

Sosialisasi Fitur Promo Rekomendasi Dan Ad Manager Dalam Meningkatkan Penjualan Mitra *Grabmerchant*

I Gusti Surya Adi Wiandika¹, Ni Luh Putu Sariyani^{2*}, Ketut Tanti Kustina³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional

email: ¹gungsurya69@gmail.com,

^{2*}putusariani@undiknas.ac.id,

³tantikustina@undiknas.ac.id

Abstract: *Online Food Delivery Service is very helpful for entrepreneurs in the culinary field, because they can provide delivery services even though the restaurant does not have a special workforce in charge of delivering food. The phenomenon found from the observations of MSMEs in Denpasar City is the lack of awareness of business owners using the GrabMerchant application in using in utilizing the Recommendation Promo Feature and ad Manager to improve their sales performance. The purpose of this socialization activity is to grow the interest of business owners to use the two features in the Grabmerchant application. The activity method used is offline socialization regarding the benefits and steps for implementing these two features. The results of the socialization activities that have been carried out, there is an interest in business owners to the implementations of these two features in the GrabMerchant application.*

Keywords: *grab; promotions; recommendation; sale*

Abstrak: *Online Food Delivery Service* sangatlah membantu pengusaha di bidang kuliner, karena mereka dapat menyediakan layanan *delivery* walaupun restoran tersebut tidak memiliki tenaga kerja yang khusus bertugas untuk mengantar makanan. Fenomena yang ditemukan dari hasil pengamatan pada UMKM di Kota Denpasar, yaitu kurangnya tingkat kesadaran pemilik usaha menggunakan aplikasi *GrabMerchant* dalam pemanfaatan Fitur Promo Rekomendasi dan ad Manager untuk meningkatkan performa penjualan mereka. Tujuan dari kegiatan sosialisasi ini adalah menumbuhkan minat pemilik usaha untuk menggunakan kedua fitur pada aplikasi *Grabmerchant*. Metode kegiatan yang digunakan adalah sosialisasi secara luring mengenai manfaat dan langkah-langkah penerapan kedua fitur tersebut. Hasil kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan, yaitu adanya minat pemilik usaha menerapkan kedua fitur pada aplikasi *GrabMerchant*.

Kata kunci: *grab; penjualan; promosi; rekomendasi*



PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak pada berbagai pemangku kepentingan, termasuk para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner. PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) mencatat sepanjang tahun 2020 akibat pandemi tersebut sebanyak 1.033 restoran di Indonesia tutup permanen (Fadli, 2021). Kemudian muncul Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat Pemerintah (Ristanti, 2021), ini menetapkan bahwa restoran tidak mengizinkan makan di tempat. Akibatnya, restoran hanya akan menawarkan layanan bawa pulang atau pesan antar. Bahkan jika sebuah restoran tidak memiliki staf khusus yang bertanggung jawab untuk pengiriman makanan, layanan pengiriman makanan online dapat menawarkan layanan pengiriman, menjadikannya sangat berguna bagi pengusaha di sektor kuliner.

GrabFood merupakan salah satu *Online Food Delivery Service* (OFDS) atau Layanan Pesan Antar Makanan Online di Indonesia. Layanan ini telah bekerja sama dengan banyak mitra di Indonesia. Jumlah mitra GrabFood tahun 2020 meningkat 153% (Lesmana, 2021). Hal ini dikarenakan Grab menawarkan sejumlah promo menarik yang menawarkan nominal diskon cukup tinggi.

Promosi nantinya sebagai kegiatan pemasaran dan periklanan produk serta layanan secara langsung atau tidak langsung dapat mendorong pembelian konsumen. Kegiatan tersebut meliputi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, serta pemasaran langsung. Tujuan dari kegiatan promosi tersebut adalah sebagai cara penjual meningkatkan volume penjualan dalam

jangka yang pendek ataupun membangun suatu pasar jangka panjang (Handayani & Siregar, 2022). Pada aplikasi GrabMerchant, terdapat dua fitur promo, yaitu promo rekomendasi dan ad manager. Fitur promo rekomendasi adalah cara termudah mendaftarkan restoran ke promo GrabFood untuk meningkatkan penjualan. Promosi ini sudah diatur sedemikian rupa sehingga para pelaku usaha dapat mengatur promosi sendiri.

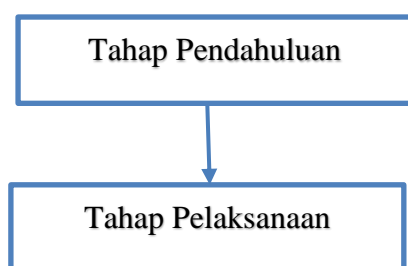
Fitur lain yang ada di GrabMerchant yaitu ad Manager. ad Manager membantu mitra usaha untuk menambah visibilitas dan pengunjung ke restoran dengan membuat iklan-iklan menarik. Ada dua jenis iklan yang dapat dibuat, yaitu iklan gambar dan iklan pencarian. Perbedaan iklan ini yaitu iklan gambar akan ditampilkan pada halaman utama aplikasi GrabFood, sedangkan Iklan pencarian ditampilkan di kolom pencarian GrabFood (*Grab Help Centre*, 2022).

Fenomena yang ditemukan dari hasil pengamatan pada UMKM Kota Denpasar yaitu kurangnya tingkat kesadaran pemilik usaha menggunakan aplikasi GrabMerchant dalam pemanfaatan fitur promo rekomendasi dan ad manager untuk meningkatkan performa penjualan mereka. Hal ini dikarenakan kurangnya minat pengguna untuk mempelajari lebih lanjut dalam penggunaan fitur ini. Dengan demikian, kegiatan sosialisasi fitur promo rekomendasi dan ad manager dalam meningkatkan penjualan mitra Grabmerchant merupakan solusi untuk menumbuhkan minat pemilik usaha menggunakan kedua fitur pada aplikasi Grabmerchant. Kegiatan ini di dukung berdasarkan saran keberlanjutan kegiatan penelitian Az-zahra, et al (2021), yaitu sosialisasi kepada pelaku UMKM secara intensif mengenai layanan *online food delivery* dapat meningkatkan keinginan

bergabung untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, didukung hasil kegiatan pengabdian Noviyanti & Yuliana (2022), bahwa pemanfaatan digitalisasi untuk pemesanan online kuliner dapat digunakan sebagai sarana promosi dengan jangkauan yang luas untuk meningkatkan penjualan produk.

METODE

Lokasi kegiatan sosialisasi dilakukan di Kota Denpasar pada salah satu pemilik UMKM di bidang kuliner yang baru terdaftar sebagai mitra Grabmerchant sehingga dalam memasarkan produknya melalui fitur promo pada aplikasi Grabmerchant masih didampingi oleh partnership grab, yaitu PT. Magada Tirta Amerta. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2022 dan 1 Agustus 2022 dengan menggunakan metode sosialisasi secara luring, yang terdiri dari tahap pendahuluan dan pelaksanaan.



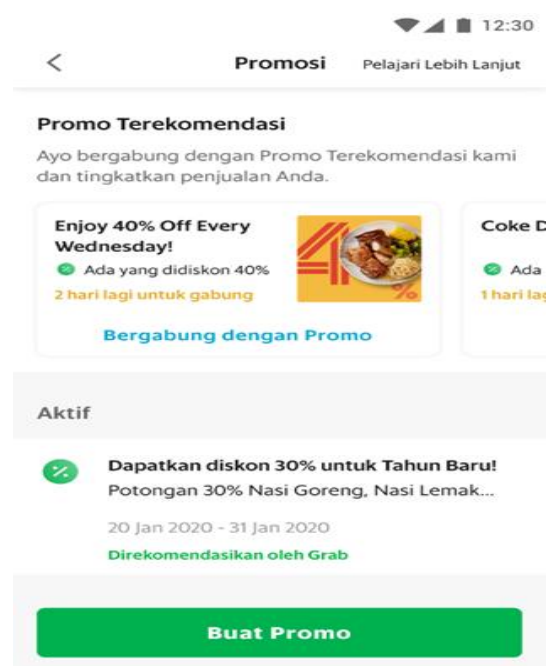
Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Tahap pendahuluan dilakukan pada tanggal 29 Juli 2022, mencakup beberapa prosedur, antara lain Survei lokasi, mengurus surat-surat perizinan, proses persetujuan lokasi dan menyiapkan materi (Arsyah et al, 2022). Tahap Pelaksanaan dilakukan pada tanggal 1 Agustus 2022 dengan memberikan sosialisasi secara luring mengenai manfaat dan langkah-langkah penerapan fitur

promo rekomendasi dan ad manager pada aplikasi Grabmerchant.

PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan 2 kali pertemuan. Hasil pertemuan awal dengan pemilik usaha sebelum kegiatan sosialisasi dilakukan adalah kurangnya minat pemilik usaha menggunakan aplikasi GrabMerchant dalam pemanfaatan Fitur Promo Rekomendasi dan ad Manager untuk meningkatkan performa penjualan.



Gambar 2. Fitur Promo Rekomendasi

Pertemuan selanjutnya, pemilik usaha diberikan sosialisasi secara luring mengenai manfaat dan Langkah-langkah penerapan dari kedua fitur tersebut.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi

Dikutip dari website *Grab Help Centre* (2022), manfaat dari fitur rekomendasi adalah dapat meningkatkan penjualan mitra hingga 2x lipat. Hal ini selaras dengan penelitian Arafah (2021), yakni promosi yang dilakukan melalui mitra Grab sangat efektif untuk meningkatkan penjualan.

Langkah-langkah penerapan fitur rekomendasi yang dikutip dari website *Grab Help Centre* (2022), antara lain:

1. Buka aplikasi GrabMerchant lalu pilih "**Promosi**".
2. Jelajahi beragam promosi yang ingin di ikuti lalu pilih salah satu.
3. Baca dengan seksama mengenai detail promo yang dipilih, mulai dari jumlah diskon, manfaat yang didapat, tanggal penutupan pendaftaran, hingga periode berlangsungnya. Jika sudah, pilih "**Bergabung dalam promo**".
4. Periksa kembali dan klik "**Berikutnya**".
5. Cek kembali keterangan promo yang akan di ikuti lalu pilih "**Konfirmasi Bergabung dengan Promo**".
6. Jika pada layar muncul notifikasi "Permintaan untuk bergabung dengan Promo Rekomendasi sudah dikirim" berarti permintaan sudah terkirim dan akan ditinjau oleh tim GrabFood. Jika sudah disetujui, akan muncul di

"**Promosi Anda**". Klik untuk memantau promosi Anda kapan saja.



Gambar 4. Tampilan Fitur Rekomendasi Diskon Kilat 9.9

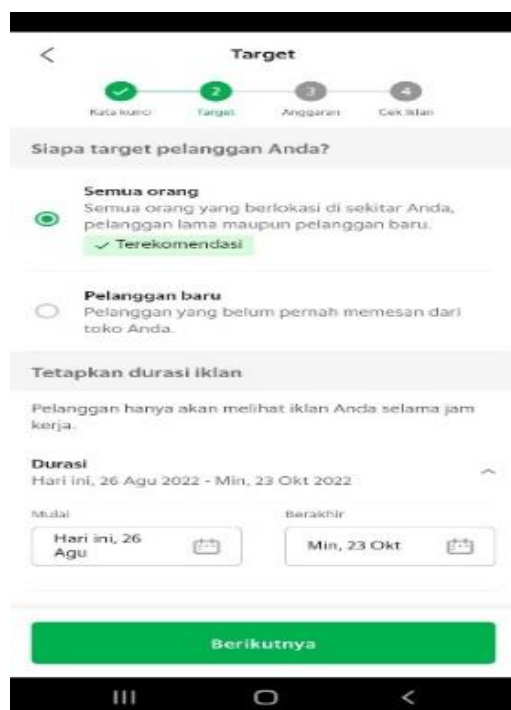
Pada gambar 4, Salah satu fitur promo rekomendasi dari GrabMerchant yang dipilih sesuai sosialisasi langkah-langkah penerapan dari fitur tersebut adalah "Diskon Kilat 9.9"

Fitur ad Manager berfungsi untuk membuat iklan gambar atau iklan pencarian yang menarik minat konsumen untuk berkunjung. Adapun langkah-langkah penerapan fitur ad manager yang dikutip dari website *Grab Help Centre* (2022), sebagai berikut:

1. Pilih tipe Iklan yang ingin dibuat, apakah tipe iklan Banner atau Iklan pencarian
2. Buat Iklan yang telah dipilih pada point 1 di atas
3. Pilih target audiens, apakah pelanggan baru atau semua pelanggan. Pada tahap ini, mitra dapat mengatur waktu iklan untuk dilihat oleh pelanggan yang telah dipilih

4. Atur anggaran iklan harian, Hal ini wajib dilakukan oleh mitra karena pihak grab akan membebaskan biaya iklan sesuai dengan jumlah klik yang konsumen lakukan. Jika lewat iklan itu. Artinya, biaya harian tergantung dari jumlah klik/hari yang mitra akan dapatkan.
5. Periksa ulang iklan secara detail dan jika semuanya sudah sesuai, pilih **“Buat Iklan”**

Proses Penerapan fitur ad manager sesuai sosialisasi fitur tersebut dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Tampilan proses Penerapan fitur ad manager pemilik usaha

SIMPULAN

Kegiatan ini mampu menumbuhkan minat pemilik usaha menggunakan fitur promo rekomendasi dan fitur ad manager dalam meningkatkan performa penjualan. Hal ini dapat dilihat dari penerapan kedua fitur tersebut,

yaitu pemilik usaha yang semula hanya menggunakan Grabmerchant sebagai sarana promosi tanpa memanfaatkan fitur promo rekomendasi dan beriklan tanpa memanfaatkan ad manager, kini telah menerapkan kedua fitur tersebut pada aplikasi grabmerchantnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arafah, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Rumah Makan Waroeng Pondok Bahari Banjarmasin* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB). <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/6798>
- Arsyah, U. I., Pratiwi, M., & Arsyah, R. H. (2022). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Kopi Pada Bumrag Nagari Lasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(2), 165–170. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i2.1451>
- Az-zahra, H. N., Tantya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan Online Food Delivery dalam Membantu Meningkatkan Penjualan pada Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156–165. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>
- Grab Help Centre. (2022). *Cara Gunakan Ad Manager*. <https://help.grab.com/merchant/id-id/360044166471>
- Grab Help Centre. (2022). *Fitur Promo Rekomendasi*. <https://help.grab.com/merchant/id>

- id/360044825332
- Fadli, A. (2021). *Akibat Pandemi, PHRI Sebut 1.033 Restoran di Indonesia Tutup Permanen*. Kompas.Com. <https://properti.kompas.com/read/2021/02/05/183000621/akibat-pandemi-phri-sebut-1.033-restoran-di-indonesia-tutup-permanen>
- Handayani, A. Z., & Siregar, A. Z. (2022). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Mousse Cake pada Toko Kue Le Chic Bakehouse Medan. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(4), 179–184. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i4.1654>
- Lesmana, F. (2021). *Memahami Model Bisnis Online Food pada Masa Pandemi COVID-19*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/fanji-lesmana/memahami-model-bisnis-online-food-pada-masa-pandemi-covid-19-1vmpgzCn4nz/2>
- Noviyanti, P. & Y. (2022). Pemanfaatan Digitalisasi untuk Pemesanan Online Kuliner Kerupuk Basah pada Warung Agdi Bengkayang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 33–38. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1145>
- Ristanti. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Industri Perhotelan (Studi Kasus di Hotel Grand Orchid Yogyakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15(3), 173–179.