadi hal yang penting karena dapat memberikan wawasan kepada para pelaku usaha mengenai proses dan tahapan dalam memperluas jaringan pembeli melalui platform virtual, sehingga dapat meningkatkan manfaat bagi para pelaku UMKM.

Panduan yang diberikan kepada pemilik Coffe 69 mencakup tinjauan singkat tentang pemanfaatan inovasi Shopee Food untuk menarik banyak pelanggan melalui aplikasi. Hal ini bertujuan untuk memberi tahu pemilik bisnis tentang keunggulan teknologi dan kemudahan penggunaan kedua program tersebut. Anggota kelompok memfasilitasi perolehan pengetahuan tentang teknologi Delivery Online, seperti Shopee Food, bagi pemilik bisnis UMKM, yang bertujuan untuk mendorong inovasi mengingat kemajuan teknologi terkini.



Gambar 1: Aplikasi Shopeefood

2. Pengenalan/Demonstrasi Aplikasi

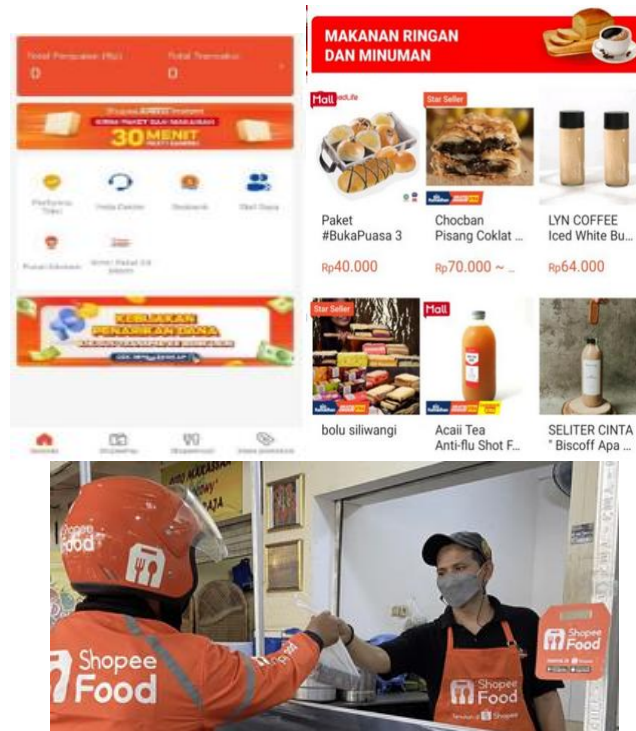
Aplikasi ini diperkenalkan atau didemonstrasikan pada tanggal 23 November 2023, pukul 10.00-12.00 WIB. Kegiatan ini menjelaskan tentang implementasi fungsionalitas Shopee Food di dalam aplikasi Mitra Shopee. Hal ini bertujuan untuk memberikan perspektif yang komprehensif bagi para pemangku kepentingan bisnis, sehingga memudahkan pemahaman dan penerapan secara praktis. Para pelaku bisnis memanfaatkan telepon seluler untuk menginstal aplikasi Mitra Shopee dari Play Store. Selanjutnya, mereka menjelaskan proses registrasi untuk mengakses menu ShopeeFood, diikuti dengan penjelasan tentang fungsionalitas menu di dalam aplikasi.



Gambar 2: pembuatan aplikasi shopee food

3. Praktik Pendampingan

Proses pendampingan berlangsung setelah pemasangan aplikasi Shopee Partner. Praktik representatif grup ini memandu badan usaha dalam mendaftarkan perusahaan mereka pada program Shopee Partner. Aplikasi Shopee Partner ditujukan bagi pemilik usaha yang ingin mendaftarkan perusahaan mereka untuk dimasukkan ke dalam menu ShopeeFood. Peserta usaha mendapatkan pelatihan langsung tentang pembuatan akun, pengembangan menu melalui aplikasi Shopee Partner, dan manajemen jadwal toko. Tim menjamin kelancaran pelaksanaan semua tindakan yang terkait dengan penerapan teknologi delivery online melalui aplikasi Shopee Partner setelah semua tugas selesai. Kegiatan ini diharapkan dapat memungkinkan badan usaha untuk mempromosikan produk dengan memanfaatkan teknologi ini.



Gambar 3: Aplikasi Shopeefood

Pembahasan

Pendampingan dan pemanfaatan layanan Online Food Delivery ShopeeFood bagi pelaku usaha Coffee 69 menjadi hal yang krusial di era ini, seiring dengan pesatnya pertumbuhan UMKM dan inovasi teknologi yang signifikan yang meningkatkan daya saing. Pemanfaatan teknologi, seperti halnya Layanan Online Food Delivery ShopeeFood, telah beralih dari sekadar keunggulan menjadi kebutuhan mendasar bagi pelaku usaha untuk tetap kompetitif dan berkembang. Pendampingan dan penerapan layanan Online Food Delivery ShopeeFood bagi pelaku usaha Coffee 69 meliputi pengenalan layanan, pendaftaran UMKM, dan dukungan dalam pemanfaatan layanan Online Food Delivery, termasuk pemecahan masalah, bimbingan operasional, dan evaluasi kinerja.

Pendampingan dan pemanfaatan layanan Online Food Delivery, khususnya ShopeeFood, bagi pelaku usaha Coffee 69 dapat meningkatkan pemasaran dan omzet penjualan. Hal ini dibuktikan dengan adanya kolaborasi melalui kemitraan dengan penyedia jasa yang dapat mendongkrak omzet penjualan dengan memperluas pangsa pasar melalui platform ShopeeFood. Hasilnya, produktivitas meningkat dan omzet penjualan meningkat, terutama saat ada acara promosi oleh penyedia jasa, sehingga omzet UMKM berpotensi meningkat hingga 20%-40%.

SIMPULAN

Tim pengabdian masyarakat melakukan observasi. Hal ini dapat memudahkan interaksi dan membiasakan pengguna dengan layanan online food delivery, khususnya Shopee food. Tim pengabdian masyarakat memberikan dukungan langsung dalam pembuatan akun dan penggunaan aplikasi online food delivery Shopee food. Penerapan aplikasi pesan-antar makanan daring ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, pemasaran, dan perluasan pangsa pasar Coffee 69 di masa mendatang.

SARAN

Saran-saran untuk kegiatan pengabdian selanjutnya untuk menambahkan pelatihan penggunaan aplikasi online food delivery service tidak hanya shopee food tetapi menambah aplikasi seperti gofood, grabfood

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari tim pengabdian fakultas bisnis universitas mitra indonesia mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap Coffe 69, Rector Universitas Mitra Indonesia dan seluruh pihak yang

dilibatkan dalam kegiatan ini yang telah memberikan pengarahan serta dukungan financial dan non financial terhadap kami tanpa arahan dan saran dari mereka kegiatan yang kami laksanakan tidak akan bisa mencapai hasil yang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Sofiah, M., Husna, M., Aulia, N., Febrianti, L., & Rahmadhani, S. (2023, Februari). Implementasi Dalam Memanfaatkan Teknologi Delivery Online (Gofood) Pada Umkm Ayam Penyet Raihan Jalan Pematang Pasir Medan Deli. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(1), 14-20.
- Az-zahra, H. N., Tanya, V. A., & Apsari, N. C. (2021, Agustus). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, Vol. 2 No. 2, 156-165. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>
- Adrian, T., Sarwinda, N., Lestari, F., et al. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2018* (hal. 1423-1429), UNMER, Malang.
- Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 77-86
- Setiawan, T., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *Manajemen IKM*, 13(2), 116-126.
- Taufik, Masjono, A., Kurniawan, I., & Karno. (2020). Peranan Platform Food Delivery Service dalam Mendukung Marketing Mix UKM di Masa New Normal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(2), 121-129.