

## SOSIALISASI PEMBUATAN AKUN GRABFOOD SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN TINK ONE DRINK SAKTI LUBIS

Enjellina Br Simanjuntak, Juli Meliza✉, Ratu Valana Dewi, Roni Marpaung

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: [newjuli07@gmail.com](mailto:newjuli07@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol2No2.pp172-175>

### ABSTRACT

*Tink One Drink is a community that is located on Jalan Sakti Lubis, Medan Kota District, Medan City. This business has been run by its owner since 4 years ago. Tink One Drink sells various types of drinks, the most dominant type of drink sold is coffee type drinks. The result of this activity is increasing the sales of Tink One Drink through the application of the Grabfood account.*

**Keyword:** *E-Commerce, Sales, Transactions, UMKM, Online.*

### ABSTRAK

*Tink One drink merupakan UMKM yang berada di jalan sakti lubis, kecamatan Medan Kota, kota Medan. Usaha ini dijalankan oleh pemiliknya sendiri sejak 4 tahun yang lalu. Tink One Drink menjual berbagai jenis minuman, jenis minuman yang paling dominan dijual adalah minuman berjenis coffee. Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu meningkatkan penjualan Tink One Drink melalui penerapan aplikasi pada akun Grabfood.*

**Kata Kunci:** *E-Commerce, Penjualan, Transaksi, UMKM, Online.*

### PENDAHULUAN

Pemilik usaha kecil dan menengah memberikan kontribusi yang signifikan, tidak hanya dalam hal tingkat retensi karyawan lebih dari 90% tetapi juga terhadap PDB negara yang lebih tinggi dari 50%. UMKM dinilai sangat adaptif dalam menghadapi berbagai perubahan kondisi bisnis yang terjadi sehingga dapat terus memberikan kontribusi positif bagi perekonomian bangsa. Semakin banyak isu yang diangkat oleh UMKM dapat diatasi, dan nilai kontribusi ini akan semakin meningkat. Salah satu isu tersebut adalah penggunaan informasi akuntansi dalam berbagai bentuk keputusan upaya.

UMKM didefinisikan menurut kriteria dan pedoman yang dapat mencakup jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan, jumlah modal yang ditanamkan, dan hasil dari suatu proyek, serta menurut karakteristik UMKM seperti skala usaha, teknologi yang digunakan, struktur organisasi dan manajemen, orientasi pasar, dan lain, antara lain (Nurfadillah, 2022). UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian di Indonesia karena

dapat mendorong & meningkatkan perekonomian secara terus menerus (Ahmad, Meliza, S, Fadhillah, & Winata, 2022).

E-commerce biasanya dianggap sebagai transaksi yang melibatkan pembelian elektronik yang dilakukan melalui media online. Selain itu, E-commerce dapat didefinisikan sebagai proses bisnis yang memanfaatkan teknologi elektronik untuk menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat umum melalui perdagangan elektronik (Wibowo, 2014).

E-commerce memiliki dampak positif dan negative dalam menarik pelanggan untuk melakukan transaksi online. Peningkatan pengguna E-commerce meningkat akibat kemudahan penggunaan dan keamanan saat menggunakan internet. Mereka dapat membeli barang yang mereka inginkan dan menjalankan bisnis dengan mudah, namun yang mengejutkan, konsumen yang terlibat dalam perdagangan online juga dapat mengekspresikan keinginannya sendiri sesuai dengan harapan dan kekhawatiran yang muncul selama transaksi. E-commerce juga

memiliki efek samping negatif, seperti risiko yang mungkin diketahui oleh pengguna (Prasetyo, Istiatin, & Mursito, 2020).

Usaha Tink One Drink ini didirikan sejak tahun 2018 oleh Ashari Ginting yang berada di jalan Brigjen Katamso dan kemudian memiliki cabang di jalan Sakti Lubis, Siti Rejo I, no.34, Kota Medan. Beliau memiliki 1 orang karyawan yang ditempatkan di jalan Brigjen katamso. Tink One Drink ini menjual berbagai jenis minuman terutama minuman berjenis coffee yang kemudian diinovasikan menjadi coffee boba, dimana saat ini menjadi minuman yang banyak diminati oleh kalangan milenial. Tink One Drink menjual berbagai jenis minuman, jenis minuman yang paling dominan dijual adalah minuman berjenis coffee. Think One Drink saat ini masih melakukan penjualan offline yaitu dengan membuka stand penjualan yang terletak tepat di bahu jalan Sakti Lubis.



Gambar 1. Outlet Tink One Drink

### MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk meningkatkan kesadaran, minat serta motivasi untuk berwirausaha, tidak hanya sebagai upaya mengembangkan keterampilan atau meningkatkan soft skill. Manfaat bagi pengusaha yakni dapat

meningkatkan pengetahuan digital marketing khususnya pada pemanfaat aplikasi grabfood.

### METODE PELAKSANAAN

Permasalahan yang dihadapi oleh Tink One Drink ialah kurangnya ilmu pengetahuan dalam digital marketing khususnya pada pemanfaat aplikasi grabfood. Sehingga dalam hal ini mereka kalah dalam bersaing dengan kompetitor yang sudah beradaptasi ke digital. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Desember 2022. Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di tempat pemilik usaha dagang "TINK ONE DRINK" Jl. Sakti Lubis. Kegiatan ini dilakukan oleh dosen, mahasiswa dengan nama pelaku usaha Bapak Ashari Ginting.



Gambar 2. Macam-Macam Varian Di Ting One Drink

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode pelatihan. Secara detail metode yang dilakukan untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu:

- (1) Bimbingan tentang teori dari pemasaran digital
- (2) Pelatihan pemasaran digital, sehingga pelaku usaha dapat melakukan pemasaran secara digital dengan benar



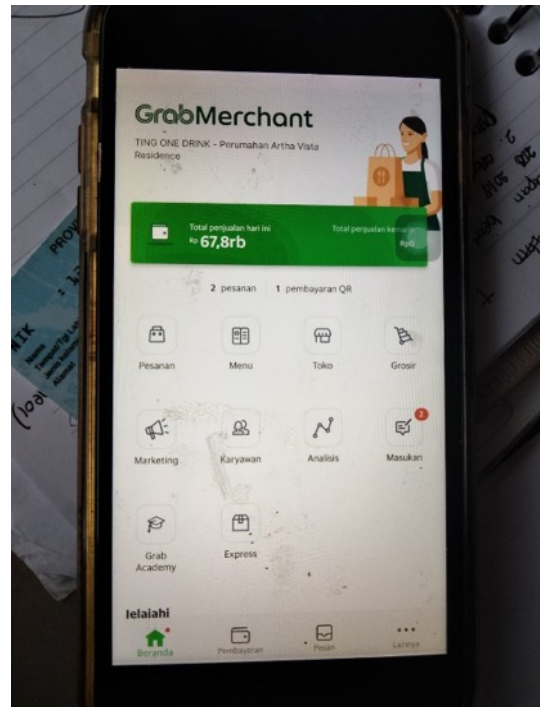
Gambar 3. Diskusi dengan Pemilik Usaha

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Ting One Drink ini memiliki pasar yang luas. Dengan pilihan menu minuman yg banyak dan juga harga yang ditawarkan juga terjangkau itulah yang menyebabkan pasar Ting One Drink ini luas, dari mulai anak sekolah, anak kuliah, hingga pekerja dan masyarakat disekitarnya. Pemilik Ting One Drink ini sendiri menciptakan inovasi-inovasi menu baru maka Ting One Drink merupakan salah satu daya tarik untuk pelanggan terus berlangganan di Ting One Drink. Cita rasa yang enak dan konsisten dengan bahan pembuatan minumannya yang premium inilah yang membuat para pelanggan tidak berpindah kelain tempat untuk membeli minuman yang serupa.



Gambar 4. Tim Membantu Pemilik Usaha Membuat Akun di Aplikasi



Gambar 5. Tampilan Akun Tink One Drink pada Aplikasi

### KESIMPULAN

Hasil pengabdian tim di usaha UKM Ting One Drink ini yaitu, tim pengabdian STIM Sukma telah membantu mereka untuk memasarkan produknya di GrabFood dengan harapan bisa meningkatkan penjualan mereka melalui aplikasi Grabfood tersebut dalam arti lain kami membantu mencari pasar yg lebih luas melalui aplikasi tersebut.

Pelaku usaha UKM maupun UMKM harus sadar dan harus lebih maju lagi kedepannya dengan menggunakan teknologi yang sudah sangat berkembang ini. Untuk menjangkau pasar yg lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan teknologi internet, usaha dapat lebih berkembang dengan melakukan banyak kegiatan promosi dengan menggunakan teknologi tersebut. Tersedia banyak sekali aplikasi-aplikasi untuk melakukan promosi dan penjualan seperti Grabfood, Instagram dan lain sebagainya. Selain menggunakan teknologi, hendaknya para pelaku usaha juga harus tetap menjaga kualitas dari produknya agar pelanggan selalu setia untuk membeli produk tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, N., Meliza, J., S, P. H., Fadhillah, Q., & Winata, E. (2022). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Pada Umkm Bandrek Jahe Merah De Koto S Family. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi*, 1(2), 1–5.
- Nurfadillah. (2022). *Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM*.
- Prasetyo, T. D., Istiatin, I., & Mursito, B. (2020). Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Website Quality, Inovasi Produk, Dan Electronic Word of Mouth (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(02), 886–893. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i02.1261>
- Wibowo, E. A. (2014). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *Equilibiria*, 1(1).