

Pelatihan Pembuatan Akun Grabfood Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Bubur Cianjur Bapak Qodir di Kedung Waringin Bogor

Fujiyati^{1*}, Lilis Cucu Sumartini², Ujang Sujana³, Haris Winsu Nugroho⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Industri, Akademi Telekomunikasi Bogor, Jl Bina Marga No. 17 Bogor Timur, Kota Bogor, Indonesia

E-mail: fujiyati.l@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2276>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 26 August 2025

Accepted: 01 Sept 2025

Kata Kunci:

E-Commerce, Penjualan, UMKM.

Keywords:

E-commerce, Sales, UMKM.

ABSTRACT

UMKM Bubur Cianjur Bapak Qodir berlokasi di Jl. KH. M. Mukhtar No. 68 Kedung Waringin, Bojong Gede, Kabupaten Bogor merupakan usaha kuliner yang menjual produk kuliner berupa bubur ayam khas Cianjur. Dalam menjalankan bisnisnya, ia mengandalkan penjualan konvensional di mana pembeli datang langsung ke tempat penjualan padahal di era digital saat ini E-commerce telah banyak digunakan untuk bisnis dalam meningkatkan penjualan Hasil sosialisasi pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan Bubur Ayam Cianjur Bapak Qodir melalui penerapan aplikasi Grabfood sehingga dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan dapat mengoptimalkan proses pemesanan dan pengiriman. Penggunaan aplikasi Grabfood dapat menjadi alternatif yang efektif dalam meningkatkan daya saing bisnis saat ini.

Mr. Qodir's Cianjur Porridge UMKM is located on Jl.KH.M.Mukhtar No. 68 Kedung Waringin , Bojong Gede, Bogor Regency is a culinary business that sells culinary products in the form of Cianjur chicken porridge. In running his business, he has been relying on conventional sales where buyers come directly to the place of sale. Even though in the current digital era, E-commerce has been widely used for businesses in increasing sales. The result of this community service socialization is expected to increase the sales of Mr. Qodir's Cianjur Chicken Porridge through the implementation of the Grabfood application so that it can reach a wider range of customers and can optimize the ordering and delivery process. The use of the Grabfood application can be an effective alternative in increasing business competitiveness in today's digital era.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Fujiyati, et al (2025). Pelatihan Pembuatan Akun Grabfood Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM Bubur Cianjur Bapak Qodir di Kedung Waringin Bogor, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2276>

PENDAHULUAN

Saat ini terjadi peningkatan yang sangat pesat di bidang internet khususnya dari aksesibilitas yang mengubah pola hidup masyarakat. Kemajuan ini membuka peluang bisnis baru yang salah satunya adalah *e-commerce*.

Kegiatan yang dilakukan pada Juni 2024 terhadap 4.780 pelanggan di Asia Tenggara dan 799 responden merupakan penduduk Indonesia menunjukkan bahwa 84% responden di Indonesia merasa nyaman menggunakan layanan *online* dan ini menjelaskan kecenderungan trend layanan pengantaran makanan secara *online*. Dari hasil kegiatan ini menunjukkan sangat penting untuk menjaga hubungan dengan pelanggan secara digital. Pelanggan juga mencari cara dalam mendukung pemilik usaha.

Grab merupakan merek *e-commerce* yang paling diminati dengan tingkat kepuasan tertinggi di Indonesia serta menduduki peringkat ke 3 di Asia Tenggara. Harapan pelanggan terhadap layanan *e-*

commerce cenderung meningkat terutama karena alasan kenyamanan. Ongkos kirim juga menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam menentukan *e-commerce* mana yang mereka pilih.

Pelaku bisnis kuliner harus menggunakan strategi pemasaran menggunakan *e-commerce* dalam upaya memperkenalkan dan menjual produknya kepada pelanggan melalui aplikasi Grabfood. Grabfood bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan khususnya di bidang kuliner sehingga minat untuk membeli semakin meningkat.

Bubur khas Cianjur milik Bapak Qodir selama ini masih menjalankan usaha secara konvensional. Dimana pembeli harus datang ke tempat usaha. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan usaha bubur Cianjur Bapak Qodir sudah dapat mengaplikasikan penjualan dengan *e-commerce* khususnya lewat Grabfood sehingga penjualan produk semakin meningkat.

METODE

Permasalahan yang dialami oleh UMKM bubur Cianjur Bapak Qodir adalah kurangnya pengetahuan dalam penjualan secara *online*, khususnya dengan menggunakan aplikasi Grabfood. Disekitar wilayah Kedung Waringin sendiri banyak ditemukan usaha serupa yang sudah banyak yang menggunakan aplikasi penjualan secara *online*. Untuk dapat bersaing dengan kompetitor dalam bidang usaha yang sama maka usaha Bubur Cianjur idealnya dapat mulai menggunakan aplikasi penjualan *online*.

Tahapan dari pelatihan ini adalah sebagai berikut:

1. Ceramah tentang teori dari penjualan *online*
2. Pelatihan penggunaan GRabfood sebagai aplikasi penjualan *online* agar pemilik usaha dapat memanfaatkan secara maksimal

Tempat dan Waktu Kegiatan

1. Tempat kegiatan
UMKM Bubur Cianjur Bapak Qodir yang beralamat di Jl. KH. M. Mukhtar No. 68, Kedung Waringin, Bojong Gede, Kabupaten Bogor.
2. Waktu kegiatan
Hari : Jumat, 6 September 2024
Waktu : Pukul 15:00 -18:00

Materi Pelatihan

Grabfood merupakan sebuah layanan pesan antar makanan dengan menggunakan jasa Grab. Keberadaan Grabfood sangat membantu serta memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian makanan serta minuman dengan jasa antar sehingga mereka tidak perlu melakukan pembelian secara langsung ditempat usaha berada. Pelayanan aplikasi ini melibatkan pihak:

1. Pelanggan sebagai pemesan serta penerima,
2. Pengemudi Grabfood sebagai pihak yang memberi layanan yang menerima pesanan, membuat pesanan ke tempat usaha serta mengantarkan pesanan.
3. Tempat usaha (*merchant*) sebagai penyedia produk makanan dan minuman

Cara kerja aplikasi ini adalah pelanggan mengunduh aplikasi Grab dan membuat akun. Selanjutnya pelanggan dapat menelusuri menu dari merchant dan memesan. Pelanggan membayar dengan metode pembayaran seperti kartu kredit, Grabpay maupun uang tunai.

Persyaratan Pendaftaran aplikasi Grabfood:

1. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
2. KTP (Kartu Tanda Penduduk)
3. Rekening Bank
4. Daftar Menu
5. Foto menu makanan/minuman

Cara pendaftaran aplikasi Grabfood: Jika memenuhi semua persyaratan maka langkah selanjutnya adalah melakukan pendaftaran di aplikasi.

Tips memaksimalkan penjualan di Grabfood: Setelah mengetahui cara pendaftaran maka pemilik usaha diharapkan dapat memahami beberapa tips untuk memaksimalkan penjualan di Grab food:

1. Mengenal target market usaha
2. Memastikan nama serta alamat usaha sudah benar

3. Melakukan pilihan kriteria makanan dan minuman yang tepat sehingga memudahkan konsumen saat mencari menu
4. Meng-*upload* foto /gambar makanan /minuman yang menarik
5. Usahakan penggunaan desain untuk pengemasan yang menarik serta aman dalam pengiriman
6. Catatlah laporan keuangan usaha sebagai alat untuk mengevaluasi. Grab akan mengirimkan hasil penjualan dalam sebulan melalui email pemilik usaha.

Penjualan merupakan proses kegiatan menjual, mulai dari kegiatan penetapan harga jual hingga produk yang didistribusikan ke tangan konsumen.

Gunanya penjualan adalah untuk membantu pengembangan bisnis sehingga bisa menghasilkan laba yang lebih baik serta dapat membantu pertumbuhan dan perluasan usaha.

Metode penjualan merupakan cara atau strategi bisnis untuk menjual produk kepada konsumen. Salah satu dari strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan produk adalah menggunakan *internet marketing*. Dimana tujuan dari *internet marketing* diantaranya adalah dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak.

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah sebuah usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro. Contoh UMKM adalah usaha kuliner yang tidak memerlukan modal besar.

Fungsi UMKM sendiri salah satunya adalah memenuhi kebutuhan masyarakat secara cepat dan menghidupkan perekonomian yang ada di sekitarnya.

E-commerce atau *electronic commerce* merupakan semua kegiatan jual dan beli atau transaksi yang biasanya dilakukan menggunakan media elektronik (*internet*).

Manfaat *E-commerce* adalah:

1. Biaya rekatif rendah
2. Jangkauan luas
3. Transaksi serta pengiriman yang mudah
4. Tidak ada batasan waktu operasional usaha
5. Dapat mempelajari perilaku konsumen

Sistem pembayaran *e-commerce* adalah:

1. *Direct Debit*
2. *Virtual Account*
3. *E-wallet* dan *E-money*
4. QRIS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Bubur khas Cianjur milik Bapak Qodir memiliki target pasar disekitar area Kedung Waringin, Kabupaten Bogor. Lokasi usaha yang berada di jalan raya yang cukup ramai dengan kendaraan umum yang lewat. Pelanggan yang datang Sebagian besar adalah anak-anak sekolah, para Ibu Rumah Tangga yang tinggal sekitar lokasi, dan para pekerja kantor yang pagi hari menuju ke stasiun kereta api atau pulang di sore hari. Usaha Bubur Ayam Ciajur sendiri dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli, apalagi area tersebut dikelilingi oleh perumahan yang cukup padat.



Gambar 1. Foto display UMKM Bubur Ciajur

Pelatihan untuk membuat aplikasi Grabfood langkah pertama adalah dengan menggunakan telepon seluler Android dan koneksi internet pemilik usaha melakukan pendaftaran di *Website Merchant Registration*. Pendaftaran dilakukan dengan menginput data sebagai berikut:

1. Nama usaha, alamat, kota, nomor *handphone*, alamat email
2. Tipe bisnis: Individu /UMKM
3. Rata-rata penjualan bulanan: < 50 juta
4. Tipe *Device*: Android

Setelah menyetujui akan terdapat tampilan seperti ini.



Gambar 2. Foto formulir pendaftaran

Gambar 3. Foto formulir pendaftaran dan persetujuan

Setelah disetujui dengan melampirkan semua persyaratan dokumen maka Akun Grabfood siap digunakan. Strategi dalam menjual produk makanan adalah dengan menampilkan foto menu makan secara menarik. Pemilik mulai melakukan proses *upload* foto-foto produk secara menarik sehingga mengundang selera pelanggan yang melihatnya.

Strategi selanjutnya adalah dengan memasang harga yang murah dan bersaing. Menentukan harga yang murah dan bersaing adalah cara menjual makanan yang krusial, terutama di platform Grabfood yang penuh dengan persaingan. Pemilik usaha menyesuaikan harga yang biasanya 10 ribu per mangkok menjadi 14 ribu per mangkok dikarenakan ada komisi yang dikenakan oleh Grabfood. Harga ini sudah termasuk murah dan bersaing.



Gambar 4. Foto produk



Gambar 5. Foto hasil akhir UMKM di Grabfood yang siap digunakan

Strategi ketiga adalah dengan membuat *bundle* menu makanan dalam paket hemat. Dengan menggabungkan beberapa item produk menjadi satu paket yang lebih bernilai ekonomis, sehingga menawarkan nilai tambah bagi konsumen serta diharapkan meningkatkan volume penjualan.



Gambar 6. Foto menu *bundle* produk

Setelah aplikasi Grabfood mulai digunakan maka terjadi peningkatan pendapatan harian dari usaha bubur Cianjur. Berdasarkan hasil wawancara setelah aplikasi di operasionalkan di hari pertama terjadi penambahan pesanan sekitar 8 order yang menggunakan Grabfood. Pendapatan dari UMKM di hari Senin hingga Jumat adalah kurang lebih Rp.700.000, - perhari. Di hari Minggu pendapatan bisa mencapai Rp.1.300.000, -. Dengan adanya Grabfood terjadi peningkatan penjualan.

Pemilik usaha diawal penggunaan aplikasi masih menentukan jam operasional untuk Grabfood hanya dipagi hari dari jam 7:00 am - 8:00 am, sementara jam operasional di lokasi langsung adalah jam 5:30 am - 11:00 am untuk pagi hari dan buka kembali sore hari jam 5:00 pm - 10:00 pm. Jika jam operasional di Grabfood nantinya diterapkan sesuai dengan jam buka di tempat usaha maka diharapkan penjualan akan semakin meningkat pula.

Aplikasi Grabfood memiliki fitur yang memungkinkan pelanggan melihat rating dari usaha kuliner yang dijalankan. Dengan rating yang tinggi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pelanggan. Dikarenakan UMKM ini baru berjalan berberapa hari dan masih sedikit pelanggan yang melakukan pembelian dan belum ada yang memberikan rating dari pembelian yang pelanggan lakukan. Diharapkan kedepannya para pelanggan dapat memberikan rating yang sesuai dengan kualitas makanan yang dijual sehingga dapat menarik minat pelanggan baru nantinya.

Aplikasi Grabfood sebagai media pemasaran produk kuliner pada UMKM Bubur Cianjur telah membantu upaya untuk meningkatkan jumlah pembelian. Kedepannya diharapkan pula dapat menarik minat pelanggan baru dengan dicantumkannya rating di aplikasi sehingga memudahkan pelanggan untuk memutuskan pembelian. Pelatihan kepada UMKM Bubur Cianjur milik Bapak Qodir diharapkan pula dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 7. Foto pemilik usaha Bubur Cianjur Bapak Qodir

SIMPULAN

1. Penggunaan aplikasi Grabfood belum dimanfaatkan oleh UMKM Bubur Cianjur Bapak Qodir sehingga diharapkan dengan pelatihan dapat memberikan kesempatan penjualan dengan jangkauan pelanggan yang lebih luas.
2. Pelatihan dengan metode ceramah memudahkan pemilik UMKM Bubur Ciajur untuk lebih mudah memahami materi. Pendampingan berupa diskusi tentang materi pelatihan serta praktek langsung penggunaan aplikasi Grabfood membuka wasasan baru manfaat *E-commerce* dalam bisnis.
3. Bapak Qodir memiliki antusiasme yang tinggi untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan aplikasi GrabFood dalam meningkatkan penjualan usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel PKM ini. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu. Diantaranya adalah Bapak Qodir selaku pemilik UMKM Bubur khas Cianjur. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada manajemen Kampus Akatel Bogor yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

- Evitria, Dina, et al: Analisis kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Layanan Gofood Menggunakan Metode PIECES Framework. *JURIKOM*: vo.9, no.3, 2022, pp 522-527.
- Fandriansyah, M.A. (2022). Pemanfaatan Market Place GrabFood & Gofood Dalam Peningkatan Penjualan Pada UMKM Food and Beverage Mao-Mao Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 24(3),11-18.
- Hali, F.S., Rahmawati,R., & Mardiah, S. (2022). Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood Dan Shopeefood. *Devosi*, 3(2), 40-48
- Haryanto, Totok. (2022). *Pengantar Praktis Pemasaran Digital*. Purwokerto: UMP Press.
- Hera, M.H.G.D., Taufiq. M.,M & Wijaya, R.S. (2023). Mengoptimalkan Potensi UMKM RKT Kitchen Melalui Pembuatan Layanan GoFood guna Mengimplementasikan Digital Marketing pada UMKM. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3),01-09
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6 (2), 240-249.
- Indriany, Y., Hastuti, S., & PV, D.I. (2022). Analisis Citra Merek Dan Sikap Konusmen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food). *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 205-218.
- Laudon, Kenneth. (2020). *E-commerce 2020-2021 Business Technology Society*. London: Pearson.
- Lodewyk, Albert. (2023). *E-commerce*.Purwokerto: CV.Eureka Media Aksara.
- Prastyaningrum, R.B.A., & Ikaningtyas, M. (2023). Pemanfaatan Digitalisasi Kegiatan Pemasaran Dan Branding pada UMKM Alesya Food Melalui Mitra Gofood. *Jurnal Insan Pengabdian Indonesia*,1 (3),37-46.
- Putri, Arni S.,et al. "Analisis Kepuasan Pelaayanan Gofood Menggunakan PIECES Framework Pada Mahasiswa/i STMIKBI". *Jurnal Riset Komputer*, vol.9, no.3, 2022,pp 556-563.
- Rakhmat, R. (2020). *Viral Digital Marketing*. Bandung: Informatika
- Santoso, A.V. (2020). Analisa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Repeat Purchase dengan Customer Engagement dan Customer Experience sebagai Variabel Intervening pada Layanan Pesan -Antar Makanan Go-Food di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1-12.
- Syahrial, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food. *Jurnal Bisnis Kompetitif*,1 (2), 219-225.
- Yusuf, Muhammad. (2022). *E-Commerce: Konsep dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative.