

ABSTRAK

Skripsi “Strategi Pengusaha Kuliner Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Layanan *GrabFood* (Studi kasus Pengusaha Kuliner Skala Kecil di Tulungagung)” ini ditulis oleh Fakhru Siswanda NIM 12405183131, dan dibimbing oleh Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan usaha di era modern yang menjadi semakin ketat dan hal tersebut membuat para wirausaha khususnya para penjual makanan untuk terus berinovasi guna meningkatkan penjualan mereka. Dengan hadirnya *GrabFood* di Tulungagung memberikan beragam dampak khususnya memberikan tempat berjualan secara virtual dan mempertemukan para penjual makanan dengan konsumen.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah; 1) Bagaimana strategi pengusaha kuliner dalam meningkatkan penjualan melalui layanan *GrabFood* di Tulungagung, 2) Bagaimana dampak dari penerapan strategi pengusaha kuliner skala kecil dalam meningkatkan penjualan melalui layanan *GrabFood* di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deksriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan teknik snowball sampling. Sampel pertama yang diambil adalah saran dari beberapa *driver grab* dengan diakhiri pada penentuan tempat lokasi dan narasumber utama yakni pemilik Ayam Bahagia dan Geprek Cinta. Metode pengambilan data dilakukan menggunakan wawancara dan dokumentasi pada warung virtual pada aplikasi *GrabFood*. Pengelolaan data adalah reduksi dan penalaran data menggunakan triangulasi dan penarikan kesimpulan berdasarkan temuan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi yang digunakan oleh Ayam Bahagia dan Geprek Cinta dalam memanfaatkan layanan *GrabFood* guna meningkatkan penjualan mereka adalah strategi jemput bola, strategi *bundling product*, strategi evaluasi produk berdasarkan komentar konsumen dan strategi inovasi pengembangan produk. 2) Selain itu dampak positif yang diberikan adalah para penjual makanan dapat menjangkau lebih banyak konsumen melalui promosi yang lebih murah, selain itu memberikan layanan jasa antar yang gratis. Demikian juga dampak negatif yang diberikan adalah kenaikan pendapatan atau penjualan sangat berbanding lurus dengan peraturan *grab* dalam menaikkan biaya layanan mereka.

Kata Kunci: *GrabFood*, Strategi Penjualan, Warung Makanan, Dampak.

ABSTRACT

The thesis "Strategy of Culinary Entrepreneurs in Increasing Sales Through *GrabFood* Services (Case Study of Culinary Entrepreneurs in Tulungagung)" was written by Fakhrul Siswanda NIM 12405183131, and supervised by Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

This research is backgrounded by business competition in the modern era which is becoming increasingly stringent and this makes entrepreneurs, especially food sellers, to continue to innovate in order to increase their sales. The presence of *GrabFood* in Tulungagung has had various impacts, specifically providing a virtual place to sell and bringing together food sellers and consumers.

The formulation of the problem in this research is; 1) What is the culinary entrepreneur's strategy in increasing sales through the *GrabFood* service in Tulungagung, 2) What is the impact of implementing the strategy of small-scale culinary entrepreneurs in increasing sales through the *GrabFood* service in Tulungagung.

This study uses a qualitative descriptive research method. The data source used is primary data with snowball sampling technique. The first samples taken were suggestions from several grab drivers ending with determining the location and the main informants, namely the owners of Happy Chicken and Geprek Cinta. The data collection method was carried out using interviews and documentation at virtual stalls on the *GrabFood* application. Data management is data reduction and reasoning using triangulation and drawing conclusions based on research findings.

The results of this study 1) indicate that the strategies used by Happy Chicken and Geprek Cinta in utilizing *GrabFood* services to increase their sales are the ball pick-up strategy, product bundling strategy, product evaluation strategy based on consumer comments and product development innovation strategy. 2) Besides that, the positive impact is that food sellers can reach more consumers through cheaper promotions, in addition to providing free delivery services. Likewise, the negative impact is that the increase in revenue or sales is very directly proportional to Grab's regulations in increasing the cost of their services.

Keywords: *GrabFood, Sales Strategy, Food Stalls, Impact*