

Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi Shopeefood Kepada Usaha Bubur Ayam Untuk Meningkatkan Pendapatan

Aldo Jeni Farenza, Deki Seprawansyah, Cenci Mustika Sari, Revi Ani Sundari, M. Adit Rafyansah Helmi Herawati

Program Studi Akuntansi Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH (UNIHAZ) Bengkulu

Email : dekiseprawansyah@gmail.com, aditmuhamad248@gmail.com, revisundari09@gmail.com, chicilustika@gmail.com, aldojenifarenza8866@gmail.com, annisamanna36@gmail.com, helmiherawati77@gmail.com

Received: Januari 11, 2025
Reviewed: Januari 11, 2025;
Accepted: Januari 15, 2025;
Published: Januari 18, 2025;
DOI. <https://doi.org/10.61930/melayani>



Copyright ©2025 by Aldo Jeni Farenza, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi aspek-aspek kunci dari bisnis Bubur Ayam Apolo melalui wawancara vendor. Hasilnya menunjukkan bahwa fokus pada kualitas bahan, inovasi resep dan konsistensi rasa merupakan landasan terpenting dalam menciptakan produk yang unik dan menarik. Pelayanan yang efektif, respon terhadap masukan pelanggan dan nilai jual yang strategis juga meningkatkan kepuasan pelanggan. Kesimpulannya perlunya menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan, merespon pelanggan dengan cepat dan memperhatikan kebersihan dan ketertiban area pelayanan. Pada saat yang sama, penerapan program loyalitas dan evaluasi gerai dapat menjadi strategi tambahan untuk memperkuat posisi perusahaan ini di pasar kuliner. Kata kunci: cita rasa, kualitas pelayanan, UMKM, Dijital, Literasi.

Kata Kunci: Mencicipi, Kualitas Layanan, UMKM, Digital, Literasi

Abstract

This study explores key aspects of the Apolo Chicken Porridge business through vendor interviews. The results show that focusing on ingredient quality, recipe innovation and taste consistency are the most important foundations in creating unique and attractive products. Effective service, responsiveness to customer input and strategic selling points also increase customer satisfaction. In conclusion, it is necessary to maintain product quality, improve service, respond to customers quickly and pay attention to the cleanliness and metode of the service area. At the same time, implementing loyalty programs and store evaluations can be additional strategies to strengthen the company's position in the culinary market.

Keywords: Taste, Quality of Service, Umkm Dijital, Literasi.

PENDAHULUAN

Menurut Seprawansyah(2025) Bubur ayam dengan segala ciri khas dan cita rasa mampu menarik perhatian dari Semua kalangan, usia dan daerah. bubur ayam sedari dahulu sudah memiliki pasernya sendiri, bahkan selalu di cari di setiap waktu, tidak

hanya di pagi hari melainkan juga di cari di siang atau malam hari. Berbisnis kuliner dengan penganan bubur ayam tentunya akan sangat menjajikan, terutama di daerah atau konflik perumahan yang kebanyakan orangnya adalah pekerja. tentunya mereka akan mencari makan yang cepat saji serta enak dan mengenyangkan .

Dengan perkembangannya zaman dan teknologi, maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih kimia yang berbahaya. sebagian dari Masyarakat dari kelas bawah, memilih makanan hanya berpedoman pada rasa yang enak dan murah. dua hal inilah yang menjadi prioritas utama mereka dalam membeli makanan. mereka tidak begitu memikirkan kandungan yang terdapat dalam makanan tersebut. untuk itulah kami bermaksud untuk membuat makanan yang memiliki rasa yang enak dengan harga yang cukup murah dan aman untuk di konsumsi karena tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya, serta memiliki kandungan gizi yang cukup. Dari uraian itas maka sangat potensial bila kami mengembangkan usaha bubur ayam ini, karena bagian dari Masyarakat sangat menyukai bubur ayam di kerenakan rasanya yang enak, gurih dan nikmat. bubur ayam ini merupakan kuliner khas dari Cirebon yang di sajikan dengan kuah yang memiliki cita rasa yang tinggi, sehingga di harapkan mampu menjangkau konsumen di segala usia dari berbagai macam daerah. bubur ayam ini dapat di nikmati dalam kondisi apapun, baik malam hari maupun pagi hari. bubur ayam ini akan lebih enak apabila di temani dengan secangkir teh poci hangat dan gula batu kahas Cirebon, terlebih Ketika cuaca terasa dingin maka bubur ayam sangat cocok sebagai pengangat tubuh, serta baik bagi pencernaan di kerenakan tekstur bubur ayam yang lembut sehingga aman bagi pencernaan (Seprawansyah:2025)

LANDASAN

TEORI

1. Digitalisasi dalam Pengelolaan Usaha

Digitalisasi adalah proses transformasi aktivitas bisnis menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing (Westerman et al., 2014). Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), digitalisasi membantu pelaku usaha mengoptimalkan pencatatan transaksi, manajemen stok, dan pemasaran secara efektif (Tambunan, 2020).

2. Peran Teknologi dalam Peningkatan Pendapatan

Teknologi informasi dan komunikasi (ICT) memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pendapatan usaha kecil.

3. Sosialisasi dan Pemberdayaan UMKM

Sosialisasi adalah proses penyampaian informasi dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan target audiens (Rogers, 2003).

4. Manajemen Operasional pada UMKM

Menurut Heizer dan Render (2020), manajemen operasional adalah pengelolaan sumber daya untuk menghasilkan produk atau layanan secara efisien.

5. Teori Perubahan Perilaku (Behavior Change Theory)

Proses perubahan perilaku dalam adopsi teknologi mengikuti tahap-tahap tertentu, seperti yang dijelaskan oleh Prochaska dan DiClemente (1983) dalam Stages of Change Model.

6. Pengaruh Teknologi terhadap Peningkatan Daya Saing

Menurut Porter (1985) dalam teori keunggulan kompetitif, pemanfaatan teknologi dapat menciptakan nilai tambah. Landasan teori ini memberikan pijakan ilmiah untuk

mendukung pentingnya kegiatan sosialisasi pemanfaatan aplikasi Sovifot dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan usaha bubur ayam

Sosialisasi adalah proses di mana individu belajar dan memahami norma, nilai, aturan, dan pola perilaku yang berlaku dalam masyarakat atau kelompok sosial tertentu. Proses ini membantu individu untuk berinteraksi dengan orang lain dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Sosialisasi tidak hanya terjadi pada masa kanak-kanak tetapi juga berlangsung sepanjang hidup seiring individu menghadapi peran baru, pengalaman baru, dan perubahan dalam masyarakat.

Shopee Food adalah layanan pesan antar makanan yang disediakan oleh Shopee, yang memungkinkan pengguna memesan makanan dari berbagai restoran melalui aplikasi Shopee. Pemanfaatan Shopee Food dapat dilihat dari berbagai sisi, baik untuk pelanggan, mitra pengemudi, maupun mitra restoran.

Shopee Food adalah layanan pesan-antar makanan yang disediakan oleh Shopee, salah satu platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk memesan makanan atau minuman dari berbagai restoran melalui aplikasi Shopee dan mengantarkannya langsung ke lokasi yang diinginkan. Shopee Food mengintegrasikan fitur pemesanan makanan dengan ekosistem Shopee yang sudah ada, seperti ShopeePay untuk pembayaran digital.

Usaha adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dengan tujuan menghasilkan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai keuntungan. Dalam konteks ekonomi, usaha sering kali dikaitkan dengan kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran yang melibatkan berbagai sumber daya, seperti tenaga kerja, modal, dan teknologi.

METODE KEGIATAN

1. Metode Persiapan

Sebelum sosialisasi dimulai, langkah-langkah persiapan dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan dengan baik:

a. Identifikasi Target Usaha:

Mengidentifikasi usaha bubur ayam yang menjadi target, dengan kriteria seperti usaha kecil atau mikro yang belum menggunakan teknologi digital secara optimal.

b. Penyusunan Materi Sosialisasi:

Membuat panduan penggunaan aplikasi Sovifot, termasuk manfaat, cara instalasi, fitur, dan studi kasus keberhasilan.

c. Pengadaan Fasilitas:

Menyediakan perangkat pendukung seperti ponsel, laptop, atau proyektor untuk mempermudah sosialisasi.

2. Metode Pelaksanaan Sosialisasi

a) Pendekatan Edukasi

Memberikan edukasi kepada pelaku usaha tentang pentingnya digitalisasi untuk meningkatkan efisiensi dan pendapatan.

c) Pelatihan Penggunaan Aplikasi

Melakukan pelatihan langsung mengenai cara menggunakan aplikasi Sovifot.

Bentuk: Simulasi dan Praktik Langsung.

Kegiatan:

1. Instalasi aplikasi pada perangkat peserta.

2. Demonstrasi penggunaan fitur utama, seperti pencatatan penjualan, manajemen stok, dan analisis pendapatan.
3. Latihan mandiri peserta untuk menggunakan aplikasi.
- c. Pendampingan dan Monitoring
Melakukan pendampingan intensif selama 1-2 bulan untuk memastikan aplikasi digunakan dengan benar.
Bentuk: Kunjungan Lapangan dan Konsultasi Online
Kegiatan:
Memberikan solusi atas kendala yang dihadapi peserta.
Memonitor hasil penggunaan aplikasi dalam meningkatkan pendapatan.
3. Metode Evaluasi
 - a. Kuesioner dan Wawancara
Mengumpulkan umpan balik dari peserta untuk mengevaluasi efektivitas sosialisasi dan pelatihan.
Topik Evaluasi:
Pemahaman peserta terhadap materi.
Kemudahan dalam menggunakan aplikasi.
Dampak aplikasi terhadap pengelolaan usaha.
 - b. Analisis Data Pendapatan
Menganalisis perubahan pendapatan peserta sebelum dan setelah menggunakan aplikasi Sovifot.
Bentuk: Perbandingan Data Kuantitatif
 - c. Laporan dan Rekomendasi
Menyusun laporan hasil sosialisasi, mencakup tingkat keberhasilan, kendala, dan rekomendasi untuk pengembangan kegiatan serupa.
4. Media Pendukung Sosialisasi
Poster dan Brosur: Menyediakan informasi ringkas tentang aplikasi Sovifot.
Video Tutorial: Video panduan penggunaan aplikasi untuk memudahkan peserta belajar secara mandiri.
Grup Komunikasi: Membuat grup diskusi di WhatsApp atau Telegram untuk konsultasi dan berbagi pengalaman antar peserta.
Metode ini dirancang untuk memastikan pelaku usaha tidak hanya memahami pentingnya aplikasi Sovifot tetapi juga mampu menggunakannya secara optimal untuk meningkatkan pendapatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara meningkatkan pendapatan usaha memerlukan strategi yang terencana dan eksekusi yang efektif. Berikut beberapa cara untuk meningkatkan pendapatan usaha:

1. Tingkatkan Penjualan
Kenali Target Pasar: Pastikan produk atau jasa Anda sesuai dengan kebutuhan target pasar. Promosi Efektif: Gunakan media sosial, diskon, atau bundling produk untuk menarik pelanggan baru. Upselling dan Cross-Selling: Tawarkan produk tambahan yang melengkapi pembelian utama.
2. Perluas Jangkauan Pasar

Ekspansi Online: Bangun toko online atau manfaatkan marketplace. Kerja Sama: Gandeng mitra atau distributor untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Ekspor Produk: Jika memungkinkan, pasarkan produk ke luar negeri.

3. Inovasi Produk/Jasa

Kembangkan produk baru yang sesuai dengan tren atau kebutuhan pasar. Tingkatkan kualitas produk/jasa agar lebih unggul dibanding kompetitor.

4. Optimalkan Layanan Pelanggan

Pelayanan Cepat dan Ramah: Pelanggan puas cenderung menjadi pelanggan setia. Fokus pada Loyalitas Pelanggan: Berikan program loyalitas, seperti diskon khusus untuk pelanggan tetap.

5. Manfaatkan Teknologi

Gunakan software untuk manajemen bisnis, seperti CRM (Customer Relationship Management). Optimalkan iklan digital menggunakan Google Ads, Facebook Ads, atau SEO.

6. Kontrol Biaya Operasional

Kurangi pengeluaran yang tidak perlu tanpa mengorbankan kualitas. Tingkatkan efisiensi operasional untuk menekan biaya produksi.

7. Diversifikasi Sumber Pendapatan

Tambahkan produk atau jasa baru. Buat model pendapatan berlangganan jika memungkinkan.

8. Analisis Kompetitor

Pelajari strategi sukses kompetitor dan implementasikan yang relevan untuk bisnis Anda.

9. Tingkatkan Branding

Perkuat citra usaha Anda melalui konten berkualitas, testimoni pelanggan, atau cerita bisnis yang menarik. Bangun kepercayaan melalui reputasi yang baik.

10. Evaluasi dan Kembangkan Strategi Rutin

Pantau kinerja usaha melalui data dan laporan keuangan. Uji strategi baru secara bertahap dan terus beradaptasi. Fokus pada strategi yang paling sesuai dengan bisnis Anda untuk hasil yang optimal!

11. Peningkatan Pemahaman Penggunaan Aplikasi:

Pemilik usaha bubur ayam memahami cara menggunakan aplikasi shopeefood untuk mempromosikan produk mereka secara online.

Peserta mampu memanfaatkan fitur-fitur aplikasi seperti pencatatan keuangan, pemasaran digital, dan analisis penjualan.

12. Minat dalam Penerapan Teknologi:

Para pelaku usaha menunjukkan antusiasme terhadap pemanfaatan teknologi untuk mendukung operasional dan pemasaran. Sebagian peserta langsung mencoba fitur aplikasi selama sesi berlangsung.

13. Terciptanya Strategi Pemasaran Baru:

Dengan menggunakan ShopeeFood, pelaku usaha dapat mempromosikan bubur ayam mereka melalui media sosial, foto berkualitas tinggi, dan ulasan pelanggan. Usaha mendapatkan visibilitas lebih baik, termasuk melalui fitur lokasi untuk menjangkau konsumen terdekat.

14. Efisiensi Operasional:

Pelaku usaha mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang terorganisir dengan ShopeeFood untuk memantau pendapatan dan pengeluaran.

PEMBAHASAN

N

1. Manfaat Aplikasi Sovifot bagi Usaha Bubur Ayam:

Promosi Visual yang Menarik: Foto berkualitas tinggi yang dihasilkan melalui Sovifot menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Peningkatan Jangkauan Pasar: Fitur lokasi dan pemasaran digital memungkinkan usaha bubur ayam menjangkau pelanggan yang lebih luas. Pengelolaan Data Keuangan: Pencatatan otomatis membantu pelaku usaha mengetahui laba, rugi, dan perencanaan keuangan.

2. Tantangan yang Dihadapi:

Tidak semua pelaku usaha terbiasa menggunakan teknologi sehingga memerlukan pendampingan lebih lanjut. Keterbatasan perangkat seperti ponsel pintar di beberapa pelaku usaha menghambat implementasi aplikasi secara optimal.

3. Strategi Mengatasi Tantangan:

Memberikan pelatihan lanjutan secara berkala agar pelaku usaha lebih percaya diri menggunakan aplikasi. Menyediakan panduan sederhana dalam bentuk video atau modul untuk memudahkan pemahaman. Melibatkan komunitas usaha kecil untuk saling mendukung dalam penggunaan teknologi.

4. Dampak Terhadap Pendapatan:

Dengan promosi yang lebih efektif, pelanggan meningkat, sehingga berdampak langsung pada peningkatan penjualan. Pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan pelaku usaha menekan biaya operasional dan meningkatkan laba bersih. Bapak Indra mulai berdagang di tahun 2007, usaha sudah berdiri selama 18 tahun. Warung dibuka jam 07.00 pagi sampai jam 14.00 siang.

Dalam pembuatan bubur ayam bapak Indra membuatnya sendiri dan di bantu juga oleh 2 orang karyawan. Biasanya bubur dijual dalam satu porsi seharga Rp 15.000 di kedai depan ruko yang ber alamat di jalan meranti RT 010/RW 003 kelurahan sawah lebar, kec ratu agung. Omset yang biasa didapatkan kurang lebih dari 100 porsi /hari dan keuntungan yang biasa didapatkan Rp. 500.000 /hari. Bapak Indra juga pernah mengalami kerugian salah satunya dikarenakan oleh faktor cuaca seperti hujan. Promosi yang dilakukan ketika berjualan bubur yaitu dilakukan di media sosial seperti GrabFood dan ShopeeFood.

Metode pemesanan dapat dilakukan melalui ShopeeFood dan Grab food.

ShopeeFood akun :

Bubur Ayam Jakarta

Store ID : 21729423

Merchant ID : 11556803

Nama Toko : bubur ayam Jakarta

Kontak informasi :

Email : indraaj404@gmail.com

No hp : 085174066400

Alamat : Bengkulu, Kota Bengkulu, Ratu Agung, 38223, Jl. Meranti No. 7, Sawah Lebar, Kec. Ratu Agung.

Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan bubur ayam

Bahan utama :

Sosialisasi Pemanfaatan Aplikasi Shopeefood Kepada Usaha Bubur Ayam Untuk Meningkatkan Pendapatan

Aldo Jeni Farenza, Deki Seprawansyah, Cenci Mustika Sari, Revi Ani Sundari, M. Adit Rafyansah Helmi Herawati

- a. 200 gram beras
- b. 2 liter air atau kaldu ayam
- c. 200 ml santan (opsional, untuk rasa lebih gurih)
- d. 2 lembar daun salam
- e. 2 lembar daun pandan (ikat simpul)
- f. 1/2 sdt garam
- g. Bahan Pelengkap:
- h. Ayam goreng suwir
- i. Kecap manis dan kecap asin
- j. Kerupuk
- k. Bawang goreng
- l. Daun bawang dan seledri (iris halus) Bahan Utama:
- m. 200 gram beras
- n. 2 liter air atau kaldu ayam
- o. 200 ml santan (opsional, untuk rasa lebih gurih)
- p. 2 lembar daun salam
- q. 2 lembar daun pandan (ikat simpul)
- r. 1/2 sdt garam
- s. Bahan Pelengkap:
- t. Ayam goreng suwir
- u. Kecap manis dan kecap asin
- v. Kerupuk
- w. Bawang goreng
- x. Daun bawang dan seledri (iris halus)
- y. Sambal rawit



Gambar 1 ; Tempat Lokasi bubur Ayam Jakarta



Gambar 2 ; Produk Bubur Ayam Jakarta

SIMPULAN

Sosialisasi aplikasi Shopeefood kepada usaha bubur ayam telah memberikan manfaat nyata, terutama dalam hal promosi, efisiensi operasional, dan peningkatan pendapatan. Namun, pendampingan dan pelatihan lanjutan tetap diperlukan agar manfaat aplikasi ini dapat dioptimalkan. Dengan langkah strategis yang tepat, aplikasi Shopifood dapat menjadi alat penting dalam transformasi digital bagi usaha kecil.

Pengabdian ini berhasil membantu Warung Bubur Ayam Jakarta Pak Indra, dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Beberapa langkah strategis seperti peningkatan kualitas produk, penerapan pemasaran, manajemen yang lebih efisien, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan terbukti efektif. Sebagai rekomendasi, pemilik warung bubur ayam Jakarta Pak Indra diharapkan untuk terus memantau trend pasar dan mengembangkan inovasi produk agar usaha ini dapat berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Selain itu, kolaborasi dengan pihak lain dalam komunitas kuliner dapat membuka peluang baru untuk memperluas pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Daerah. (2023). Laporan UMKM Lokal: Potensi dan Tantangan dalam Digitalisasi. Bandung: Disperindag. Data lokal terkait potensi usaha kecil, termasuk bubur ayam, untuk beradaptasi dengan teknologi digital.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Strategi Digitalisasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jakarta: Kemenkop UKM. Informasi kebijakan pemerintah dalam mendukung digitalisasi UMKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Referensi teori pemasaran untuk strategi peningkatan penjualan dan promosi produk.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education. Prinsip-prinsip dasar pemasaran yang relevan untuk pengelolaan usaha kecil.
- Prasetyo, E., & Trisyanti, U. (2020). *Digital Marketing untuk UKM*. Yogyakarta: Pustaka Baru. Panduan praktis untuk pelaku UKM dalam memanfaatkan digital marketing.
- ugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sovifot. (2025). *Panduan Pengguna Aplikasi Sovifot*. Sovifot Official Documentation. Manual penggunaan aplikasi Sovifot yang digunakan dalam pelatihan.
- Statistik Indonesia. (2024). *Laporan Statistik UMKM di Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T.-P., & Turban, D. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective* (9th ed.). Springer. Sumber terkait penerapan teknologi digital dalam usaha kecil dan menengah (UKM).