



Membuka Pintu Baru Belanja Online dengan Smart Grocery

Fadlul Hamdi, S.Pd | Nadia Aini Hafizhah, S.Tr.Kom
Rafika Sani, S.Pd | Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom



Membuka Pintu Baru Belanja Online dengan Smart Grocery



Fadlul Hamdi, S.Pd., Lahir pada tanggal 01 April 1995, di Padang Provinsi Sumatera Barat. Pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa D3 di Universitas Negeri Padang Program Studi Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektronika dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan studi sebagai Mahasiswa S1 di Universitas Negeri Padang Program Studi Pendidikan Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektronika dan tamat pada tahun 2021 Saat ini tahun 2024 penulis sedang melanjutkan S2 di Universitas Putra Indonesia "YPTK".

Nadia Aini Hafizhah S.Tr.Kom., Lahir pada tanggal 06 Juni 1998, di Salimpaung Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat. Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Politeknik Caltex Riau Program Studi Teknik Informatika Jurusan Teknologi Informasi dan tamat pada tahun 2020. Saat ini tahun 2024 penulis sedang melanjutkan S2 di Universitas Putra Indonesia "YPTK".

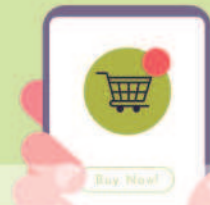


Rafika Sani, S.Pd., lahir di Kubu Cotu, 19 Agustus 1999, Pasaman Timur, Provinsi Sumatra Barat. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah di SMA N 01 Rao pada tahun 2018, penulis melanjutkan studi ke perguruan tinggi dan berhasil meraih gelar Strata-1 dalam waktu empat tahun dan lulus pada tahun 2022, dengan gelar Sarjana Pendidikan Teknologi Informasi dan Komputer dari UIN Bukittinggi. Saat ini, penulis tengah menempuh program Strata-2 Magister Teknik Informatika di UPI YPTK Padang.

Dr.Jhon Veri, S.Kom, M.M., M.Kom. Dilahirkan di Pulau Kijang tanggal 08 Juli 1971 dan merupakan Dosen Tetap Universitas Putra Indonesia YPTK, Pendidikan di Bidang Ilmu Komputer dan Manajemen, matakuliah yang pernah diampu adalah Kecerdasan Buatan, Metode Penelitian, Sistem Informasi Manajemen, Information Technology Entrepreneurship



0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



ISBN 978-623-120-950-4



9 786231 209504

MEMBUKA PINTU BARU BELANJA ONLINE DENGAN SMART GROCERY

Fadlul Hamdi, S.Pd
Nadia Aini Hafizhah, S.Tr.Kom
Rafika Sani, S.Pd
Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

**MEMBUKA PINTU BARU BELANJA ONLINE
DENGAN SMART GROCERY**

Penulis : Fadlul Hamdi, S.Pd
Nadia Aini Hafizhah, S.Tr.Kom
Rafika Sani, S.Pd
Dr. Jhon Veri, S.Kom., M.M., M.Kom

Desain Sampul : Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Fasatakhul Nur Hani

ISBN : 978-623-120-950-4

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, JUNI 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Pada zaman yang serba cepat ini, teknologi terus berkembang dan mengubah cara kita melakukan berbagai hal, termasuk cara kita berbelanja. Dengan semakin banyaknya orang yang beralih ke belanja online untuk kenyamanan dan kemudahan, penting bagi kita untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut.

Buku ini, "Membuka Pintu Baru Belanja Online Dengan Smart Grocery", merupakan hasil kolaborasi dan dedikasi dari banyak pihak yang terlibat. Melalui buku ini, kami berusaha untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana pergeseran belanja secara online, khususnya dalam konteks Smart Grocery, telah mempengaruhi cara kita memperoleh barang-barang sehari-hari.

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua kontributor, peneliti, praktisi industri, dan individu lainnya yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka dalam proses penyusunan buku ini. Tanpa kolaborasi mereka, buku ini tidak akan terwujud.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pembaca setia kami yang telah memberikan dukungan dan inspirasi. Semoga buku ini memberikan manfaat dan wawasan yang berharga bagi Anda dalam memahami fenomena belanja online yang semakin berkembang.

Selamat membaca!

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan buku ini dengan judul "Membuka Pintu Baru Belanja Online Dengan Smart Grocery".

Dalam dunia yang terus berkembang pesat, teknologi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu bidang yang mengalami transformasi yang pesat adalah industri perdagangan, khususnya belanja online. Melalui buku ini, kami berusaha untuk membahas secara komprehensif peran yang dimainkan oleh Smart Grocery dalam memperkenalkan pengalaman belanja yang baru dan inovatif.

Buku ini terdiri dari 6 bab yang membahas:

Bab 1 Pengenalan Smart Grocery

Bab 2 Tantangan Dan Peluang Industri E-Commerce

Bab 3 Strategi Pengembangan Dan Layanan Smart Grocery

Bab 4 Tantangan Dan Solusi Bagi Smart Grocery

Bab 5 Dampak Sosial Dan Lingkungan Dari Smart Grocery

Bab 6 Kesimpulan

Dalam perjalanan penyusunan buku ini, kami mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang berkompeten di bidangnya masing-masing. Para ahli e-commerce, pakar teknologi informasi, dan praktisi bisnis telah memberikan pandangan yang berharga tentang potensi dan tantangan yang dihadapi oleh industri ini. Dengan kerendahan hati, kami mengakui bahwa kontribusi mereka telah memberi warna dan kedalaman pada isi buku ini.

Melalui buku ini, kami berharap pembaca dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan implementasi Smart Grocery, serta mengapresiasi dampaknya terhadap cara kita berbelanja secara online. Kami juga berharap buku ini dapat menjadi panduan yang berguna bagi para pengusaha dan pemangku kepentingan lainnya yang tertarik untuk terlibat dalam industri e-commerce.

Akhir kata, kami menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah turut serta dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi pembaca dan menjadi langkah awal menuju pemahaman yang lebih dalam tentang era baru belanja online.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

[Penulis]

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB 1 PENGENALAN SMART GROCERY.....	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Latar Belakang.....	2
C. Mengenal Smart Grocery	3
D. Kelebihan dan Kekurangan Smart Grocery	4
E. Perbandingan Dengan Kompetitor Smart Grocery	6
F. Evaluasi/Soal Latihan.....	9
BAB 2 TANTANGAN DAN PELUANG INDUSTRI E-COMMERCE.....	10
A. Pendahuluan.....	10
B. Dinamika Pertumbuhan E-Commerce	11
C. Peluang Dan Tantangan Bisnis Industri E-Commerce.....	12
D. Analisis SWOT Industri E-Commerce Pada Smart Grocery	14
E. Potensi Pertumbuhan Pasar Bagi Smart Grocery	15
F. Evaluasi/ Soal Latihan.....	17
BAB 3 STRATEGI PENGEMBANGAN DAN LAYANAN SMART GROCERY	18
A. Pendahuluan.....	18
B. Bagaimana Smart Grocery Menggunakan Teknologi Sebagai Bagian Dari Strategi Pengembangan Dan Peningkatan Layanan	19
C. Bagaimana Smart Grocery Mengatur Logistik dan Pengiriman Sebagai Bagian Dari Strategi Pengembangan dan Peningkatan Layanan.....	21

D.	Bagaimana Smart Grocery Meningkatkan Pemasaran dan Kemitraan Sebagai Bagian Dari Strategi Pengembangan dan Peningkatan Layanan	24
E.	Bagaimana Smart Grocery Membangun Kerjasama Dengan Pemasok dan Produsen Sebagai Bagian Dari Strategi Pengembangan dan Peningkatan Layanan	26
F.	Evaluasi / Soal Latihan	28
BAB 4	TANTANGAN DAN SOLUSI BAGI SMART GROCERY	29
A.	Pendahuluan	29
B.	Persaingan dan Strategi Adaptasi Smart Grocery	30
C.	Kepatuhan Regulasi Smart Grocery	33
D.	Manajemen Resiko Smart Grocery	53
E.	Penanggulangan Krisis dan Kontinjensi bagi Smart Grocery	55
F.	Evaluasi / Soal Latihan	57
BAB 5	DAMPAK SOSIAL DAN LINGKUNGAN DARI SMART GROCERY	59
A.	Pendahuluan	59
B.	Meningkatkan Kemudahan Berbelanja Menggunakan Smart Grocery	60
C.	Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan dengan Smart Grocery	62
D.	Kerjasama dengan Petani Lokal dalam Mewujudkan Smart Grocery	64
E.	Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Menengah	67
F.	Evaluasi / Soal Latihan	69
BAB 6	KESIMPULAN	70
A.	Pendahuluan	70
B.	Milestone dan Prestasi Smart Grocery	71
C.	Pelajaran Berharga untuk Pengusaha Start-Up	72
D.	Prospek Masa Depan Smart Grocery	74

E. Evaluasi / Soal Latihan.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
GLOSARIUM.....	83
TENTANG PENULIS.....	84

BAB

1

PENGENALAN SMART GROCERY

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami definisi dan konsep dasar tentang Smart Grocery sebagai salah satu bentuk belanja kebutuhan bahan makanan secara online.
2. Memahami cara kerja teknologi yang digunakan dalam Smart Grocery seperti Internet of Things (IoT) .
3. Mengidentifikasi dan menganalisis kelebihan dan kekurangan dari Smart Grocery dalam berbagai aspek.
4. Melakukan perbandingan kritis antara Smart Grocery dengan kompetitor lainnya.
5. Menerapkan pengetahuan yang di dapat dalam bab ini untuk membuat keputusan yang baik terkait penggunaan atau pengembangan teknologi Smart Grocery.

A. Pendahuluan

Belanja kebutuhan bahan makanan sehari-hari merupakan salah satu kegiatan rutin yang dilakukan setiap orang. Namun, aktivitas berbelanja ke supermarket atau pasar tradisional seringkali memakan waktu dan tenaga. Hadirnya Smart Grocery sebagai salah satu inovasi baru dalam industri e-commerce diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan bahan makanan tanpa harus datang langsung ke supermarket atau pasar tradisional

Bab ini akan menguraikan tentang pengenalan Smart Grocery sebagai layanan belanja kebutuhan bahan makanan

BAB 2 | TANTANGAN DAN PELUANG INDUSTRI E-COMMERCE

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan e-commerce di Indonesia, seperti kemajuan teknologi, infrastruktur, dan inovasi.
2. Mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh bisnis perdagangan online dalam era digital.
3. Menerapkan konsep analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) pada industri e-commerce untuk memahami posisi dan performa perusahaan.
4. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi potensi pertumbuhan pasar bagi perusahaan e-commerce seperti Smart Grocery.

A. Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, industri e-commerce telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Dinamika pertumbuhan e-commerce di negara ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemajuan teknologi, infrastruktur, dan inovasi. Fenomena ini telah memberikan dampak yang luas, tidak hanya pada ekonomi nasional, tetapi juga pada perilaku konsumen dan pola bisnis secara keseluruhan. Sebagai bagian dari sektor e-commerce, perdagangan online telah menawarkan peluang dan tantangan yang beragam bagi pelaku bisnis,

BAB 3

STRATEGI PENGEMBANGAN DAN LAYANAN SMART GROCERY

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami bagaimana teknologi digunakan untuk meningkatkan pengalaman belanja bahan makanan secara online.
2. Mengetahui strategi dan teknologi yang digunakan dalam logistik dan pengiriman produk-produk Smart Grocery untuk memastikan pengiriman tepat waktu dan berkualitas.
3. Memahami peran teknologi dalam pemasaran dan kemitraan Smart Grocery untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kerjasama antara perusahaan dengan pemasok, produsen, dan pelanggan.
4. Mengetahui bagaimana integrasi teknologi informasi dan sistem distribusi dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan persediaan dan kerjasama dengan pemasok dan produsen dalam konteks Smart Grocery.

A. Pendahuluan

Industri ritel mengalami transformasi yang signifikan dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Salah satu contohnya adalah Smart Grocery, yang menggunakan berbagai teknologi untuk mengubah cara belanja bahan makanan. Dalam bab ini, kami akan menjelajahi bagaimana Smart Grocery menggunakan teknologi untuk meningkatkan pengalaman belanja bahan makanan, serta strategi pengiriman dan layanan

BAB 4 | TANTANGAN DAN SOLUSI BAGI SMART GROCERY

Tujuan Pembelajaran

1. Mengetahui berbagai strategi adaptasi yang dapat digunakan oleh Smart Grocery untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam menghadapi perubahan iklim dan persaingan di industri perikanan dan pertanian.
2. Memahami prinsip-prinsip perlindungan konsumen e-commerce dalam perspektif hukum Islam dan bagaimana prinsip tersebut diaplikasikan dalam perdagangan online.
3. Mengidentifikasi berbagai risiko yang dapat terjadi dalam operasional Smart Grocery, seperti risiko teknis, operasional, keamanan, dan lingkungan.
4. Memahami pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce dan bagaimana regulasi melindungi hak-hak konsumen.
5. Memahami pentingnya edukasi konsumen dalam melindungi data pribadi dan hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce.

A. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perikanan dan pertanian mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi dan perubahan iklim yang mempengaruhi cara operasional mereka. Salah satu inovasi penting adalah penerapan konsep Smart Grocery, yang mengintegrasikan teknologi canggih untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Namun, perubahan ini juga

BAB 5 | DAMPAK SOSIAL DAN LINGKUNGAN DARI SMART GROCERY

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami pentingnya teknologi aksesibilitas web dalam meningkatkan pengalaman berbelanja online bagi pengguna dengan disabilitas.
2. Memahami pentingnya dukungan lokal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan.
3. Memahami bagaimana pentingnya kerjasama antara Smart Grocery dan petani lokal dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang berkelanjutan.
4. Memahami konsep kemitraan antara UMKM dan usaha besar dalam meningkatkan pertumbuhan dan kemajuan usaha.

A. Pendahuluan

Platform e-commerce seperti Smart Grocery telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Kemampuan untuk membeli produk secara online telah membawa manfaat besar bagi masyarakat, tetapi pada saat yang sama, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari layanan tersebut. Bab ini akan membahas secara mendalam tentang dampak sosial dan lingkungan dari Smart Grocery, dengan fokus pada dua aspek utama: peningkatan aksesibilitas produk dan dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi pedesaan serta kerjasama dengan petani lokal. Melalui analisis ini, akan terungkap bagaimana Smart Grocery tidak hanya memengaruhi cara kita berbelanja, tetapi juga memberikan

BAB

6

KESIMPULAN

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami peran inovasi dalam menciptakan nilai tambah dalam bisnis e-commerce seperti Smart Grocery.
2. Memahami pentingnya pendanaan awal yang tepat dalam pengembangan bisnis start-up.
3. Memberikan wawasan tentang keterampilan interpersonal, keterampilan bisnis, dan jaringan yang diperlukan untuk membangun dan mengembangkan bisnis start-up.
4. Memahami bagaimana prospek masa depan dari aplikasi Smart Grocery

A. Pendahuluan

Dengan munculnya platform e-commerce seperti Smart Grocery yang memimpin revolusi ini. Sebagai perintis dalam bidangnya, Smart Grocery tidak hanya menyediakan akses mudah ke produk segar, tetapi juga telah mencapai sejumlah pencapaian dan pengakuan yang luar biasa sepanjang perjalanannya. Dalam pembahasan ini, kami akan menjelajahi pencapaian serta prestasi yang telah diraih oleh Smart Grocery, sekaligus mengeksplorasi pelajaran berharga yang dapat diambil oleh para pengusaha start-up dari pengalaman perusahaan ini dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ada di dunia bisnis modern. Selain itu, kami juga akan menguraikan prospek masa depan Smart Grocery, yang menjanjikan pertumbuhan dan ekspansi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adharda, M. A., Somantri, M., & Sudjadi, S. (2021). Perancangan Antarmuka Smart Security System Tambak Udang Berbasis Android. *Transient: Jurnal Ilmiah Teknik Elektro*, 10(1), 106–113. <https://doi.org/10.14710/transient.v10i1.106-113>
- Agung Raharjo, M., & Sabur, F. (2020). Perancangan Sistem Smart Office Berbasis Internet of Things Politeknik Penerbangan Makassar. *AIRMAN: Jurnal Teknik Dan Keselamatan Transportasi*, 3(2), 37–42. <https://doi.org/10.46509/ajtk.v3i2.168>
- Agustina, D. R., Vandika, A. Y., Susanty, W., Tanjung, T., & Nur Afiani, R. (2023). Implementasi Service Data untuk Pemantauan Lighting pada Smart Agriculture. *Digital Transformation Technology*, 3(2), 380–388. <https://doi.org/10.47709/digitech.v3i2.2851>
- Agustina, R., Sunarya, U., & Gusnadi, D. (2018). PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM MONITORING KAPASITAS TABUNG GAS DAN AIR GALON PADA SMART KITCHEN BERBASIS INTERNET OF THINGS Design and Implementation of LPG and Water Gallon Capacity Monitoring in Smart Kitchen based on Internet of Things. *Proceeding of Applied Science*, 4(3), 2663.
- Akbar, D., & Ikhsan, K. (2019). Public-Private Partnership Dalam Pengoptimalan Wisata Bintan Mangrove. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 4(1), 128. <https://doi.org/10.20527/mc.v4i1.6358>
- Akip, S. (2024). Customer Relationship Management Pada Pengelolaan Data Transaksi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer*, 10(2), 217–222. <https://doi.org/10.30656/prosisko.v10i2.8037>

- Darmastuti, S., Juned, M., Saraswati, D. P., Utami, R. A. A., & Raharjo, P. (2023). Peluang Dan Tantangan UMKM Di Indonesia Dalam Perkembangan e-Commerce: Studi Perbandingan Dengan UMKM Di Negara-negara ASEAN. *Sosio Dialektika*, 8(1), 42. <https://doi.org/10.31942/sd.v8i1.8786>
- Ecwid. (2016). *Bagaimana Melakukan SWOT Analisis Untuk E-commerce*. <https://www.ecwid.com/id/blog/how-to-do-swtot-analysis-for-ecommerce.html>
- Eka, R. (2017). *Melihat Peta Persaingan Layanan "Grocery" Online di Indonesia*. <https://dailysocial.id/post/peta-persaingan-layanan-grocery-online-indonesia>
- Ekren, B. Y., Perotti, S., Foresti, L., & Prativiera, L. (2024). Enhancing e-grocery order fulfillment: improving product availability, cost, and emissions in last-mile delivery. In *Electronic Commerce Research* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09799-x>
- Gergely, S. (2024). *TREN BISNIS ONLINE: ANALISIS PERUBAHAN KONSUMEN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL*. 3(February), 4-6.
- Gunawan, B., Shaleh, M., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce. *Jurnal TELEMATIKA MKOM, Vol.3 No.2, September 2011*, 3(1), 1-13.
- Hafiar, H., Subekti, P., Setianti, Y., & Amin, K. (2022). Aksesibilitas *website* dan reputasi online marketplace reksadana. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 197. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.35708>
- Herawati, E., Pitoyo, A., Solichatun, S., Etikawati, N., & Ardo, T. (2021). Penerapan Smart Greenhouse Dan Teknologi Nirsentuh Untuk Mendongkrak Produksi Dan Pemasaran Anggrek. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 275-280. <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v4i0.1114>

- Herlinda, W. D. (2023). *Pasar E-grocery RI Tumbuh Solid, Makin Diminati Kaum Pria*.
<https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/8620/pasar-e-grocery-ri-tumbuh-solid-makin-diminati-kaum-pria>
- Hersyaputra, M. S., Ripanti, E. F., & Muhardi, H. (2021). Smart Inventory System untuk Distribusi Vaksin dengan Metode Economic Order Quantity. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 7(3), 456.
<https://doi.org/10.26418/jp.v7i3.50240>
- Iqtishodia. (2024). *Kunci Sukses Menjalankan Bisnis E-Grocery*.
<https://www.republika.id/posts/52665/kunci-sukses-menjalankan-bisnis-e-grocery>
- Jabbar, F. A., Setiawati, A., Laela, M. N., Pramono, T. B., & Abida, I. W. (2023). Strategy adaptif pengelolaan sumber daya perairan berkelanjutan di tengah perubahan iklim. *Maiyah*, 2(4), 293. <https://doi.org/10.20884/1.maiyah.2023.2.4.10665>
- Julianto, A. D., & Ratnaningtyas, S. (2023). Impact Investment Assessment methodology for Early-stage Start-up Investment Screening. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(01), 1–8. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i1-01>
- Kuangan, O. J. (2019). *KELEBIHAN DAN KEKURANGAN BELANJA ONLINE*.
<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20608>
- Kualitas, M., & Generasi, L. (2024). *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*. 11(1), 327–338.
- Ma'rifatul Hasanah, S., & Sani Supriyanto, A. (2023). Strategi Inovasi Kepala Madrasah dalam Membangun Smart Learning Ecosystem di MA Al Irtiqo' IIBS Malang. *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 135–148.
<https://doi.org/10.32478/evaluasi.v7i2.1478>

- Martlegal.id. (2021). *10 Bentuk Kerjasama Kemitraan Untuk UMKM*.
<https://smartlegal.id/perizinan/2021/05/04/10-bentuk-kerjasama-kemitraan-untuk-umkm/>
- Muhammad Sandi Aurora Putra, K., & Nasrul Halim D, R. . (2024).
 Rekayasa Sistem Smart Warehouse Menggunakan Mobile Android Terintegrasi Dengan Teknologi Qrcode Dan Barcode. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(4), 2666–2672. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i4.7712>
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020).
 Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Ni'mah, N. (2023). Strategi Pemasaran E-Commerce Retail Sayuraya dengan Analisis SWOT. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2366–2372.
<https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5666>
- Opriş, M. C., & Deselnicu, D. C. (2020). Start-up investment for a sheep wool processing line. *ICAMS Proceedings of the International Conference on Advanced Materials and Systems*, 531–536. <https://doi.org/10.24264/icams-2020.V.8>
- Perkawinan, Ari, S. A.-Z., & Pekawinan, A. (2015). *Manajemen Ritel (Retail Management)*52–22 .*e*.
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce menurut Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. *Rechts Vinding*, 12(2), 261–279.
- Pristiansyah, Pranandita, N., Haritsah Amrullah, M., & Hasdiansah. (2022). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat JURNAL DAMARWULAN Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–49.
- Pujastuti, E., & Naisiri, A. (2016). Analisis Manajemen Resiko Pada Penggunaan Sistem. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016, 2007*, 1.1.7-1.1.12.
- Rizka Octavia, D., Nurmitha, R., Veronika, R., & Nurbaiti, N. (2022).

Peluang Dan Tantangan Bisnis Pada Era Revolusi Industri 4.0 Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.422>

Sanjaya, H. (2021). Spring of Life. *Pt Eastspring Investments*, 1(September), 1–6.

Santoso, B., Sari, M. W., Hartanti, N. T., Prasetya, D., Komputer, T., Komputer, F. I., Yogyakarta, U. A., Informatika, P. S., Utara, R. R., & Ngestiharjo, K. (2023). Program Kemitraan Masyarakat Pada Pengelolaan Green House Smart Farming Di Dukuh Tambak , Ngestiharjo , Bantul (Community Partnership Program in the Management of Green House Smart Farming in Dukuh. *Jurnal Berdaya Mandiri (JBM)*, 5(3), 245–251.

Satria, H., Mungkin, M., & Suswati, S. (2023). PENERAPAN IPTEK PADA RANCANGAN HIDROPONIK UNTUK TANAMAN CABAI MERAH BERBANTU SISTEM KONTROL IoT. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 6102. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.17781>

Siddiq, H., Muskhir, M., & Luthfi, A. (2023). Perancangan Sistem Kontrol dan Monitoring Smart Car Berbasis Raspberry Pi. *JTEIN: Jurnal Teknik Elektro Indonesia*, 4(2), 1040–1048. <https://doi.org/10.24036/jtein.v4i2.558>

Sriyuni, S., Syam, A., Rakib, M., Rahmatullah, & Dinar, M. (2020). PENGARUH AKSESIBILITAS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS ONLINE (Studi Kasus Bisnis Kosmetik Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 1(2), 9–19. <http://103.76.50.195/ijses/article/view/16204>

Supriana, I., & Surendro, K. (2018). Self-Adaptive Systems : Fondasi untuk Pengembangan Smart City. *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018*, 8–9. <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/knsi2018/article/>

- Susanto, H., Taufiq, A., Gunawan, A., & Sholeh, M. (2023). Program Pelatihan Berkelanjutan Standar Operasional Prosedur Media Tanam Organik Pada Pengembangan Padi Premium Berbasis Polybag. *SEMANGGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 1–13. <https://doi.org/10.38156/sjpm.v2i01.124>
- Swot, A., Melakukan, B., & Swot, A. (n.d.). *Analisa SWOT LAZADA dan Situs E-Commerce*.
- Syafitri, W. R., & Hartuti, H. (2024). Efektivitas Dan Efesiensi Penarapan E-Commerce Dalam Daya Saing Usaha. *An Nafi': Multidisciplinary Science*, 1(1), 26–37. <https://edujavare.com/index.php/rmi/index>
- Ula, S., Merdiana Dewantari, N., Setiawan, I., Irawan, R., & Hisyam, M. (2021). Pelatihan Teknologi Smart Farming Dan Budidaya Hidroponik Sebagai Upaya Menjaga Ketahanan Pangan Di Masa Pandemi Di Kelurahan Masigit Kota Cilegon. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 1035–1040.
- Wicaksono, W., Suyatin, S., Murtiyoko, H., & Effendy, A. A. (2023). Peluang dan Tantangan Bisnis Generasi Milenial di Era Revolusi Industri 4.0: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 3(3), 420. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v3i3.32115>

GLOSARIUM

Smart Grocery: Platform yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan toko dan distribusi produk melalui Internet of Things (IoT).

Hyperlocal: Strategi bisnis yang fokus pada komunitas lokal dan pemanfaatan sumber daya lokal untuk meningkatkan layanan dan efisiensi.

Impulse Buying: Pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya.

Customer Relationship Management (CRM): Strategi dan teknologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola hubungan dan interaksi dengan pelanggan.

SWOT: Metode analisis yang mengidentifikasi Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) dari sebuah perusahaan atau proyek.

Supply Chain Management: Manajemen rantai pasokan yang menggunakan teknologi untuk mengelola stok, mengoptimalkan pengiriman produk, dan menghemat biaya operasional di Smart Grocery.

Digital Payment: Metode pembayaran elektronik yang memungkinkan transaksi cepat dan mudah, meningkatkan efisiensi belanja di Smart Grocery.

TENTANG PENULIS



Fadlul Hamdi, Lahir pada tanggal 01 April 1995, di Padang Provinsi Sumatera Barat. Penulis merupakan Anak ke 5 dari 5 bersaudara. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SDN Percobaan pada tahun 2001 dan tamat 2007, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke MTsN Lubuk Buaya dan tamat pada tahun 2010. Setelah tamat di MTsN, penulis melanjutkan ke SMK Teknologi Plus Padang dan tamat pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa D3 di Universitas Negeri Padang Program Studi Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektronika dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan studi sebagai Mahasiswa S1 di Universitas Negeri Padang Program Studi Pendidikan Teknik Elektronika Jurusan Teknik Elektronika dan tamat pada tahun 2021 Saat ini tahun 2024 penulis sedang melanjutkan S2 di Universitas Putra Indonesia "YPTK". Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan sebuah buku dengan 2 orang teman lainnya. Semoga dengan penulisan buku ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia start up. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya buku yang berjudul "Membuka Pintu Baru Belanja Online dengan Smart Grocery"



Nadia Aini Hafizhah, Lahir pada tanggal 06 Juni 1998, di Salimpaung Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat. Penulis merupakan Anak ke 1 dari 3 bersaudara, dari pasangan Sukarman dan Aria Desra. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 08 Salimpaung pada tahun 2004 dan tamat 2010, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 5 Batusangkar dan tamat pada tahun 2013. Setelah tamat di SMP, penulis melanjutkan ke SMA Negeri 1 Batusangkar dan tamat pada tahun 2016. Pada

tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Politeknik Caltex Riau Program Studi Teknik Informatika Jurusan Teknologi Informasi dan tamat pada tahun 2020. Saat ini tahun 2024 penulis sedang melanjutkan S2 di Universitas Putra Indonesia "YPTK". Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis telah berhasil menyelesaikan sebuah buku dengan 2 orang teman lainnya. Semoga dengan penulisan buku ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia start up. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya buku yang berjudul "Membuka Pintu Baru Belanja Online dengan Smart Grocery"



Rafika Sani lahir di Kubu Cotu, 19 Agustus 1999, Pasaman Timur, Provinsi Sumatra Barat, sebagai anak keenam dari enam bersaudara. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah di SMA N 01 Rao pada tahun 2018, penulis melanjutkan studi ke perguruan tinggi dan berhasil meraih gelar Strata-1 dalam waktu empat tahun dan lulus pada tahun 2022, dengan gelar Sarjana Pendidikan Teknologi Informasi dan Komputer dari UIN Bukittinggi. Saat ini, penulis tengah menempuh program Strata-2 Magister Teknik Informatika di UPI YPTK Padang. Berasal dari keluarga yang sederhana, penulis menunjukkan ketekunan yang tak kenal lelah dan motivasi yang menggelora untuk terus berkembang. Penulis telah berhasil menyelesaikan sebuah buku bersama dua rekan penulis lainnya. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia start-up dengan menginspirasi dan memberikan pandangan baru dalam industri ini. Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan rasa syukur yang mendalam atas terselesaikannya buku yang berjudul "Membuka Pintu Baru Belanja Online dengan Smart Grocery", dan berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan industri yang bersangkutan.



Dr. Jhon Veri, S.Kom, MM, Mkom

Dilahirkan di Pulau Kijang tanggal 08 Juli 1971 dan merupakan Dosen Tetap Universitas Putra Indonesia YPTK, Pendidikan di Bidang Ilmu Komputer dan Manajemen, matakuliah yang pernah diampu adalah Kecerdasan Buatan, Metode Penelitian, Sistem Informasi Manajemen, Information Technology Entrepreneurship.