

**Analisis Dampak Keberadaan Grab-Food dan Go-Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner
(Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan
Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan)**

Velya Veronica¹⁾, Karin Febiola Sanjaya²⁾, Andre Janto³⁾, Saras Wathi⁴⁾,
Rafida Khairani*

Rafidakhairani256@gmail.com¹

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis dampak keberadaan grabfood dan gofood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Medan Sunggal. Dari hasil wawancara dengan 3 nara sumber dapat diambil kesimpulan jika tidak semua usaha kuliner mengalami peningkatan penjualan sesudah tergabung di Go Food dan Grab Food, hal ini dikarenakan keberadaan (nama) pelaku usaha kuliner tersebut kurang terkenal sehingga tidak diketahui oleh banyak orang dan tidak memberikan promosi (diskon harga makanan). Hal ini terjadi pada beberapa UMKM di Kelurahan Sunggal Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan dan berhasil bertahan sampai saat ini walaupun semakin banyak pesaing baru dengan jenis produk yang sama. Berdasarkan pra riset hasil wawancara dengan 5 pedagang usaha kuliner peneliti menyimpulkan, adanya aplikasi Go-Food dan Grab-Food sangat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan setelah adanya Go-Food dan Grab Food omzet mereka mengalami peningkatan namun pelaku usaha mengeluhkan omzet penjualan mereka yang bermitra dengan Go-Food dan Grab-Food harus dipotong sebanyak 20% yang tentunya hal ini sangat memberatkan para pelaku usaha, di samping itu pencairan penjualan ada yang seminggu sekali, ada yang sebulan sekali tergantung omzet, sehingga pelaku usaha mengeluhkan uang hasil penjualannya tertanam di Gojek dan Grab yang tentunya membutuhkan modal untuk biaya operasional sehari-hari. Metode penelitian kuantitatif dengan wawancara sebanyak 8 responden dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan dengan adanya keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* dalam meningkatkan penjualan di Kelurahan Sunggal bahwa keberadaan *Go Food* dan *Grab Food* jelas membawa dampak positif kepada pelaku usaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra.

Kata Kunci : grabfood, gofood, peningkatan penjualan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the impact of the existence of grabfood and gofood on increasing sales of culinary businesses in Medan Sunggal Village. From the results of interviews with 3 resource persons, it can be concluded that not all culinary businesses experienced an increase in sales after joining Go Food and Grab Food, this is because the presence of (name) of the culinary business actor is less well known so it is not known by many people and does not provide promotions. (Discounted food prices). This happened to several MSMEs in Sunggal Village, Medan Sunggal District, Medan City and managed to survive to this day even though there are more and more new competitors with the same type of product. Based on the pre-research results from interviews with 5 culinary business traders, the researchers concluded, the existence of the Go-Food and Grab-Food applications really helped business actors in increasing their sales where after the Go-Food and Grab Food their turnover increased but business actors complained about their sales turnover. partners with Go-Food and Grab-Food must be cut by 20% which of course is very burdensome for business actors, in addition to selling disbursement there is once a week, some once a month depending on turnover, so business actors complain that the money from the sale is embedded in Gojek and Grab which of course require capital for daily operational costs. Qualitative research method with interviews as many as 8 respondents in this study. The results show that with the existence of Go Food and Grab Food in increasing sales in Sunggal Village, the existence of Go Food and Grab Food clearly has a positive impact on culinary business actors who join the application and become partners.

Keywords: grabfood, gofood, increase sales