

**PELUANG BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI SHOPEE FOOD
BAGI UMKM**

E-BISNIS KELAS R

Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT.



Oleh

ANISA'UL KHOMARIYAH

NBI : 1211900355

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2021

PELUANG BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI SHOPEE FOOD BAGI UMKM

Anisa'ul Khomariyah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : Anisaulkhomariyah30@gmail.com

ABSTRAK

E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan bagian dari E-Bisnis. E-Commerce adalah aktivitas penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang atau jasa) dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi atau jaringan komputer. Di masa pandemi COVID-19 ini, kita harus menerapkan protokol kesehatan dengan menjaga jarak antar sesama dan dirumah saja jika tidak ada kepentingan. Bertujuan untuk mengurangi angka kasus COVID-19. Karena kasus ini banyak juga restaurant yang tutup dan hanya melayani *takeaway* atau *delivery*. Maka dari itu banyak *food delivery* yang bermunculan. Dukungan online saat ini berdampak besar bagi pelaku bisnis. Hal ini terbukti amaraknya aplikasi online yang semakin masif membuka peluang bisnis. Termasuk Platform Shopee memperkenalkan fitur Shopee Food. Shopee Food adalah layanan pesan-antar makanan dan minuman. Shopee Food kini banyak diminati masyarakat karena banyak menawarkan promo, discount, cashback dan fitur gratis ongkir. Banyak UMKM yang kini membuka usaha melalui ShopeeFood karena melihat adanya peluang bisnis.

Kata Kunci : E-Commerce, Shopee, Shopee Food, UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan informasi khususnya internet mengalami perkembangan yang sangat pesat dan cepat. Perkembangan teknologi internet telah mengubah berbagai aspek kehidupan bagi manusia. Saat ini penggunaan internet telah menjadi salah satu kebutuhan pokok selain kebutuhan sandang, pangan dan papan bagi sebagian besar masyarakat terutama di daerah perkotaan. Di zaman yang sudah semakin berkembang ini, pemanfaatan internet bukan hanya untuk berkomunikasi saja tetapi juga berbisnis, pesan transportasi, pesan makanan dan minuman, berkarya, bahkan untuk membeli barang kita bisa lakukan secara online. Kebutuhan konsumen yang ingin mengambil keputusan dengan cepat akan berdampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk yang didapatkan secara online. Banyaknya orang yang kini menggunakan internet, kita dapat dengan mudah menemukan apa yang kita mau melalui E-Commerce dan juga dapat dengan mudah menjadi peluang bisnis untuk membuka online shop.

E-Commerce adalah aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh dengan penerapan metode E-Commerce seperti kita tidak perlu menyediakan waktu khusus untuk belanja dan tidak terbatas oleh jarak yang ada. E-Commerce jenis marketplace adalah jenis E-Commerce yang sangat berkembang di Indonesia. Marketplace adalah sebuah tempat atau pasar elektronik yang melakukan kegiatan jual dan beli suatu barang atau jasa. Salah satu marketplace yaitu Shopee.

PT. Shopee Indonesia resmi hadir di Indonesia pada Desember 2015. Shopee memiliki berbagai macam kategori yaitu elektronik, fashion, perlengkapan rumah, perawatan & kecantikan, pakaian pria, ibu & bayi, kesehatan, otomotif, sepatu wanita dll membuat Shopee dengan mudah diterima masyarakat. Shopee kini telah menambahkan fitur terbaru yaitu ShopeeFood. ShopeeFood adalah layanan pesan antar makanan atau minuman seperti Gofood atau Grabfood. Layanan tersebut bisa diakses di Aplikasi maupun Website Shopee. Shopee baru memperkenalkan layanan ini pada April 2020. Maraknya kondisi pasar *food delivery* di Indonesia mampu membuat ShopeeFood menguatkan infrastruktur. ShopeeFood sudah mempunyai banyak driver dan partner. Di masa pandemi COVID-19 banyak yang membuka UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) melalui *food delivery*. Ini dapat menjadi peluang usaha kuliner bisnis online di karenakan kita harus menjalankan protokol kesehatan dan menjaga jarak selama masa pandemi. Dengan menerapkan fitur-fitur yang ada di ShopeeFood seperti gratis ongkir, cash back, promo, discount 10%, 15%, 50%, 60%, 75% apabila menggunakan Shopee Pay ataupun discount 100% untuk pengguna baru, membuat ShopeeFood banyak diminati oleh masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce merupakan bagian dari E-Business, dimana E-Business mencakup lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi meliputi juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll (Nbi, 2021). E-Commerce membawa peluang bisnis besar seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online dan pertumbuhan pendapatan (Latifah et al., 2020). Strategi Pemasaran Online adalah melakukan aktivitas pemasaran dengan menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh internet terutama media sosial dengan tujuan meningkatkan hasil penjualan dan menjalin komunikasi yang lebih baik kepada pelanggan (No Title, 2021).

Saat ini Teknologi Informasi (TI) menjadi suatu bagian yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga lembaga yang berskala enterprise (Septiadi et al., 2019). Dengan kemajuan teknologi, perkembangan UMKM kuliner sangat diminati didunia bisnis. Dampak yang paling nyata adalah selain dikenal juga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit (Supangat & ..., 2021). Dengan bekerja sama dengan sektor kuliner, Shopee Food mengambil peran sebagai penyedia platform bagi pengusaha UMKM. Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Apalagi dengan berkembangnya ekonomi kreatif E-Commerce yang mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia seperti Shopee Food. Selain menjadi media marketing untuk produk yang dijual, Shopee Food juga menyediakan jasa pengantaran makanan online (*food delivery*) yang mempekerjakan driver Shopee Food untuk mengantarkan pesanan makanan yang telah dibeli oleh konsumen.

BAB III

PEMBAHASAN

Trend bisnis kuliner UMKM kini semakin menarik dengan adanya layanan *food delivery* salah satu contohnya Platform Shopee Food di Shopee. Pemerintah tidak hanya merencanakan pemasaran digitalisasi untuk penjualan produk UMKM lokal dengan adanya marketplace. Tetapi juga memberikan solusi dalam meningkatkan penjualan bagi para pelaku bisnis kuliner UMKM lokal.

Platform Shopee Food ini menjadi solusi pemasaran digitalisasi bagi para pelaku usaha kuliner UMKM agar mereka bisa mengembangkan usaha dan memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini. Karena selama masa pandemi ini banyak yang mengeluhkan penjualan menurun. Pemasaran digitalisasi Shopee Food ini juga digencarkan bagi para pelaku usaha kuliner UMKM.

Tujuannya agar usaha kuliner UMKM lokal bisa bangkit dimasa pandemi. Usaha kuliner UMKM dengan digitalisasi saat ini menjadi trend selama masa pandemi. Tentunya karena perubahan gaya hidup masyarakat yang menghindari kontak fisik secara langsung. Sehingga banyak yang memilih menggunakan layanan pesan antar (*food delivery*) ketika membeli makanan ataupun minuman.

3.1 Keuntungan UMKM bergabung dengan Shopee Food

1. Biaya Antar Lebih Murah Untuk Pelanggan / Gratis Ongkir

Dengan mendaftar bisnis kita ke Shopee Food, pelanggan bisa mendapatkan ongkos antar yang lebih murah jika tidak menggunakan fitur gratis ongkir. Jika menggunakan fitur gratis ongkir pelanggan tidak dikenakan biaya

2. Memaksimalkan Potensi Bisnis Kuliner

Dengan tercatat pada program Shopee Food, kita bisa meningkatkan reputasi restaurant atau merek dengan sangat baik. Beberapa konsumen yang semula tidak mengenali restaurant atau merek akhirnya akan mengenalinya dan mulai pesan produk. Banyak masyarakat yang membuka layanan Shopee Food tetapi belum mempunyai tujuan makanan apa yang akan dibeli. Konsumen akan melakukan riset untuk membuka satu persatu bisnis makanan atau minuman.

3. Memberikan Jangkauan yang Lebih Luas

Shopee Food sudah melengkapi dengan sediakan beberapa ratus ribu driver yang siap melayani pesanan. Kita tidak boleh takut akan ada kendala untuk mengolah pesanan online karena tidak memperoleh driver.

4. Banyak Promo

Saat ini Shopee Food sedang memperkenalkan layanan mereka. Promo demi promo di gencarkan melalui pihak Shopee. Banyak dari masyarakat yang memesan makanan dalam jumlah banyak demi mendapatkan promo tersebut.

3.2 Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah nilai tambah atau insentif kepada distributor atau konsumen yang diterapkan oleh Shopee Food untuk meningkatkan penjualan. Tujuan dari promosi adalah mencari laba dengan cara memodifikasi tingkah laku konsumen, memberitahu informasi tentang promosi Shopee Food, bersifat membujuk, dan bersifat memberi tahu secara langsung atau tidak langsung agar menumbuhkan rasa ketertarikan dalam pembeli. Promosi penjualan di Shopee Food bisa berupa promo, voucher, gratis ongkir dan diskon.

3.3 Cara Berjualan di Shopee Food

1. Patuhi Aturan di Shopee Food

Shopee Food menetapkan kebijakan-kebijakan mengenai makanan yang boleh dan tidak boleh dijual, kita harus mematuhi. Jika tidak, akun partner kita bisa diblokir oleh pihak manajemen platform ini dan membuat rating bisnismu akan buruk.

2. Selalu Update Informasi

Jangan ketinggalan informasi setiap event. Ikut kolaborasi dalam event di Shopee Food untuk memberikan diskon dan promo ke konsumen akan membuat konsumen tertarik dan senang sehingga bisnis akan laris.

3. Menyediakan Kemasan Makanan yang Berkualitas

Di masa pandemi ini, untuk pelaku UMKM diharapkan memberikan kemasan yang bersih dan ber label food-grade. Hal tersebut sebagai bukti bahwa kita memberikan perhatian pada kesehatan konsumen.

3.4 UMKM Kedai “Kopi Hati”

Di masa pandemi COVID-19 Kedai Kopi juga ikut mengalami dampak serius dengan penurunan omset secara drastis. Penurunan omset disebabkan adanya kebijakan PSBB dan social distancing yang membuat kedai kopi hanya melakukan layanan takeaway dan juga melalui layanan pesan antar (*food delivery*). Penurunan omset bisa mencapai 60% dari penjualan sebelum masa pandemi.

1. Strategi Operasional dan Produksi

Setelah mengalami kesulitan pada masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), Sekarang Kopi Hati melakukan jam operasional setelah diterapkan kembali New Normal tetapi masih dengan menerapkan protokol kesehatan dan pengurangan jam buka-tutup. Kopi Hati masih tetap menerima customer di tempat tetapi dengan maksimal 20 orang . Untuk strategi produksi, Kopi Hati tidak hanya menjual minuman kopi saja, tetapi dengan menambahkan menu makanan camilan seperti kentang goreng, donat, jamur crispy. Kopi Hati menetapkan harga terjangkau sehingga dapat di jangkau oleh semua kalangan baik anak sekolah, mahasiswa, dan pekerja.

2. Strategi Penjualan dan Promosi melalui Shopee Food

Setelah bergabung dengan Shopee Food , Kopi Hati berhasil menutup penurunan omset sebesar 50% . Customer lebih sering memakai layanan platform dari Shopee ini. Kedai Kopi Hati selain melakukan promosi di Instagram, Kopi Hati juga melakukan promosi di Shopee Food dengan promo dan diskon yang lebih menarik. Contohnya “beli 2 kopi gratis 1 kopi” , pembelian minimal Rp. 50.000 dapat potongan Rp. 10.000 dan juga gratis ongkos kirim.

3.5 Kelebihan E-Commerce Shopee Food untuk UMKM

1. Memberikan lapangan kerja untuk driver shopee food maupun penjual bisnis
2. Banyak promo bisa mencapai 75%
3. Mampu mendatangkan peluang usaha
4. Membawa dampak positif yang berkelanjutan untuk usaha bisnis
5. Hemat tenaga dan waktu sehingga kita pelaku UMKM tidak perlu mengirim ke rumah konsumen

3.6 Kekurangan E-Commerce Shopee Food untuk UMKM

1. Aplikasi shopee ini sering erorr
2. Fitur dompet Shopee pay sering tidak muncul
3. Pelacakan rute maps yang dipakai Driver Shopee Food sering tidak jalan
4. Tidak tersedianya discount/promo untuk pembayaran selain Shopee pay yang membuat konsumen batal beli
5. Fitur gambar pada menu biasanya tidak terlihat, sehingga konsumen tidak tau seperti apa makanan yang ingin dipesan

BAB IV

PENUTUP

3.4 Kesimpulan

Dengan adanya E-Commerce, masyarakat tidak perlu lagi datang ke tempat pusat berbelanja. Sekarang tinggal mengunjungi situs E-Commerce sangat memudahkan kita dalam berbelanja online segala transaksi selesai dan barang sampai dirumah. Tidak hanya berbelanja kebutuhan saja, kita bisa memesan makanan lewat platform Shopee yaitu Shopee Food. Dengan Adanya Shopee Food mampu membuka lapangan kerja bagi para pelaku UMKM dan driver.

Bagi masyarakat Hasil diharapkan bisa memberikan pengetahuan tentang keputusan pembelian makanan secara online terutama melalui Platform Shopee Food dan memberikan wawasan yang bersifat mendukung bahwa *food delivery* secara online dapat dipercaya dan mudah untuk mendapatkan promo.

3.5 Saran

Bagi Marketplace Shopee :

Saya memberi saran agar Shopee Food bekerjasama dengan lebih banyak lagi tempat makan di daerah Surabaya dan sekitarnya dengan tetap mempertahankan fitur gratis ongkos kirim serta promo discount menarik lainnya. Mampu mempertahankan keunggulan serta dapat mengembangkan marketplace menjadi lebih kreatif dan kompetitif. Dengan hal ini, konsumen akan merasa puas karena keinginannya sesuai dengan harapan mereka atau bahkan melebihi ekspektasi sehingga penggunaan Shopee Food terus meningkat.

Bagi Pemilik UMKM :

Untuk pelaku UMKM harus terus mampu bertahan dalam persaingan bisnis kuliner dan mampu memaksimalkan peluang pasar yang tersedia. Khususnya dalam hal menjangkau pasar yang lebih luas untuk terus mempromosikan produk dalam platform marketplace penjualan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Latifah, N., Widayani, A., Normawati, R. A., Studi, P., Kekhususan, A., & Perkantoran, O. (2020). *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen* PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA E - COMMERCE SHOPEE Pendahuluan. 14(1).
- Nbi, F. A. (2021). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PT BUKA LAPAK DALAM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA TAHUN 2021*.
- No Title*. (2021). 1211700050.
- Septiadi, B. E., Kusnanto, G., & Supangat, S. (2019). Analisis Tingkat Kematangan Dan Perancangan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Rektorat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (Studi Kasus : Badan Sistem Informasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Konvergensi*, 15(1). <https://doi.org/10.30996/konv.v15i1.2831>
- Supangat, S., & ... (2021). Artikel Ilmiah Efektivitas Marketing Digital Di Masa Pandemi. ... *Marketing Digital Di ...*, 1151700200. <http://repository.untag-sby.ac.id/7424/>

BUKTI HASIL CEK PLAGIASI

The screenshot displays a plagiarism check result on the website www.check-plagiarism.com/id/. The main report shows 95% unique content and 5% plagiarized content. A progress bar indicates the check is 100% completed. A table lists various phrases, with one highlighted as plagiarized. The interface also features a sidebar with social media icons and a feedback button.

95% Konten unik **5% Konten yang dijiplak** **COMPLETED 100%**

Kalimat hasil bijak URL yang Cocok

unik	PELUANG BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI SHOPEE FOOD BAGI UMKM E-BISNIS KELAS R Supang....
unik	Oleh ANISA'UL KHOMARIYAH NBI : 1211900355 PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI....
unik	BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI SHOPEE FOOD BAGI UMKM Anisa'ul Khomariyah Program Stu....
unik	1945 Surabaya Email : Anisaulkhomariyah30@gmail.
unik	comABSTRAK E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan bagian dari E-Bisnis.
unik	E- Commerce adalah aktivitas penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang atau j....
unik	komputer.
unik	Di masa pandemi COVID-19 ini, kita harus menerapkan protokol kesehatan dengan menja....
Menjiplak	Bertujuan untuk mengurangi angka kasus COVID-19. Membandingkan
unik	Karena kasus ini banyak juga restaurant yang tutup dan hanya melayani takeaway atau....
unik	Maka dari itu banyak food delivery yang bermunculan.
unik	Dukungan online saat ini berdampak besar bagi pelaku bisnis.
unik	Hal ini terbukti amaraknya aplikasi online yang semakin masif membuka peluang bisnis.

[Buat Laporan Plagiarisme](#)

Bertahun - tahun pelihara burung Kuda Tapi ga gacor-gacor ?
Nanjung 105 [Open >](#)

Kata Kunci Kata Kepadatan

1- word 2- words 3- words

Links 16:40 28/10/2021