

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Layanan *Delivery Order* Melalui *Grabfood* Dan *Gofood* Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus Nasi Goreng AG Mas Kumis Parungpanjang Kabupaten Bogor)” ini ditulis oleh Yan Muhammad Sodhiq, NIM 12402183034, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Pembimbing: Prof. Dr. Ngainun Naim, S.Ag., M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi, kehadiran layanan *gofood* dan *grabfood* yang merupakan sebuah fitur pesan antar makanan yang dikembangkan oleh aplikasi Gojek dan Grab sangat membantu para pengusaha kuliner dalam menjalankan usahanya. Melihat tingkat penjualan dan *rating* pada usaha kuliner Nasi Goreng AG Mas Kumis yang cukup tinggi. Realita ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian terkait strategi layanan pesan antar melalui kedua aplikasi tersebut terhadap peningkatan penjualan.

Fokus penelitian ini adalah : 1) Bagaimana strategi penjualan melalui *grabfood* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner Nasi Goreng AG Mas Kumis? 2) Bagaimana strategi penjualan melalui *gofood* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner Nasi Goreng AG Mas Kumis? 3) Apa saja kelebihan dan kekurangan menjalankan strategi penjualan usaha kuliner melalui *grabfood* dan *gofood*.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Untuk mencapai standar kredibilitas hasil penelitian setidaknya menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan : 1) Terjadi peningkatan penjualan semenjak menggunakan layanan pesan antar melalui *grabfood*. Hal ini dikarenakan layanan tersebut sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. 2) Terdapat peningkatan penjualan semenjak menggunakan layanan *gofood*. Hal ini terjadi karena pelaku usaha kuliner dapat melihat performa penjualan didalam aplikasi *gofood* sehingga dapat menyusun strategi kedepannya agar tingkat penjualan terus meningkat 3) Selain itu terdapat beberapa keuntungan salah satunya yaitu menjadi salah satu media promosi agar produk lebih dikenal oleh calon pembeli yang mengakibatkan memperluas cakupan pemasaran sehingga tingkat penjualan menjadi meningkat. Dibalik keuntungan tersebut, terdapat beberapa kekurangan dalam menjalankan strategi tersebut yaitu sering terjadi kendala teknis pada aplikasi dan pada saat proses pengantaran pesanan.

Kata kunci : Layanan Pesan Antar, Usaha Kuliner, Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Service Order Delivery Strategy Through Grabfood and Gofood To Increase Sales Of Culinary Business (Case Study of Nasi Goreng AG Mas Kumis Parungpanjang Bogor Regency)" was written by Yan Muhammad Sodhiq, NIM 12402183034, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Supervisor: Prof. Dr. Ngainun Naim, S.Ag., M.H.I.

The background of this research is that the presence of gofood and grabfood services, which are food delivery messaging features developed by the Gojek and Grab applications, really helps culinary entrepreneurs in running their businesses. Seeing the level of sales and ratings on the Nasi Goreng AG Mas Kumis culinary business which is quite high. This reality attracts researchers to conduct research related to the delivery service strategy through these two applications to increase sales.

The focus of this research are: 1) How is the sales strategy through grabfood to increase sales? 2) How is the sales strategy through gofood to increase sales? 3) What are the advantages and disadvantages of running a culinary business sales strategy through grabfood and gofood.

This research uses qualitative research with the type of research used is field research. Sources of data obtained from primary and secondary data. Data collection techniques in this study used interviews, observation and documentation. The data analysis technique uses reduction, data presentation and conclusion drawing. To achieve the credibility standard of research results, at least use triangulation of data sources and triangulation of methods.

The results of the study show: 1) There has been an increase in sales since using the delivery service via grabfood. This is because these services really help culinary entrepreneurs in the form of marketing and increasing sales. 2) There has been an increase in sales since using gofood services. This happens because culinary business actors can see sales performance in the gofood application so that they can develop future strategies so that sales levels continue to increase 3) In addition, there are several advantages, one of which is being one of the promotional media so that the product is better known by potential buyers which results in expanding coverage. marketing to increase sales. Behind these advantages, there are several shortcomings in carrying out this strategy, namely technical problems often occur in the application and during the order delivery process.

Keywords: Delivery Service, Culinary Business, Sales Volume