



## IMPLEMENTASI APLIKASI GORESTAN UNTUK PENGURANGAN FOOD WASTE DI RESTORAN DAN TOKO MAKANAN

**Nurul Faujiah<sup>a\*</sup>, Muhammad Renega Shafar Anggara<sup>b</sup>, Lukman Abdul Azizul Hakim<sup>c</sup>**

<sup>a</sup> Sekolah Bisnis dan Manajemen / Jurusan Bisnis Digital; [nurulfaujiah167@gmail.com](mailto:nurulfaujiah167@gmail.com), Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sari Asih No. 54 Kode Pos 40151 Bandung, Jawa Barat

<sup>b</sup> Sekolah Bisnis dan Manajemen / Jurusan Bisnis Digital; [mrenagashafaranggara@gmail.com](mailto:mrenagashafaranggara@gmail.com), Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sari Asih No. 54 Kode Pos 40151 Bandung, Jawa Barat

<sup>c</sup> Sekolah Bisnis dan Manajemen / Jurusan Bisnis Digital; [lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id](mailto:lukmanabdulazizul@ulbi.ac.id), Universitas Logistik dan Bisnis Internasional; Jl. Sari Asih No. 54 Kode Pos 40151 Bandung, Jawa Barat

\* Penulis Korespondensi: Nurul Faujiah

### ABSTRACT

*This Integration Project II discusses the implementation of the Gorestan application as a solution to reduce food waste in restaurants and food stores. Gorestan is a digital platform that facilitates the sale of surplus food that is still suitable for consumption at discounted prices. The application also offers a “mystery food” feature that provides an engaging experience for consumers. This study emphasizes the importance of reducing food waste as an effort for sustainability and business efficiency. The implementation of Gorestan is expected to help business partners manage food stock, enhance their image as environmentally conscious businesses, and provide innovative solutions to food waste challenges.*

**Keywords:** *Food Waste; Digital Application; Gorestan; Waste Reduction; Sustainability*

### Abstrak

Proyek Integrasi II ini membahas implementasi aplikasi Gorestan sebagai solusi untuk mengurangi *Food Waste* di restoran dan toko makanan. Gorestan merupakan platform digital yang memfasilitasi penjualan makanan berlebih yang masih layak konsumsi dengan harga diskon. Aplikasi ini juga menawarkan fitur “*mystery food*” yang memberikan pengalaman menarik bagi konsumen. Penelitian ini menekankan pentingnya pengurangan *Food Waste* sebagai upaya keberlanjutan dan efisiensi bisnis. Implementasi Gorestan diharapkan dapat membantu mitra bisnis dalam mengelola stok makanan, meningkatkan citra sebagai bisnis yang peduli lingkungan, dan memberikan solusi inovatif terhadap tantangan *Food Waste*.

**Kata Kunci:** *Food Waste; Aplikasi Digital; Gorestan; Pengurangan Limbah; Keberlanjutan*

### 1. PENDAHULUAN

Kehilangan dan pemborosan pangan (FLW) merupakan tantangan kritis abad ke-21, dengan implikasi luas terhadap ketahanan pangan, keberlanjutan lingkungan, dan stabilitas ekonomi. Menangani FLW sangat penting untuk mencapai tujuan keberlanjutan global dan memastikan sistem pangan yang tangguh untuk generasi mendatang." (FAO, 2023). Dari hasil penelitian Bappenas (2021) didapatkan persentase sampah makanan Indonesia telah mendominasi hingga 44 persen dari seluruh jenis limbah sampah. Adapun jumlahnya yakni sekitar 23-48 juta ton per tahun. Jika dikalkulasi, setiap orang membuat sampah makanan sebanyak 115-185 kg per tahun. Bisa dibayangkan betapa mubazirnya. Dan pada tahun 2021, Menteri Lingkungan Hidup menggunakan jejaring Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPNS) mendata bahwa angka total sampah dari sisa makanan Indonesia mencapai 46,35 juta ton dalam skala nasional. Jumlah inipun menduduki komposisi terbesar dari total sampah yang dihasilkan di Indonesia, bahkan melebihi sampah plastik, yaitu di angka 26,27 juta ton.

Terkait dengan masalah sampah yang terus ada, pada dasarnya pemerintah Indonesia telah mengatur kebijakan mengenai pengelolaan sampah itu di dalam UUD 1945 Pasal 28 H ayat (1) yang berisi bahwa setiap orang memiliki hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Pemerintah merupakan pihak yang bertanggung jawab untuk menjalankan pengelolaan sampah, dan dalam pelaksanaan di lapangan pemerintah bisa melakukan kerja sama dengan pihak ketiga seperti organisasi / kelompok masyarakat yang bergerak di bidang lingkungan hidup. Dalam studi kasus ini, *food waste* dikaitkan dengan produk yang tidak terjual dan sudah melewati masa penyimpanan atau kelayakan produk itu sendiri. Kemudian, ada dua opsi yang bisa dilakukan untuk menindaklanjuti *Food Waste* tersebut yakni dimusnahkan atau digunakan pada kebutuhan lainnya. Hal ini akan mengakibatkan masalah berupa rendahnya margin total pada produk makanan dan juga membutuhkan biaya operasi yang semakin tinggi. Oleh karena itu, mengurangi *Food Waste* masih menjadi permasalahan yang terjadi di industri pangan hingga saat ini.

Dalam penelitian ini, dilakukan percobaan mereduksi *Food Waste* dengan sistem menjual produk makanan atau minuman yang masih layak konsumsi dengan harga diskon. Diharapkan, dengan analisis ini bisa menjadi sarana dalam memahami sistem yang ada sekarang dan untuk mengetahui akar masalah penyebab *Food Waste*.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan membuat sebuah implementasi “Implementasi Aplikasi Gorestan untuk Pengurangan *Food Waste* di Restoran dan Toko Makanan” untuk digunakan di seluruh restoran dan toko makanan yang bermitra dengan Gorestan. Gorestan sendiri adalah Suatu Startup yang memanfaatkan Aplikasi, yang berfokus pada bidang lingkungan hidup untuk bertujuan mengurangi adanya *Food Waste* yang terus menjadi permasalahan umum, cara kerjanya yaitu di dalam Aplikasi Gorestan ada banyak restoran dan toko makanan yang bermitra dengan Gorestan, adapun sisa stok makanan atau minuman yang tidak habis terjual dalam satu hari dan masih layak konsumsi dapat dijual di Aplikasi Gorestan dengan potongan harga atau diskon yang menarik, dan juga kami menyediakan fitur *mystery food*, yang dimana saat customer membeli *mystery food*, customer akan secara acak mendapatkan makanan atau minuman yang menarik tanpa mereka ketahui isi dari *mystery food* itu. Dengan adanya sistem ini diharapkan dapat membantu Restoran dan Toko Makanan dalam mengatasi permasalahan *Food Waste* dan dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai pelaku bisnis yang peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

Sebelum menjelaskan solusi yang ditawarkan oleh aplikasi Gorestan, perlu dipahami beberapa masalah utama yang dihadapi oleh restoran dan toko makanan terkait dengan *Food Waste*. Masalah-masalah ini menunjukkan tantangan yang menghambat upaya pengurangan *Food Waste* serta meningkatkan beban operasional dan lingkungan bagi bisnis tersebut. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, terdapat lebih dari 2.600 rumah makan, restoran, dan kafe di Kota Bandung hingga tahun 2022. Data ini menunjukkan bahwa Bandung memiliki beragam pilihan kuliner yang tersebar di berbagai wilayah, baik di kota maupun kabupaten. Gorestan masih berada pada tahap awal pengembangan dan menerapkan pendekatan bertahap untuk memastikan implementasi yang optimal. Untuk tahap pertama, aplikasi ini hanya akan menampung hingga **100 mitra** terpilih yang berkomitmen mendukung upaya pengurangan *Food Waste* melalui teknologi dan kolaborasi.

Oleh karena itu, tujuan dari dilakukannya proyek integrasi II ini adalah untuk menerapkan apa yang sudah direncanakan di proyek integrasi I, Dengan mempertimbangkan karakteristik para konsumen dan para mitra restoran, tren pasar, dan potensi platform digital, diharapkan pelaksanaan proyek ini akan memberikan manfaat yang signifikan dalam hal mengurangi permasalahan *Food Waste* yang ada, dan dapat menjadi solusi bagi para mitra restoran yang belum memiliki media atau platform khusus untuk mengurangi permasalahan *Food Waste* yang ada.

### 1.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah perancangan yang sudah dilakukan untuk merancang Aplikasi Pengurangan *Food Waste* di Restoran dan Toko Makanan sudah berjalan efektif?
2. Bagaimana perkembangan aplikasi media atau platform khusus untuk mengurangi permasalahan *Food Waste* yang ada hingga kini?
3. Inovasi dan pengembangan apa saja yang dapat dilakukan atau dioptimalkan setelah Implementasi Aplikasi Pengurangan *Food Waste* di Restoran dan Toko Makanan dapat dilakukan?

## 1.2. Tujuan

Tujuan yang hendak dicapai dalam kajian ini adalah mengurangi *Food Waste* pada restoran dan toko makanan melalui implementasi aplikasi Gorestan. Selain itu, aplikasi ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola makanan berlebih agar lebih efektif dan bermanfaat. Secara rinci tujuan yang dimaksud sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan rancangan yang sudah dilakukan untuk merancang Aplikasi Pengurangan *Food Waste* di Restoran dan Toko Makanan.
2. Mengetahui perkembangan aplikasi media atau platform khusus untuk mengurangi permasalahan *Food Waste* yang ada hingga kini.
3. Mengetahui Inovasi dan pengembangan apa saja yang dapat dilakukan atau dioptimalkan setelah Implementasi Aplikasi Pengurangan *Food Waste* di Restoran dan Toko Makanan dapat dilakukan.

## 1.3. Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup proyek ini mencakup:

1. Implementasi Aplikasi Pengurangan *Food Waste* di Restoran dan Toko Makanan yang telah dirancang sebelumnya.
2. Membahas implementasi dan pelaksanaan dari aplikasi untuk mengurangi permasalahan *Food Waste* pada restoran dan toko makanan yang terus menjadi permasalahan hingga sekarang.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Food Waste

*Food Waste* adalah makanan yang telah melewati seluruh rantai pasokan makanan hingga menjadi produk akhir yang berkualitas baik dan layak konsumsi, tetapi tetap tidak dikonsumsi dan akhirnya dibuang karena sudah rusak. *Food Waste* umumnya terjadi di tingkat ritel dan konsumen. Contohnya adalah makanan yang tersisa di piring dan makanan yang sudah kadaluarsa (Envihsa, FKM UI 2022).

Meningkatnya limbah makanan akan berdampak pada lingkungan di masa depan, khususnya pada permasalahan rantai pasok makanan. Pasalnya, seluruh proses diperkirakan menghasilkan sisa makanan, terutama dari sektor rumah tangga. Pada saat yang sama, populasi dunia diperkirakan bertambah. Dengan cara ini, perlu lebih sadar akan orang limbah makanan yang dihasilkan, dan orang perlu lebih memahami pengelolaannya. Indonesia perlu memikirkan beberapa negara yang lebih baik dalam menangani sampah makanan. Masalah perilaku, demografi, dan keseharian perlu diperbaiki dengan menetapkan langkah-langkah strategis untuk mencegah dan mengurangi limbah makanan. Pengelolaan sampah terpadu telah diterapkan di beberapa negara dan berhasil dimanfaatkan oleh negara (Chaerul & Zatadini, 2020).

### 2.2. Digitalisasi

Digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan ketersediaan informasi, merancang komunikasi baru dan meningkatkan efisiensi kegiatan ekonomi. Digitalisasi membantu mengurangi upaya komunikasi dan koordinasi antar perusahaan. Digitalisasi secara langsung atau tidak langsung meningkatkan produktivitas industri penghasil barang dan jasa dan berperan penting dalam hal ini. Selain itu, digitalisasi dapat meningkatkan kinerja perekonomian dengan menyediakan informasi pasar, memfasilitasi proses pencarian kerja, dan meningkatkan penyebaran informasi (Kurniawati, 2020).

Penggunaan digitalisasi merupakan salah satu faktor utama pendorong aktivitas ekonomi dan sosial baik di negara maju maupun berkembang (Hibi & Zabardast, 2020).

### 2.3. Aplikasi

Pengertian aplikasi menurut Rachmad hakim S dalam (Tri, 2020) merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk tujuan tertentu, seperti mengelola dokumen, mengatur Windows dan permainan (game). Sedangkan menurut Harip Santoso dalam (Tri, 2020) bahwa aplikasi adalah suatu kelompok file (form, class, rePort) yang memiliki tujuan untuk melakukan aktivitas tertentu yang saling terkait, misalnya aplikasi payroll, aplikasi fixed asset, dan sebagainya. Aplikasi berasal dari kata application yang artinya penerapan lamaran penggunaan. Dapat disimpulkan dari kedua pendapat ahli tersebut, bahwa aplikasi adalah sebuah perangkat lunak yang memiliki fungsi untuk mengelola dokumen, contohnya aplikasi payroll dan fixed asset.

#### 2.4. Digital Marketing

Digital marketing adalah upaya aktivitas pemasaran melalui media digital atau online. Biasanya media yang digunakan adalah melalui situs atau website, forum online, hingga yang paling populer adalah sosial media seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan yang lainnya (Prayitno, 2020). Dengan berkembangnya internet di era digital saat ini, dalam pemasaran sebuah produk sangatlah diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat. Dengan adanya strategi digital marketing yang tepat, dapat mengurangi resiko kerugian agar perusahaan terhindar dari promosi yang tidak efektif dan efisien. Internet merupakan salah satu media yang saat ini sangat efektif digunakan untuk sarana marketing dalam memperkenalkan produk atau jasa di dunia modern saat ini.

#### 2.5. Segmenting, Targeting, dan Positioning

*Segmenting, Targeting, Positioning* (STP) merupakan pendekatan yang digunakan dalam perancangan strategi pemasaran. Menurut Rahmawati & Aulawi (2021:211), segmentasi pasar adalah proses mengelompokkan konsumen berdasarkan karakteristik yang serupa, seperti kebutuhan, keinginan, perilaku, dan respons terhadap strategi pemasaran. Targeting mengacu pada pemilihan satu atau lebih segmen pasar yang menjadi fokus perusahaan, di mana keputusan ini mempertimbangkan aspek prioritas, fleksibilitas, dan variabilitas. Sementara itu, *positioning* berkaitan dengan strategi perusahaan dalam membentuk citra produk yang berbeda dan menarik dibandingkan pesaing di benak konsumen.

#### 2.6. Search, Engine, Optimization

Menurut (Rahayu & Prasetyo, 2020) secara teoritis SEO adalah serangkaian proses sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari dengan memanfaatkan mekanisme kerja algoritma mesin pencari.

SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan metode sistematis dengan memanfaatkan algoritma mesin pencarian pada *website* yang dimanfaatkan dalam meningkatkan kualitas trafik pada halaman pencarian dan kalimat yang sesuai dengan kata kunci. (Yusnanto, NurArifah, & Wahyudi, 2021).

#### 2.7. Business Model Canvas

Menurut (Yuliani N; Yuniarto A, 2021) sebuah model bisnis adalah penggambaran pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, membuat produk, melakukan penjualan, promosi atas produk yang dihasilkannya. *Business Model Canvas* (BMC) bermanfaat dalam mengidentifikasi target pasar hingga anggaran yang diperlukan. *Business Model* lebih fokus kepada bagaimana mendapatkan profit atau keuntungan dari bisnis yang sedang dijalankan, disamping itu *Business Model* juga akan membuat bisnis yang berjalan berbedadengan kompetitornya, *Business Model* dapat membuat anggaran yang berhubungan dengan proses produksi, jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dan lain-lain sehingga dengan demikian mereka dapat mengatur keuangan dengan baik. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam Anter dkk. (2022), *Business Model Canvas* adalah sebuah kerangka kerja bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.

#### 2.8. Basis data

Definisi Basis Data Basis data atau database, berasal dari kata yaitu basis dan data. Basis dapat diartikan sebagai markas atau gudang, tempat berkumpul, data merupakan wujud dari dunia nyata yang mewakili suatu objek seperti manusia (siswa, mahasiswa, pegawai, pelanggan), barang, hewan peristiwa, konsep, keadaan, dan sebagainya yang dinyatakan dalam bentuk angka, huruf, simbol, teks, gambar, bunyi, atau kombinasinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa basis data adalah kumpulan informasi yang disimpan didalam komputer secara sistematis sehingga dapat diperiksa menggunakan suatu program komputer untuk memperoleh informasi dari basis data tersebut. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola dan memanggil kueri (query) basis data tersebut disebut sistem manajemen basis data (Data Base Management System). (Magdalena, 2020).

#### 2.9. Black Box

Black box testing merupakan pengujian kualitas perangkat lunak yang berfokus pada fungsionalitas perangkat lunak. Pengujian black box bertujuan untuk menemukan fungsi yang tidak benar, kesalahan antarmuka, kesalahan pada struktur data, kesalahan performansi, kesalahan inisialisasi dan terminasi.

Black box testing juga dikenal dengan istilah behavioral testing, specification-based testing, input/output testing, atau functional testing. Menurut (Roni Setiawan, 2021) Black box testing atau dapat disebut juga

Behavioral Testing adalah pengujian yang dilakukan untuk mengamati hasil input dan output dari perangkat lunak tanpa mengetahui struktur kode dari perangkat lunak. Pengujian ini dilakukan di akhir pembuatan perangkat lunak untuk mengetahui apakah perangkat lunak dapat berfungsi dengan baik.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Analisis Pasar (STP)

Analisis pasar pada App Gorestan dengan menggunakan pendekatan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) sebagai berikut:

Tabel 1. Segmentasi, Target, dan Posisi Pasar Aplikasi Gorestan

Segmenting	Targeting	Positioning
1. Segmentasi Geografis: Jawa Barat, Khusus Kota Bandung	Saat ini target pasar yang menjadi target Gorestan Adalah para restoran atau yang memiliki tantangan atau kesulitan untuk menjual habis stok makanan dan minuman yang ada di dalam satu hari.	Menjadi aplikasi yang memperdulikan masalah <i>Food Waste</i> yang terus meningkat, dengan cara membuat aplikasi yang dapat membantu para restoran atau yang memiliki tantangan atau kesulitan untuk menjual habis stok makanan dan minuman yang ada di dalam satu hari.
2. Segmentasi Demografis: Gender: Laki-Laki / Perempuan, Usia: 17 – 50 Tahun		
3. Segmentasi Psikografis: Kelas sosial menengah dengan gaya hidup praktis dinamis		
4. Segmentasi Perilaku: Sesuai dengan selera kebanyakan orang Indonesia yang mementingkan harga murah dan dengan kualitas terjangkau		

#### 3.2. Konsumen Potensial

Konsumen potensial adalah kelompok atau individu yang memiliki karakteristik, kebutuhan, serta minat yang sesuai dengan layanan atau produk yang ditawarkan, tetapi belum menjadi pelanggan aktif. Menurut laporan penelitian yang menunjukkan bahwa masalah *Food Waste* di Indonesia terus meningkat, lebih dari 20 juta ton makanan terbuang setiap tahunnya (Bappenas, 2021). Selain itu, dalam laporan yang sama, disebutkan bahwa sekitar 50% limbah makanan berasal dari sektor komersial, seperti restoran, hotel, dan usaha kuliner lainnya. Isu ini memberikan peluang besar untuk solusi digital yang berfokus pada pengurangan limbah makanan. Berikut merupakan konsumen potensial Gorestan:

- a. Restoran dan Usaha Kuliner:** Restoran dan usaha kuliner merupakan pelaku bisnis makanan dan minuman yang memiliki tantangan untuk menjual habis stok makanan setiap hari. Kelompok ini menjadi konsumen potensial yang penting karena peran mereka dalam rantai pasok makanan serta potensi kontribusi mereka terhadap pengurangan *Food Waste*.

**Karakteristik:** Restoran, kafe, catering, dan usaha kuliner lainnya yang beroperasi di daerah perkotaan dan memiliki stok makanan yang tidak selalu habis terjual setiap hari.

Alasan menjadi konsumen potensial: Restoran menghadapi kerugian finansial akibat makanan yang terbuang. Dengan menggunakan Gorestan, restoran dapat menjual makanan surplus mereka dengan mudah melalui aplikasi.

Aplikasi ini memberikan peluang untuk mengelola stok secara lebih efisien sekaligus berkontribusi pada pengurangan limbah makanan.

- b. Konsumen Individu:** Konsumen individu adalah pihak yang memberikan permintaan terhadap makanan/minuman berkualitas dengan harga terjangkau. Mereka berasal dari berbagai latar belakang, termasuk pekerja kantoran, mahasiswa, dan ibu rumah tangga.

**Karakteristik:** Pria dan wanita berusia 17-50 tahun, dengan gaya hidup modern dan praktis. Tinggal di daerah perkotaan dengan akses mudah ke teknologi digital.

Alasan menjadi konsumen potensial: Konsumen mencari makanan berkualitas dengan harga lebih murah. Layanan Gorestan memberikan kemudahan berbelanja makanan secara daring, sehingga cocok bagi mereka yang memiliki jadwal sibuk. Aplikasi ini mendukung kesadaran lingkungan melalui konsumsi makanan Gorestan.

### 3.3. Pemasaran Digital

#### 3.3.1. Digital Marketing

Digital Marketing adalah teknik pemasaran yang dilakukan secara online untuk menarik konsumen baru serta mempertahankan pelanggan yang telah ada. Berikut adalah beberapa strategi digital marketing yang dapat diterapkan oleh Gorestan:

##### a. Media Sosial

Membuat dan mengelola akun resmi Gorestan di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Membagikan konten menarik seperti resep makanan dari produk *Food Waste*, testimoni pelanggan, serta promosi diskon.

##### b. Google Ads

Menampilkan iklan visual yang menargetkan kata kunci seperti “Makanan Hemat,” “Produk *Food Waste*,” dan “Belanja Makanan Murah.” Meningkatkan brand awareness Gorestan kepada calon pelanggan yang mencari solusi hemat dan berkelanjutan.

##### c. Influencer Marketing

Berkolaborasi dengan influencer di bidang kuliner, gaya hidup hemat, dan sustainability untuk mempromosikan aplikasi Gorestan. Memanfaatkan video dan konten kreatif influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

##### d. Content Marketing

Membuat video edukasi tentang bagaimana Gorestan bekerja, manfaat membeli makanan *Food Waste*, serta dampak positif pada lingkungan. Membagikan konten tersebut di platform media sosial, blog, dan kanal YouTube.

#### 3.3.2. SEO

Search Engine Optimization adalah proses untuk meningkatkan visibilitas aplikasi Gorestan di mesin pencari, bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas trafik yang relevan. Dengan SEO yang tepat, Gorestan dapat menarik lebih banyak pengguna, meningkatkan kesadaran akan dampak positif pembelian makanan *Food Waste*, serta memperluas jangkauan pelanggan. Berikut adalah strategi SEO yang dapat diterapkan untuk Gorestan:

##### a. Optimasi Kata Kunci

Gorestan perlu mengidentifikasi dan menggunakan kata kunci yang spesifik serta relevan dengan produk dan layanannya. Strategi optimasi kata kunci meliputi: Mengoptimalkan halaman utama dan produk untuk kata kunci seperti "Makanan Murah Hemat," "Produk *Food Waste* Berkualitas," atau "Solusi Makanan Ramah Lingkungan". Menyediakan deskripsi produk yang jelas, informatif, dan kaya kata kunci agar mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Menulis blog edukatif tentang pentingnya mengurangi *Food Waste* dengan topik seperti "Cara Memanfaatkan Produk *Food Waste*" atau "5 Alasan Beralih ke Makanan Hemat dari Gorestan."

##### b. Local SEO dan Google Business Profile

Mitra Gorestan terdaftar di Google Business Profile dengan informasi yang lengkap, termasuk alamat, jam operasional, ulasan pelanggan, dan foto produk. Menggunakan kata kunci lokal seperti "Produk *Food Waste* Bandung" atau "Marketplace Makanan Hemat di Bandung." Mendorong pelanggan untuk meninggalkan ulasan positif di profil bisnis mitra Gorestan, karena ulasan memengaruhi peringkat pencarian lokal.

### c. Technical SEO

Untuk memastikan pengguna mendapatkan pengalaman terbaik saat menggunakan Gorestan, langkah-langkah berikut dapat diambil:

1. Kecepatan Muat Halaman : Pastikan aplikasi dan situs Gorestan cepat dimuat, terutama di perangkat mobile, karena banyak pengguna mengakses platform dari ponsel.
2. Mobile-First Optimization : Desain antarmuka yang responsif untuk memastikan kenyamanan pengguna di berbagai ukuran layar.
3. Penggunaan URL yang Efisien : Buat URL singkat dan relevan seperti "www.gorestan.com/produk-hemat" agar lebih mudah dibaca dan diingat oleh pengguna serta mesin pencari.
4. Integrasi Schema Markup: Gunakan schema markup untuk meningkatkan pemahaman mesin pencari tentang struktur konten Gorestan, seperti penawaran produk dan ulasan pelanggan.

### d. Backlink dan Kolaborasi Konten

Bangun backlink berkualitas dari situs terpercaya di bidang makanan, lingkungan, atau gaya hidup hemat untuk meningkatkan kredibilitas Gorestan di mesin pencari.

- Jalin kerja sama dengan blog atau portal berita untuk membagikan artikel mengenai misi Gorestan dan manfaat dari *Food Waste*.

### e. Analytics dan Optimalisasi Berkelanjutan

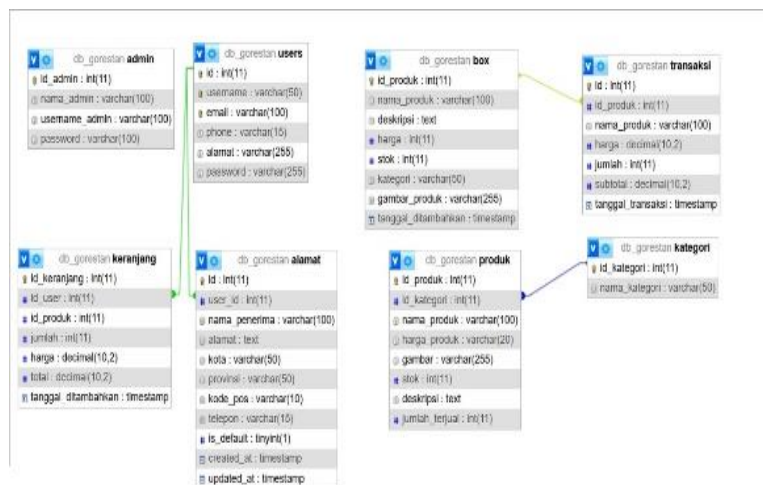
- Gunakan alat seperti Google Analytics atau Search Console untuk memantau performa SEO Gorestan.
- Lakukan perbaikan secara berkala berdasarkan data seperti kata kunci yang mendatangkan trafik paling banyak atau halaman dengan bounce rate tinggi.

Dengan strategi SEO yang kuat dan konsisten, Gorestan dapat menjadi platform terdepan dalam kategori *Food Waste*, sekaligus memberikan dampak positif bagi lingkungan dan Masyarakat

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Desain Basis

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai desain basis dalam bentuk *Entity Relationship Diagram* (ERD). ERD merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar entitas dalam sebuah sistem basis data. Penjelasan ini akan mencakup elemen-elemen dasar ERD, seperti entitas, atribut, dan relasi, serta bagaimana elemen-elemen tersebut disusun untuk membentuk struktur yang mendasari pengelolaan data dalam sistem yang ada di *App Gorestan*.

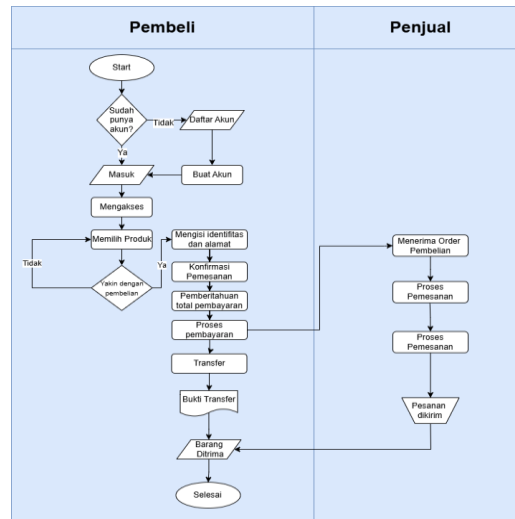


Gambar 1. ERD Pada Aplikasi *Gorestan*

### 4.2. Data User Manual

#### 4.2.1. Flowchart Proses Aplikasi

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai *flowchart* / alur yang ada pada *App Gorestan*.



Gambar 2. Flowchart Sistem

Flowchart tersebut menggambarkan alur proses transaksi pada aplikasi Gorestan antara pembeli dan penjual. Proses dimulai dari pembeli melakukan login atau membuat akun, kemudian memilih makanan yang tersedia dan melakukan pemesanan. Setelah itu, sistem akan memproses pembayaran dan mengirimkan detail pesanan kepada penjual. Di sisi penjual, pesanan diterima lalu diproses hingga selesai. Setelah pembayaran berhasil dan pesanan diterima, transaksi dinyatakan selesai.

#### 4.2.2. Cara Penggunaan Aplikasi

Pada bagian ini akan menjelaskan bagaimana penggunaan aplikasi Gorestan

1. Buka Aplikasi, lalu akan muncul tampilan seperti dibawah ini.



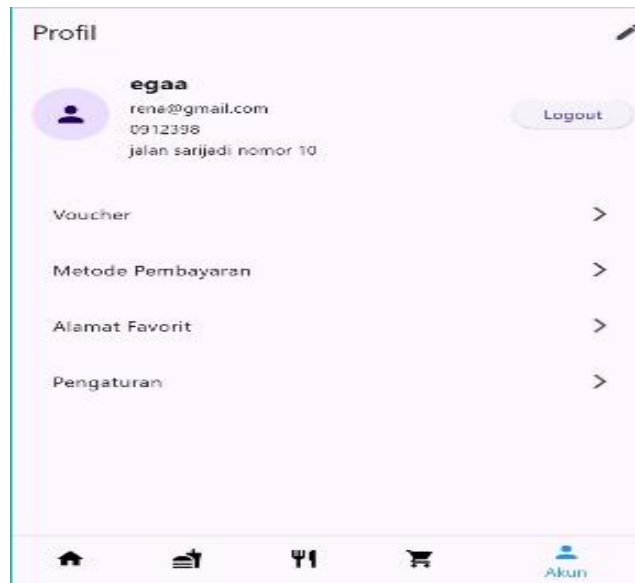
Gambar 3. Tampilan sign up Pada Aplikasi Gorestan

2. Muncul tampilan form login, jika sudah punya akun, langsung masukkan *username* dan *password* sesuai dengan waktu daftar.



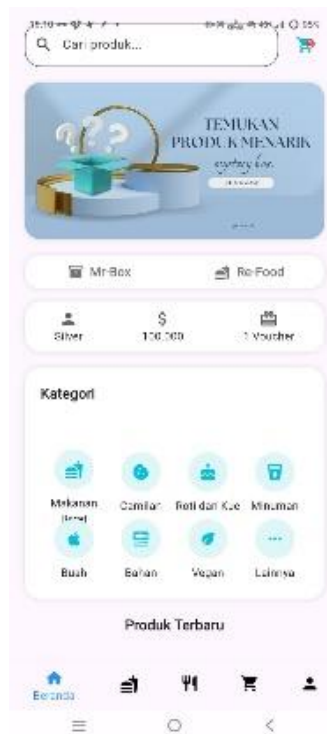
Gambar 4. Tampilan Form Login

3. Jika sudah login, pada profil akan tampil seperti di bawah ini.



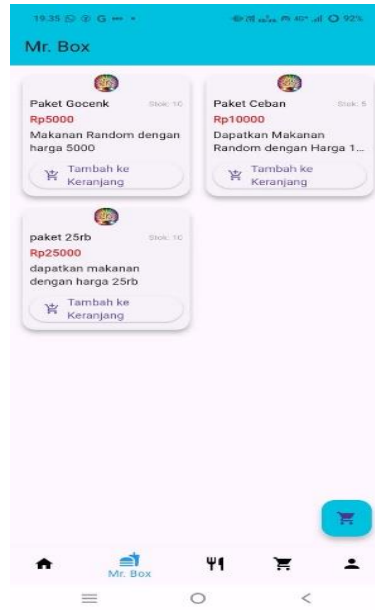
Gambar 5. Tampilan Profil

4. Tampilan Home pada aplikasi Gorestan.



Gambar 6. Tampilan HOME

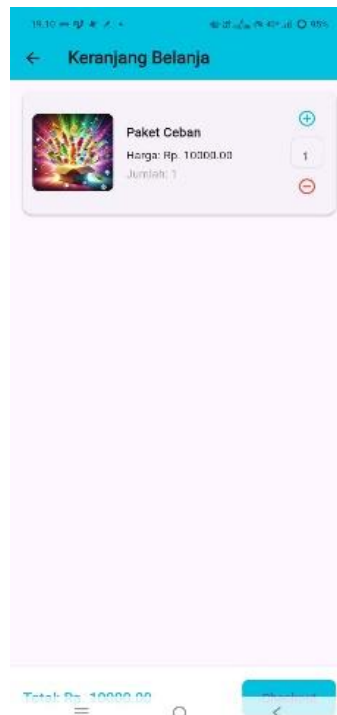
5. Ini adalah tampilan *Mystery Food* yang akan muncul seperti di bawah ini.



Gambar 7. Tampilan mr.box

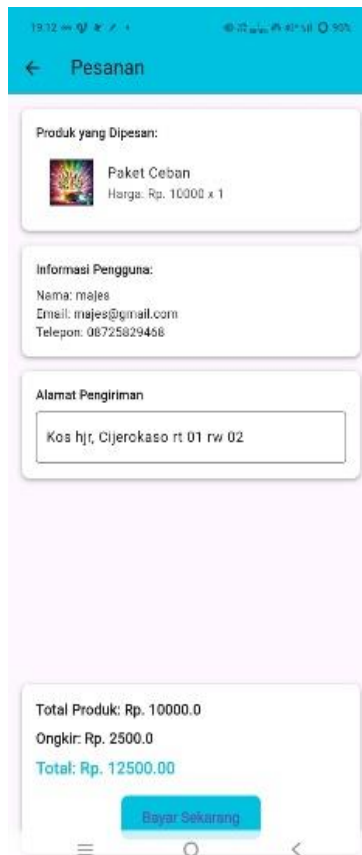
Fitur *Mystery Food* pada aplikasi Gorestan merupakan fitur penjualan paket makanan berlebih yang masih layak konsumsi dengan isi yang tidak diketahui secara detail oleh pembeli. Fitur ini bertujuan untuk membantu restoran dan toko makanan mengurangi *food waste* sekaligus memberikan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen. Melalui fitur ini, makanan yang berpotensi terbuang dapat dimanfaatkan kembali secara lebih efektif.

6. Jika klik Cart, pengguna akan melihat daftar pesanan yang dimasukkan ke dalam cart oleh pengguna.



Gambar 8. Tampilan cart Pengguna

7. Selanjutnya, untuk melanjutkan pesanan klik *Checkout* dan tampilannya akan seperti ini.

Gambar 9. Tampilan *checkout*

#### 8. Transaksi pada aplikasi Gorestan menggunakan Midtrans.



Gambar 10. Tampilan transaksi

### 4.3. Pengujian Pada Aplikasi

Berdasarkan hasil coba yang telah dilakukan dengan menggunakan metode blackbox testing, fitur yang ada pada Aplikasi Gorestan telah dilakukan pengujian dan dapat dinyatakan valid. Dari hal tersebut menunjukkan jika Aplikasi Gorestan dapat berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, dapat memberikan efisiensi dan keefektifan dalam proses bisnis food waste

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi aplikasi Gorestan berhasil memberikan solusi inovatif dalam pengurangan *Food Waste* melalui platform digital yang memungkinkan restoran dan toko makanan menjual stok makanan berlebih yang masih layak konsumsi dengan harga diskon. Aplikasi ini tidak hanya membantu mitra dalam mengelola stok secara lebih efisien, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengurangan limbah makanan. Pendekatan Problem-Solution Fit yang diterapkan menunjukkan bahwa Gorestan mampu mengatasi tantangan utama seperti keterbatasan platform penjualan makanan sisa, meningkatkan citra bisnis mitra, dan memberikan pengalaman belanja yang menarik bagi konsumen melalui fitur mystery food.

### SARAN

Saran yang diajukan mencakup pengembangan fitur pelaporan analitik yang lebih komprehensif untuk membantu mitra memantau performa dan dampak pengurangan *Food Waste*, memperluas kerja sama dengan restoran dan toko makanan di berbagai wilayah, menyediakan program edukasi dan kampanye digital tentang dampak *Food Waste*, memperkuat keamanan sistem aplikasi untuk melindungi data mitra dan konsumen, serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan SEO untuk menarik lebih banyak pengguna dan mitra.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. M. Alpha, "Negara Penghasil Sampah Makanan Terbesar di Dunia, Indonesia Salah Satunya," Yayasan Bina Bhakti Lingkungan, Aug. 28, 2022. [Online]. Available: <https://www.yayasanbinabhaktilingkungan.or.id/negara-penghasilsampah-makanan-terbesar-dunia/>
- [2] Amirullah, "Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian," Jurnal Akademika, pp. 3–4, 2022.
- [3] I. Herdiana, "Sampah Pangan dari Hotel dan Restoran di Bandung Kurang Terpilah," BandungBergerak, Nov. 1, 2022. [Online]. Available: <https://bandungbergerak.id/article/detail/14637/sampah-pangan-dari-hotel-dan-restoran-di-bandung-kurang-terpilah>
- [4] V. Y. Ihramsyah, "Perancangan Aplikasi Sistem Informasi Penjualan Makanan Cepat Saji Berbasis Web Studi Kasus Kedai Cheese.Box," Jurnal Widya, p. 120, 2023.
- [5] N. W. Suarni, "Polemik Isu Pemborosan Pangan (Food Loss dan Food Waste)," Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Bali, Dec. 6, 2022. [Online]. Available: <https://distanpangan.baliprov.go.id/polemik-isu-pemborosan-pangan-food-loss-dan-food-waste/>
- [6] H. S. Roida Sihotang, "Sistem Informasi Penggajian LKP English Academy Menggunakan Embarcadero XE2 Berbasis Client Server," Jurnal Teknik Informatika Mahakarya (JTIM), vol. 4, no. 1, p. 30, Jun. 2021.
- [7] G. Thabroni, "Analisis Pasar: Permintaan Primer, Segmentasi, Positioning, Pesaing, dsb.," serupa.id, Oct. 19, 2022. [Online]. Available: <https://serupa.id/analisis-pasar-permintaan-primer-segmentasi-positioning-pesaing-dsb>
- [8] D. Umah, "Penanganan Food Waste: Peran Ahli Pangan," Kompasiana, Dec. 1, 2023. [Online]. Available: <https://www.kompasiana.com/dayum/6568fdadc57afb52591e43b2/penanganan-food-waste-peran-ahli-pangan>
- [9] Unair, "Perilaku Food Waste Rumah Tangga di Asia Tenggara," Unair News, Jun. 5, 2023. [Online]. Available: <https://unair.ac.id/perilaku-food-waste-rumah-tangga-di-asia-tenggara/>
- [10] Y. Casmadi, "Penjualan Aksesoris Unique Local Brand Berbasis Website," Jurnal Akuntansi, p. 80, 2024.

- [11] Z. N. Ahzan and Y. P., “Efektivitas Pengembangan Media Bahasa Pemrograman Open-Source dalam Penerapan Computational Thinking Mahasiswa,” *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, vol. 2, 2023.