

PENGEMBANGAN APLIKASI CHATBOT PEMESANAN RIZQY KATERING

Zyad Rusdi ¹, Shri Srishty Kobalen ², Ferry Fernando ³, Aldi Resaldi Maulana ⁴, Regitta
Aprillie Vardha⁵

^{1, 2, 3, 4, 5}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: zyadr@fti.untar.ac.id

ABSTRACT

The catering business is one of the culinary businesses that can be run. This business has become popular during the recent pandemic, and the number of catering entrepreneurs continues to increase so that the competition in this catering business is quite tight. This catering business is very suitable to be run by housewives, because cooking is the hobby of housewives and can provide great profit opportunities. The development of MSMEs from year to year is influenced by the use of information technology and information systems. Digital marketing is one of the technologies that supports the development of SMEs and trade today. MSME Rizqy Catering was established in January 2017 and is located in the Medang Lestari Gading Serpong Housing Estate, Tangerang Regency, Banten Province. Engaged in the business of making and selling home-cooked food. Rizqy Catering's marketing is currently still through the traditional way, namely word of mouth. There has been no marketing effort through promotional activities and sales using other media. The purpose of this Community Service activity is to help the development of Rizqy Catering SMEs through digital promotion media, especially using social media in terms of product marketing. The method of implementing two activities, namely the method of designing software applications and training methods. The method of implementing the training is carried out offline, if conditions allow and online if it is not possible. The output target of this PKM activity is an ordering chatbot application that can support marketing efforts with features that suit your needs, user manual documents and publication of scientific articles or intellectual property rights (IPR).

Keywords: chatbot, promotion, catering, SMEs

ABSTRAK

Usaha catering merupakan salah satu bisnis bidang kuliner yang bisa dijalankan. Usaha ini menjadi populer dalam masa pandemi belakangan ini, dan jumlah pengusaha catering terus meningkat sehingga persaingan di dalam bisnis catering ini cukup ketat. Usaha catering ini sangat cocok di jalankan oleh ibu rumah tangga, karena memasak merupakan kegemaran dari ibu rumah tangga dan dapat memberikan peluang keuntungan yang besar. Perkembangan UMKM dari tahun ke tahun dipengaruhi dengan pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi. Pemasaran digital merupakan salah satu teknologi yang mendukung perkembangan UMKM dan perdagangan saat ini. UMKM Rizqy Catering berdiri sejak Januari 2017 dan berlokasi di Perumahan Medang Lestari Gading Serpong Kabupaten Tangerang Propinsi Banten. Bergerak dalam bidang usaha pembuatan dan penjualan makanan rumahan. Pemasaran Rizqy Catering saat ini masih melalui cara tradisional, yaitu dari mulut ke mulut. Belum ada upaya pemasaran melalui kegiatan promosi dan penjualan menggunakan media lainnya. Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah membantu pengembangan UMKM Rizqy Catering melalui media promosi digital, khususnya menggunakan media sosial dalam hal pemasaran produk. Metode pelaksanaan dua kegiatan, yaitu metode perancangan aplikasi perangkat lunak dan metode pelatihan. Metode pelaksanaan pelatihan dilakukan secara luring, jika kondisi memungkinkan dan secara daring jika tidak memungkinkan. Target luaran kegiatan PKM ini adalah sebuah aplikasi chatbot pemesanan yang dapat mendukung upaya pemasaran dengan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan, dokumen user manual dan publikasi artikel ilmiah atau hak kekayaan intelektual (HKI).

Kata Kunci: chatbot, promosi, catering, UMKM

1. PENDAHULUAN

Bisnis kuliner saat ini menjadi salah satu bisnis paling menjanjikan untuk di jalankan, prospek usaha ini akan terus cemerlang mengingat kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok bagi semua manusia. Salah satu bisnis bidang kuliner yang bisa dijalankan adalah bisnis catering. Usaha catering menjadi tren bisnis belakangan ini dan jumlah pengusaha catering terus meningkat sehingga persaingan di dalam bisnis catering ini cukup ketat. Usaha catering ini sangat cocok di jalankan oleh ibu rumah tangga, karena memasak merupakan kegemaran dari ibu rumah tangga.

Bisnis catering juga cocok dijalankan bagi anda yang memiliki kegemaran terhadap makanan atau bagi yang melihat peluang yang besar di dalam bisnis catering ini.

Salah satu bisnis makanan yang digemari oleh para pengusaha adalah usaha catering. Selain keuntungan yang didapat cukup banyak, usaha ini juga bisa disebut sebagai ‘hobi yang dibayar’ bagi orang-orang yang gemar memasak. Dalam setiap usaha yang dijalankan, pastinya selalu ada tantangan, baik tantangan kecil maupun besar.

Katering merupakan salah satu bentuk usaha dari industri jasa (Hospitality Industry), dimana produk utamanya adalah penjualan makanan dan minuman dengan pelayanan jasa lainnya yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Pada pengelolaan usahanya, catering menangani penyediaan makanan dan minuman di tempat dimana produk usaha itu diselenggarakan (In-side catering) atau produk makanan dan minuman di bawa ke luar tempat produksinya (out-side catering).

Catering (catering) pada kamus bahasa Inggris, didefinisikan sebagai penyedia makanan dan jasa untuk sebuah acara atau pesta. (<https://www.dictionary.com/browse/catering>). Bisnis catering pada umumnya adalah bisnis lokal yang melayani hanya pasar lokal yang masih bisa dengan mudah dijangkau melalui angkutan darat. Hal ini dikarenakan sifat dari bisnis catering yang membutuhkan persiapan yang sangat intensif sebelum acara yang dilayani berlangsung. Di Indonesia, bisnis catering kebanyakan berasal dari bisnis rumahan, yang banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dari kenalan sendiri, atau pemasaran melalui brosur kepada calon pelanggan. Pemanfaatan sistem informasi yang dapat diakses secara online dapat meningkatkan pelayanan pelanggan maupun menjangkau pelanggan baru sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Langkah awal yang salah dalam memulai usaha catering ini bisa membuat bisnis tidak berkembang, bahkan gulung tikar. Perkembangan teknologi informasi saat ini merupakan kebutuhan yang harus dimiliki oleh setiap organisasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnis. Penggunaan teknologi informasi untuk mendukung bisnis sangat beragam, salah satunya adalah penggunaan perdagangan elektronik atau yang biasa disebut dengan electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan e-commerce (Ardiansyah, 2021).

UMKM merupakan salah satu usaha mikro yang memberdayakan industri rumahan. UMKM Indonesia memiliki kontribusi sebesar 15.8% terhadap rantai pasok produksi global di tingkat ASEAN. Perkembangan UMKM dari tahun ke tahun dipengaruhi dengan pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi. E-commerce merupakan salah satu teknologi yang mendukung perkembangan UMKM dan perdagangan saat ini (Mumtahana, dkk. 2017)

Menurut We Are Social yang diacu oleh kumparan.com, internet saat ini sudah menjadi kebutuhan, tidak kecuali masyarakat Indonesia, dimana hampir 73,7 persen penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet. Artinya, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. (We Are Social, 2022).

E-commerce merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan secara daring (online) dengan memanfaatkan dukungan dari teknologi informasi yang diakses melalui website maupun perangkat bergerak dengan media telekomunikasi berupa jaringan internet (Tirtana, dkk., 2020) Pemanfaatan teknologi e-commerce dapat dirasakan oleh konsumen, baik konsumen bisnis-to-consumer (B2C) maupun konsumen business-tobusiness (B2B). Salah satu faktor yang menyebabkan bisnis saat ini menggunakan chatbot adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis, dikatakan meningkatkan efisiensi karena dapat meminimalisir biaya pemasaran, tenaga kerja, maupun biaya overhead. Selain itu meningkatkan efektivitas karena dengan adanya dukungan internet pada e-commerce maka memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Hal tersebut dimungkinkan karena bisnis dapat membuka toko virtual selama 24 jam non stop dengan menampilkan informasi tentang produk dan prosedur pembelian secara daring pada website milik unit bisnis tersebut. Dari sisi konsumen juga mendapat benefit lain yaitu menghemat biaya

akomodasi dan juga dimudahkan dengan adanya informasi mengenai detail produk serta tampilan grafis yang baik dan bahkan bisa didukung dengan animasi maupun video mengenai produk tersebut (Mumtahana dkk., 2017).

Whatsapp, sosial media berupa platform komunikasi, menempati urutan pertama dengan 88,7% pengguna internet atau 181,5 pengguna bulanan. Platform percakapan lainnya yang paling sering digunakan adalah Telegram dan Facebook Messenger (We Are Social, 2022).

Dengan banyaknya pengguna platform percakapan di Indonesia menjadikan platform ini sebagai platform yang tepat digunakan untuk pembuatan alat pencatatan otomatis menggunakan chatbot. Chatbot (Bot) merupakan alat yang dapat meniru percakapan manusia dan dikendalikan menggunakan algoritma tertentu. Dengan semakin banyaknya pengguna internet, chatbot semakin banyak digunakan. Pada tahun 2021, diperkirakan terdapat 1,8 juta chatbot yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. (Daniel, 2019)

Perkembangan perekonomian di Indonesia tidak lepas dari peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jumlah UMKM yang ada di Indonesia selalu bertambah dari tahun ke tahun, sejak tahun 2012 hingga tahun 2017 pertumbuhan jumlah UMKM terbilang signifikan. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2012 jumlah UMKM yang ada di Indonesia sejumlah 55,2 juta UMKM sedangkan pada tahun 2017 mencapai 62,9 juta, dari jumlah tersebut pertumbuhan jumlah UMKM dari tahun 2012 hingga 2017 sejumlah 7,7 juta.

Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) Rizqy Katering berdiri sejak tahun 2017 dan berlokasi di Perumahan Medang Lestari Gading Serpong, Kabupaten Tangerang.

Bergerak dalam bidang usaha pembuatan dan penjualan makanan rumahan, contoh menu Katering seperti pada Gambar 1 dan 2. Pemasaran yang dilakukan Rizqy Katering saat ini masih melalui cara tradisional, yaitu dari mulut ke mulut. Belum ada upaya pemasaran melalui kegiatan promosi dan media lainnya.



Gambar 1. Contoh Menu Katering



Gambar 2. Contoh Menu Katering

Permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra yaitu Rizqy Katering, adalah belum tersedianya media alat pencatat pesanan yang dapat mencatat pesanan harian pelanggan secara otomatis. Alat pencatat pesanan yang dibutuhkan dapat diakses oleh pelanggan menggunakan platform komunikasi yang biasa digunakan. Dengan menggunakan platform komunikasi yang biasa digunakan membuat pelanggan tidak kesulitan dalam memesan makanan.

Platform komunikasi merupakan alat yang memungkinkan penggunanya saling berkomunikasi antar satu sama lain. Penggunaan platform komunikasi semakin meningkat. Segala bentuk konten, seperti text, gambar, audio, dapat disebar menggunakan platform ini. (Lee, 2021)

Saat ini, UMKM Rizqy Katering telah menggunakan platform komunikasi sebagai alat pencatatan pesanan pelanggan. Dengan memanfaatkan platform ini, pencatatan pesanan dapat dilakukan dari jarak jauh secara cepat. Akan tetapi, dengan semakin bertambahnya jumlah pelanggan, pencatatan pesanan semakin susah dilakukan. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya alat pencatatan pesanan dari platform komunikasi secara khusus.

Salah satu teknologi yang berkembang sangat pesat dan dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan ini adalah penggunaan chatbot. Chatbot (Bot) merupakan alat yang dapat meniru percakapan manusia dan dikendalikan menggunakan algoritma tertentu. Bot juga dapat mengotomatisasikan dan mengerti pembicaraan manusia. Bot dapat berkomunikasi pada semua tipe platform sosial media, salah satunya pada platform percakapan. (Daniel, 2019). Teknologi ini dapat dimanfaatkan sebagai salah satu solusi permasalahan mitra.

Pembuatan Chatbot yang sudah pernah dilakukan

Pembuatan dan implementasi aplikasi chatbot untuk melayani pelanggan sudah banyak dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut:

Shopee, salah satu e-commerce yang ada di Indonesia menggunakan chatbot dalam melayani pelanggan. Chatbot ini dapat menjawab pertanyaan pelanggan serta membantu mengatasi masalah yang dialami pelanggan. Chatbot shopee dapat diakses melalui web dan aplikasi mobile. (<https://chatbot.shopee.co.id/>)

Chatbot yang digunakan oleh Tacobell memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan dari jarak jauh. Makanan yang telah dipesan, kemudian, dapat diambil di gerai Tacobell yang telah dipilih sebelumnya. Chatbot ini dapat diakses melalui platform komunikasi Slack. (Inbeta, 2016) Asisten virtual Telkomsel merupakan chatbot yang dapat diakses melalui aplikasi dan web Telkomsel, serta beberapa platform komunikasi seperti Whatsapp, Facebook Messenger, Telegram, dan Line. Chatbot ini memungkinkan pengguna untuk mengecek pulsa, melakukan pencarian kantor terdekat, hingga membeli pulsa dan paket data. (<https://www.telkomsel.com/support/asisten-virtual-telkomsel>)

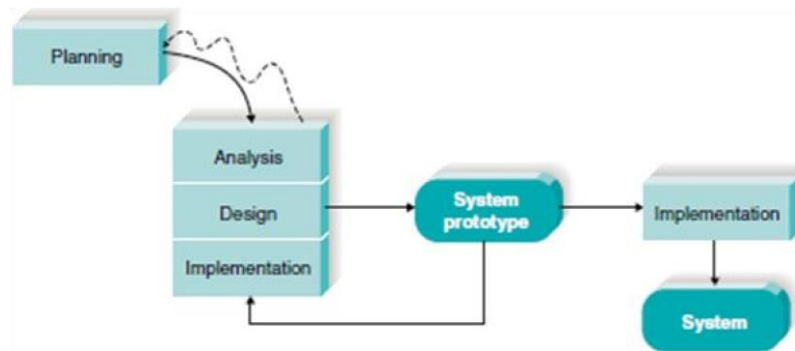
2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan PKM ini terdiri dari dua kegiatan, yaitu pengembangan aplikasi chatbot dan pelatihan pengguna aplikasi website

Tahapan/Langkah-Langkah solusi bidang pengembangan aplikasi chatbot

Kegiatan utama yang dilakukan adalah mengembangkan aplikasi chatbot dengan beberapa fungsi sebagai media promosi dan penjualan.

Selanjutnya untuk perancangan sistem perangkat lunaknya menggunakan metode Rapid Application Development (RAD). Metode RAD memiliki fase-fase melakukan perencanaan syarat-syarat kebutuhan sistem, melibatkan pengguna untuk merancang sistem dan membangun sistem (kegiatan ini dilakukan secara berulang-ulang hingga mencapai kesepakatan bersama), dan terakhir tahap implementasi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Denis, 2016).



Gambar 3. Metode Rapid Application Development (Denis, 2016)

Prototipe sistem melakukan tahap analisis, desain, dan implementasi secara bersamaan untuk segera mengembangkan versi sederhana dari sistem yang diusulkan dan memberikannya pengguna untuk evaluasi dan umpan balik. Prototipe sistem adalah "cepat dan kotor" versi sistem dan menyediakan fitur minimal. Berikut reaksi dan komentar dari pengguna, pengembang menganalisis ulang, mendesain ulang, dan menerapkan kembali prototipe kedua yang mengoreksi kekurangan dan menambahkan lebih banyak fitur. Siklus ini berlanjut hingga analisis, pengguna, dan sponsor setuju bahwa prototipe menyediakan fungsionalitas yang cukup untuk dipasang dan digunakan organisasi. Pembuatan prototipe sistem dengan sangat cepat menyediakan sistem bagi pengguna untuk mengevaluasi dan meyakinkan pengguna bahwa kemajuan sedang dibuat. Pendekatan ini sangat berguna bila pengguna memiliki kesulitan menyampaikan persyaratan untuk sistem. Kerugiannya, bagaimanapun, adalah kurangnya kehati-hatian, analisis metodis sebelum membuat desain dan keputusan implementasi. Prototipe sistem mungkin memiliki beberapa batasan desain mendasar yang merupakan akibat langsung dari ketidakcukupan pemahaman tentang persyaratan sistem yang sebenarnya di awal proyek.

Software utama dalam kegiatan PKM ini adalah:

- Application Programming Interface (API)
API merupakan antarmuka yang dapat digunakan untuk menghubungkan suatu aplikasi dengan aplikasi lainnya. API yang digunakan akan menghubungkan chatbot dengan platform percakapan tertentu.
- Chatbot Platform
Merupakan platform penyedia layanan chatbot. Platform ini memungkinkan pembuatan dan penggunaan chatbot secara mudah dan cepat. Selain itu, dengan platform ini, pengelolaan chatbot dapat dilakukan secara lebih mudah.

Tahapan/langkah-langkah solusi bidang pelatihan pengguna

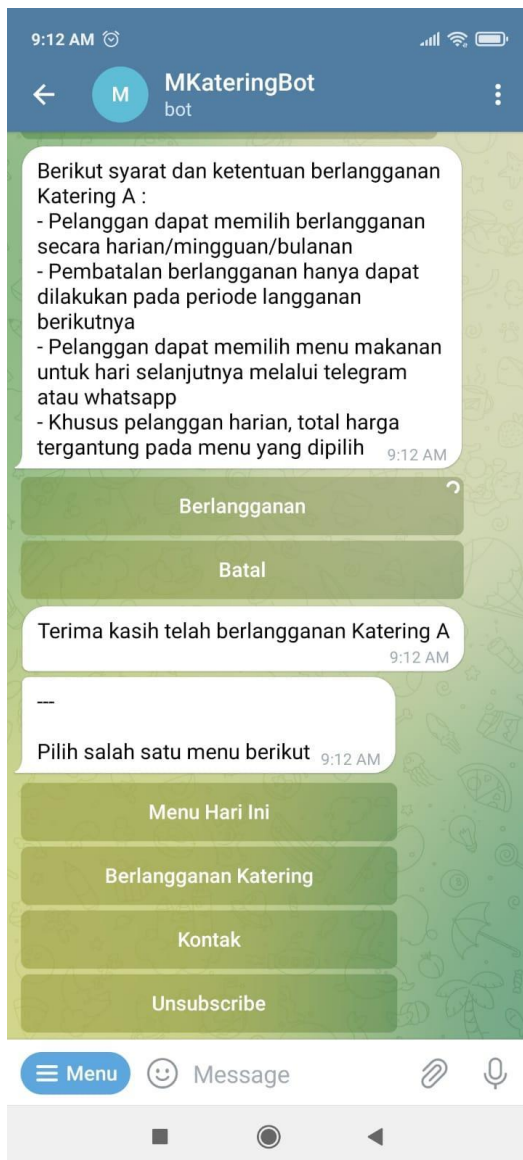
Kegiatan pelatihan pengguna adalah pelatihan yang ditujukan kepada pengguna dan pengelola aplikasi. Khusus untuk pengelola aplikasi (administrator), Pelatihan yang dilakukan merupakan transfer ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkaitan dengan pengelolaan aplikasi. Peserta yang ditargetkan adalah para staf dan guru khususnya mereka yang akan mengelola atau bertindak sebagai administrator web dan memiliki dasar-dasar penguasaan dibidang Teknologi Informasi.

Materi yang akan disampaikan meliputi:

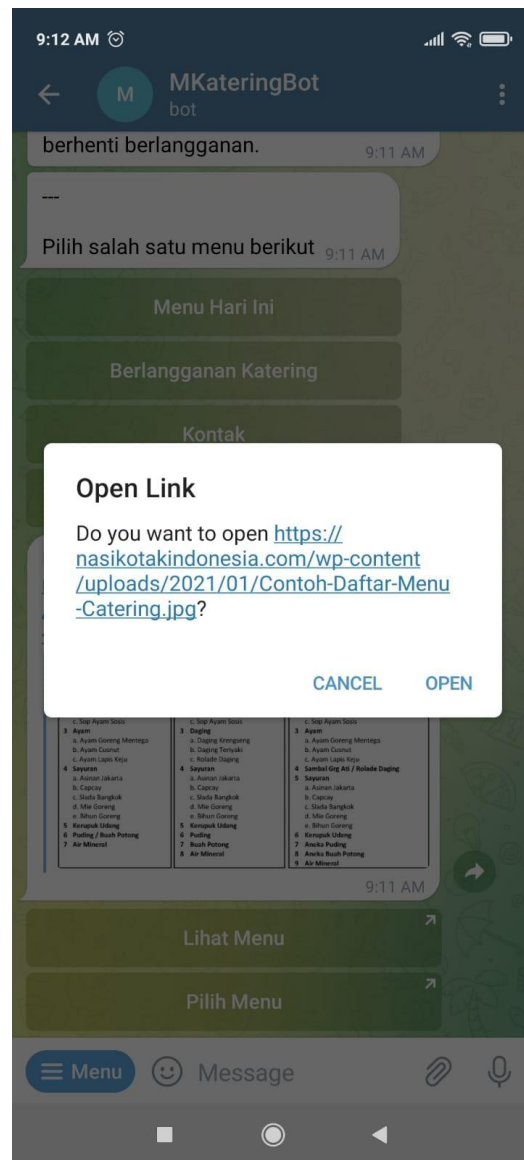
- Mengelola Control Panel (CP):
- Mengelola database
- Mengelola source code
- Mengelola user

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

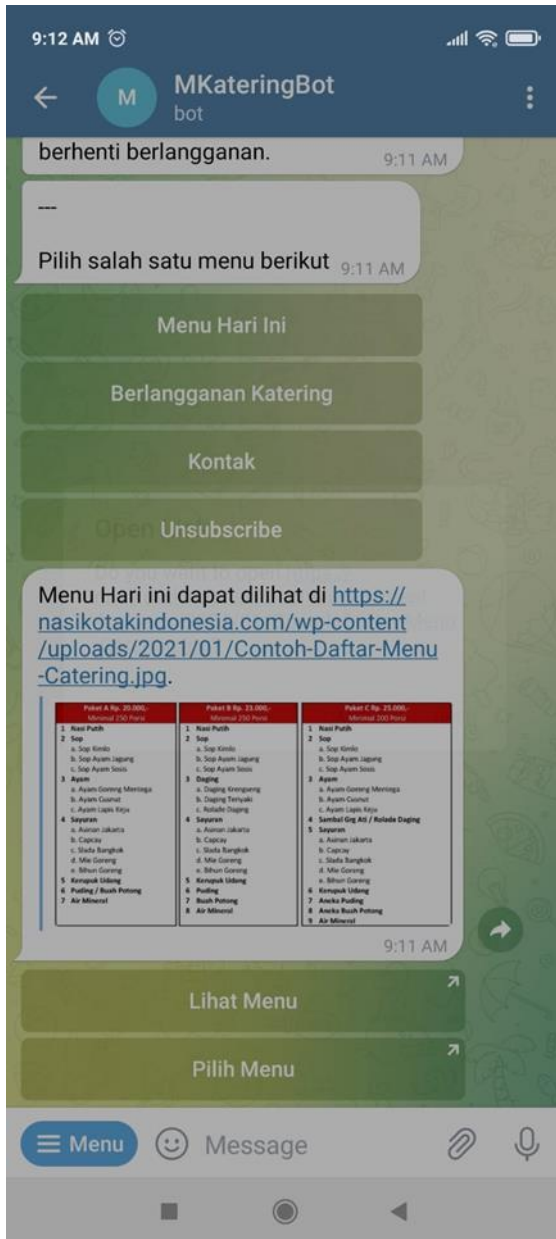
Hasil chatbot yang sudah dibuat dapat dilihat seperti pada Gambar 4-9 berikut ini.



Gambar 4. Chatbot untuk pendagfatan pelanggan baru



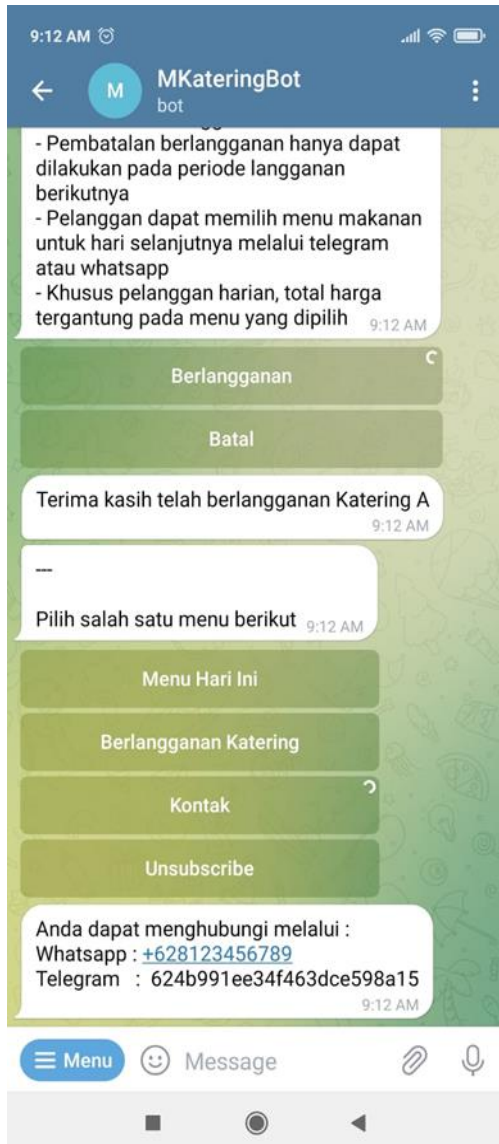
Gambar 5. Chatbot pilihan menu pelanggan



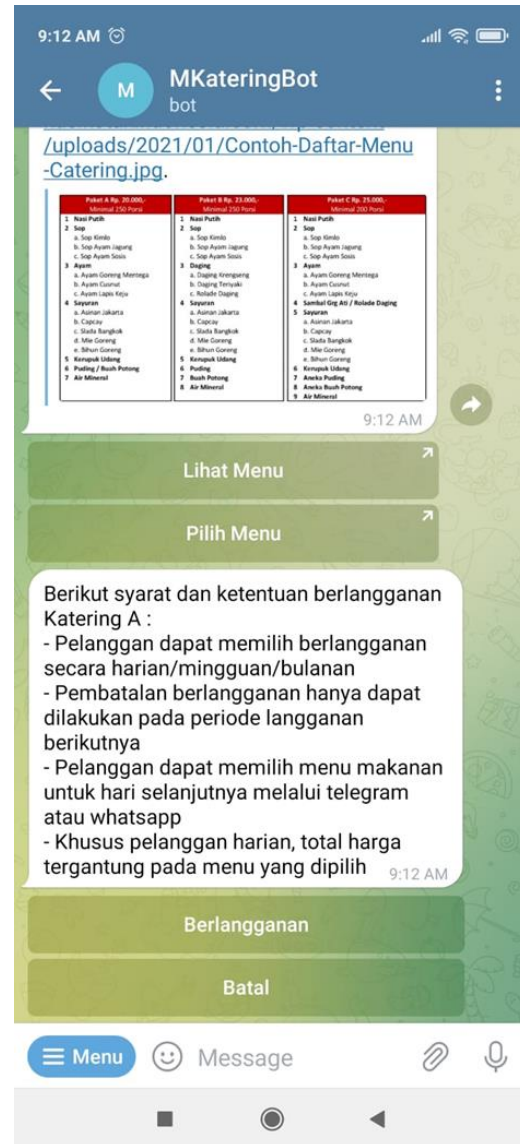
Gambar 6. Chatbot



Gambar 7. Chatbot



Gambar 8. Chatbot



Gambar 9. Chatbot

PKM yang telah dijalankan menghasilkan aplikasi chatbot, yang dapat digunakan melalui pesan WA. Aplikasi ini dilengkapi dengan buku manual pengguna yang dapat digunakan untuk memudahkan penggunaan aplikasi tersebut

Aplikasi yang dibuat diharapkan akan memberi manfaat sebagai berikut:

- Dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan pelanggan
- Penyebaran informasi mengenai produk (menu harian) yang cepat dan dapat diperbarui setiap saat, tanpa dibatasi tempat dan waktu
- Dapat memfasilitasi pencatatan pesanan pelanggan yang dilakukan secara otomatis.
- Memudahkan proses penjualan dan pemesanan produk

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan PkM yang telah dilakukan berhasil membangun sebuah aplikasi chatbot. Penerapan aplikasi chatbot tersebut dapat digunakan oleh mitra sebagai jalan keluar permasalahan pada saat pandemi saat ini yaitu untuk kegiatan promosi dan memudahkan dalam menjawab pertanyaan serta transaksi penjualan. Selain itu untuk melengkapi aplikasi dibuat juga buku

manual aplikasi. Buku manual ini ditujukan untuk membantu dalam menjalankan aplikasi oleh pengguna dan administrator web aplikasi.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Ucapan terimakasih ditujukan kepada LPPM Universitas Tarumanagara yang telah mendukung dan memfasilitasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

REFERENSI

- Ardiansyah, T., 2021. Model Platform E-Commerce Dalam Mendukung Kesuksesan Bisnis Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), pp.197-211.
- Daniel, F., Cappiello, C., & Benatallah, B. (2019). Bots acting like humans: Understanding and preventing harm. *IEEE Internet Computing*, 23(2), 40-49.
- Dennis, W., Wixom, B.H., Roth R.M., 2015. *Systems Analysis & Design*. Sixth Edition. Willey
- <https://www.dictionary.com/browse/catering>. diakses 20 Januari 2022
- <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudahpakai-internet-1ssUCDbKILp/full>. diakses 20 Januari 2022.
- <https://chatbot.shopee.co.id/> . diakses 20 Januari 2022.
- <https://www.telkomsel.com/support/asisten-virtual-telkomsel>. diakses 20 Januari 2022.
- Inbenta Technologies Inc. The ultimate guide to chatbots for businesses. Tech. Rep., www.inbenta.com (2016)
- Lee, F. L., Liang, H., Cheng, E. W., Tang, G. K., & Yuen, S. (2021). Affordances, movement dynamics, and a centralized digital communication platform in a networked movement. *Information, Communication & Society*, 1-18.
- Mumtahana, H.A., Nita, S. and Tito, A.W., 2017. Pemanfaatan Web ECommerce untuk meningkatkan strategi pemasaran. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), pp.6-15.
- Tirtana, A., Zulkarnain, A., Kristanto, B.K., Suhendra, S. and Hamzah, M.A., 2020. Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 14(2), pp.101108.
- We Are Social (2022). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=digital%20indonesia>. Diambil 10 Februari 2022

(halaman kosong)