Konstruksi Pedagang Pasar Wonokromo Tentang Layanan Aplikasi Grabmart Dalam Meningkatkan Perekonomian

Berliana Kurniasari[1] dan Pambudi Handoyo[2]
Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa
berliana.19069@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Traditional markets or people's markets are markets that play an important role in promoting economic growth in Indonesia and have a natural competitive advantage. However, on the one hand, technological developments are increasingly sophisticated from year to year and have led to the emergence of online shopping sites. This condition makes it possible for traditional markets to keep up with these developments so that they are not left behind by the times. There are many ways that are used mainly by traders in selling their products, including online. One of them is the emergence of the Grabmart service in the Grab application which can help merchants sell their wares online. This study aims to determine the social construction of Wonokromo market traders regarding Grabmart services. This study uses a descriptive qualitative research method. Data collection was carried out through interviews with 5 informants as traders selling at the Wonokromo market. The results of this study indicate that the construction of Wonokromo market traders varies regarding Grabmart services. This is due to differences in objective and subjective conditions experienced by some individuals.

Abstrak

Pasar tradisional atau pasar rakyat merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Namun di satu sisi perkembangan teknologi dari tahun ke tahun semakin canggih dan membuat munculnya situ perbelanjaan secara online. Kondisi ini membuat bagaiman caranya supaya pasar tradisional dapat mengikuti perkembangan tersebut supaya tidak tertinggal oleh jaman. Banyak Sekali cara yang dilakukan terutama oleh pedagang di dalam menjual produknya termasuk secara online. Salah satunya munculnya layanan Grabmart di dalam aplikasi Grab yang dapat membantu para pedagang dalm menjual dagangannya secara online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi social pedagang pasar wonokromo tentang layanan Grabmart. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan 5 narasumber sebagai pedagang yang berjualan di pasar wonokromo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi para pedagang pasar wonokromo bermacam-macam tentang layanan Grabmart. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan kondisi objektif dan subjektif yang dialami oleh beberapa individu

Keywords: Social Construction, Traders, Grabmart

PENDAHULUAN

Pasar tradisional atau pasar rakyat merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing secara alamiah. Bagi masyarakat, pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli, pasar juga wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung. Sebagai roda penggerak ekonomi masyarakat, pasar rakyat memang sedang dalam ancaman tersisih oleh pasar modern, yang menawarkan sarana dan prasarana yang lebih maju dan lebih baik. Saat ini teknologi

informasi dan ilmu pengetahuan berkembang dengan sangat pesat sesuai dengan kebutuhan masyarakat tak terkecuali di bidang bisnis terutama ecommerce atau penjualan secara online. Pengadaan teknologi baru pada pasar tradisional merupakan salah satu upaya untuk menjadikan pasar tradisional mampu membantu mempermudah tujuan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan. Pasar wonokromo yang merupakan salah satu pasar terbesar dan terlengkap dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.Pedagang pasar wonokromo sampai saat ini kurang lebih ada 1800 pedagang yang berjualan di pasar wonokromo. Mulai pedagang kecil sampai besar,Mulai tingkat ecer sampai grosir tersedia semua di pasar wonokromo. Berbagai macam barang yang ada hal tersebut dapat membuka peluang apalagi di jaman sekarang masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara online.Salah satu aplikasi online yang dapat digunakan dan dimanfaatkan adalah Grab. Grab merupakana salah satu aplikasi terpopuler atau yang sering digunakan oleh masyarakat. Pada jasa grab di dalamnya juga banyak sekali berbagai layanan yang dapat kita pakai salah satunya adalah layanan Grabmart. Grabmart merupakan salah satu layanan aplikasi online yang tergabung dengan aplikasi grab. Pada layanan Grabmart ini kita dapat membeli berbagai jenis kebutuhan sehari-hari seperti bahan pokok,baju,kain,sayur-sayuran hingga makanan dan minuman.Oleh karena itu dapat dibilang bahwa Grabmart ini dapat diperkenalkan oleh para pedagang yang berada di pasar wonokromo.Dapat dilihat bahwa layanan lain seperti grabfood banyak sekali menguntungkan beberapa orang salah satunya para pelaku UKM ataupun orang yang berjualan makanan.Begitupun juga Grabmart,Layanan ini pastinya akan banyak menghasilkan keuntungan terutama kepada pedagang pasar wonokromo. Kita hanya memesan apa yang ingin kita beli melalui aplikasi grab lalu driver akan menuju ke tempat toko yang menerima pesanan tersebut.Setelah itu pesanan kita akan diantarkan langsung oleh driver yang sudah menerima pesanan kita.Jadi kita tidak perlu repot-repot untuk keluar rumah. Apalagi di kondisi sekarang ini yang serba digitala atau serba online.Pada saat layanan grabmart masuk di wilayah pasar wonokromo beberapa pedagang ada yang antusias untuk mendaftarkan dirinya di grabmart atapun tidak. Mereka memakai fasilitas yang ada melalui grabmart untuk memperjualbelikan dagangan mereka melalui online.Layanan Grabmart tersebut juga sebagai media promosi berbasis online untuk para pedagang pasar wonkromo.Tetapi ada beberapa pedagang juga yang menolak untuk didaftarkan layanan di grabmart.Oleh karena itu penulis ingin mengetahui bagaimana pandangan para pedagang pasar wonokromo mengenai layanan aplikasi grabmart tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Konstruksi Sosial

Teori Konstruksi sosial lahir dari pertanyaan Berger yaitu apa itu kenyataan.Pada teori ini berger menjelaskan bahwa suatu kenyataan dibangun secara sosial, begitupun juga kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah yang paling terpenting untuk memahaminya.kenyataan adalah sesuatu yang terdapat pada fenomena-fenomena yang diakui kebenarannya sedangkan pengetahuan merupakan kepastian bahwa fenomena-fenomena tersebut real atau nyata dan pengetahuan memiliki karakteristik yang spesifik (Berger, 1990: 1). Berger perpendapat bahwa manusia dapat terpengaruh dari kenyataan obyektif dan juga subjektif.. Konstruksi juga berlangsung dalam suatu proses yang terbagi menjadi 3 stimulan:

1. Eksternalisasi

   Eksternalisasi adalah suatu usaha ekspresi diri atau pencurahan manusia ke dalam dunia, baik dalam bentuk kegiatan mental ataupun fisik. Hal tersebut sudah menjadi sifat dasar manusia, yang selalu mencurahkan dirinya di mana ia berada atau tinggal. Manusia terkadang tidak mengerti karena manusia ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya kemudian dihasilkan suatu dunia. Artinya bahwa manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

2. Internalisasi

   Tahapan selanjutnya adalah internalisasi.Pada proses ini lebih kepada penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa hingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Banyak sekali macam unsur dari dunia luar yang telah terobjektifkan tersebut ditangkap manusia sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal untuk kesadaran. Pengetahuan menuntun manusia dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari.

3. Objektivasi

   Tahapan selanjutnya adalah Objektivasi. Pada tahapan ini merupakan hasil yang telah dicapai, baik mental atau fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia. Hasil tersebut menghasilkan realitas obyektif .Proposisi bahasa yang terkecil dalam bahasa adalah kata. Penggunan Bahasa dan kata harus dilakukan secara tepat karena disisi lain logika akan mencari sesuatu yang tepat. Pemilihan kata ini penting karena merupakan awalan yang membentuk pemikiran dalam konstruksi sosial.

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan sebagai refrensi dan sebagai acuan pada penelitian ini dan juga sama-sama membahas tentang layanan aplikasi grab antara lain yaitu:

Sri Wahyuni,2020,Judul penelitian mengenai Analisis Dampak keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan).Pada penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Go food dan juga grab food dapat membantu menaikkan dan juga membantu pengusaha kuliner di dalam usahanya khususnya pengusaha kuliner di kelurahan Sei kera Hilir II.Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.Data yang diambil pada penelitian tersebut menggunakan metode wawancara yang berasal dari 7 pelaku usaha kuliner yang berada di kelurahan Sei Kera hilir II.Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya aplikasi atau jasa online yaitu Go Food dan Grab Food sangat membantu mereka yang bekerja sebagai pelaku usaha di dalam mempromosikan barang dagangannya dan juga meningkatkan penjualan.Mereka pelaku usaha merasa mendapatkan perubahan atau kenaikan perekonomian setelah bergabung di Go Food dan juga Grab Food.

Mimi Cahayani,2021,Judul penelitian mengenai Analisis Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram.Pada penelitian ini berisikan tentang perkembangan teknologi sangat berperan penting bagi kehidupan manusia salah satunya ada aplikasi Grab food dan Go food.Aplikasi tersebut dapat membantu meningkatkan perekonomian para pelaku usaha kuliner khususnya yang berada di kelurahan kekalik jaya kota Mataram.penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.Pengumpulan data dilakukan dengan cara atau metode wawancara terhadapa dengan pelaku usaha kuliner yang berada di kelurahan kekalik jaya kota Mataram.Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya aplikasi atau jasa online yaitu Go Food dan Grab Food sangat membantu mereka yang bekerja sebagai pelaku usaha di dalam mempromosikan barang dagangannya dan juga meningkatkan penjualan.Mereka pelaku usaha merasa mendapatkan perubahan atau kenaikan perekonomian setelah bergabung di Go Food dan juga Grab Food.

METODE PENELITIAN

3.1Sifat Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif .Dengan menggunakan jenis penelitian dan menggunakan metode tersebut gunanya untuk memperoleh data secara faktual yang sesuai atau berkaitan dengan variable penelitian. .Penelitian ini

juga akan menghasilkan deskripsi rinci. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruksi sosial dengan pendekatan kontruksi sosial peter L berger.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar wonokromo yang beralamatkan di jalan Raya Stasiun Wonokromo Kelurahan Jagir Kecamatan Wonokromo Kota Surabaya Selatan Propinsi Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan mulai dari Bulan Maret sampai Juni tahun 2023, kurang lebih sekitar 4 bulan. Dimulai dengan observasi,wawancara,dan dokumentasi di pasar wonokromo Surabaya

3.3 Teknik Pengumpulan data

Sebuah teknik dalam pengambilan penelitian harus dilakukan secara berurutan dan juga rinci serta melalui beberapa sumber yang ada.Dalam melakukan pengumpulam sebuah data peneliti memakai cara antara lain:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kondisi Objektif Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya

Teori Konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L Berger dan juga Thomas Luckman akan digunakan untuk menganalisis konstruksi sosial pedagang pasar wonokromo tentang layanan aplikasi Grabmart dalam meningkatkan perekonomian. Konstruksi sosial ini menunjukkan adanya proses sosial melewati sebuah tindakan dan juga interaksi, di mana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki serta dialami bersama secara subyektif. Di dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini dan terkait dengan kondisi objektif pedagang yang berada di pasar wonokromo Kota Surabaya, Peneliti sudah melakukan wawancara sebanyak 5 orang pedagang yang berdagang di Pasar Wonokromo Kota Surabaya sesuai dengan karakteristik subjek yang telah ditentukan oleh peneliti. Kondisi Objektif itu merupakan salah satu kondisi yang dialami oleh subjek tetapi belum ada pengaruh atau campur tangan dari pihak manapun dan bersifat masih pandangan pribadi. Berdasarkan data yang telah ditemukan dilapangan kondisi objektif turut serta mempengaruhi konstruksi sosial masing-masing para pedagang yang berjualan di Pasar Wonkromo. Peneliti melihat 4 unsur utama di dalam menentukan subjek.

Unsur yang pertama adalah daerah asal pedagang pasar wonokromo. Kelima subjek yang telah ditemukan dilapangan, 3 subjek berasalah dari kota Surabaya yaitu Bu evi, pak Setiawanan , dan juga Bu Ita. Sedangkan 2 subjek lainnya berasalah dari luar kota Surabaya, yaitu Mbak Siran dan Bu Fina.

Unsur yang kedua adalah tempat tinggal dari pedagang pasar wonokromo. Dari kelima subjek yang telah didapatkan di lapangan 1 subjek memiliki rumah sendiri yaitu Bu Ita. Bu Ita memiliki tempat tinggal sendiri atau rumah yang berada di daerah Ngagel Kota Surabaya. Sedangkan keempat subjek yang lain tidak memiliki tempat tinggal sendiri atau rumah adalah Bu Evi, Mbak Siran, Pak Setiawan, dan juga Bu Fina. Unsur ketiga adalah Umur para pedagang Pasar wonokromo. Kelima subjek tersebut, 4 subjek diantaranya berumur 30 tahun ke atas yaitu Bu Evi yang berumur 40 tahun, Pak Setiawan yang berumur 50 tahun , Bu Ita juga berumur 50 tahun, dan juga Bu Fina yang berumur 45 tahun. Berbeda dengan 1 subjek yang bernama Mbak Siran yang masih berumur 27 tahun. Unsur keempat adalah Pendidikan terakhir yang ditempuh oleh pedagang pasar wonorkomo. Dari kelima subjek yang didapat rata-rata mereka Pendidikan terakhirnya adalah tamat SMA. Tetapi ada satu subjek yang Pendidikan terakhirnya di perguruan tinggi atau mendapatkan gelar S1 yaitu Subjek yang bernama Pak Setiawan. Kesamaan dari kelima subjek tersebut adalah mereka sama-sama memiliki syarat utama atau dokumen yang diperlukan untuk mendaftarkan dan juga membuat akun di layanan grabmart yaitu KTP dan juga Nomer telfon.

4.2 Proses Eksternalisasi, internalisasi, dan objektivasi pedagang pasar wonokromo tentang layanan aplikasi grabmart

- **Eksternalisasi**

Subjek Bu Evi mengetahui pertama kali aplikasi Grab melalui teman dagangnya yang berada tepat di depan los Bu Evi. Awalnya Bu evi agak sedikit binggung mengapa banyak sekali orang atau driver yang memakai jaket warna hijau dan bertuliskan Grab, lalu Bu evi pun menanyakan kepada temannya tersebut. Temannya menjelaskan bahwa itu merupakan driver dari aplikasi grab. Bu evi sempat kebinggungan apa itu aplikasi grab. Subjek pertama mengetahui Grabmart melalui lingkungan pasar sedangkan subjek kedua yaitu Pak Setiawan mengetahui Grabmart melalui lingkup keluarganya yaitu anaknya. Subjek Pak Setiawan mengetahui pertama kali aplikasi grab melalui anaknya yang sedang bersekolah. Mbak Siran mengetahui aplikasi grab pertama kali melalui teman kerjanya. Pada waktu itu teman kerja Mbak siran menawarkan makanann yang akan dibelinya melalui aplikasi Grab. Subjek keempat, Bu Ita mengetahui bahwa temannya ini pulang kerumah di saat sudah tutup toko dengan menaiki grab. Bu Ita pun sempat bertanya kepada temannya memakai aplikasi apa, lalu temannya pun sempat menjelaskan bahwa ia memakai jasa pengantar yaitu Grab. Subjek kelima bernama Bu Fina, Subjek kelima mengetahui aplikasi Grab pertama kali melalui suaminya. Pada waktu itu suaminya berniat untuk menjemput anaknya yang pulang dari sekolah tetapi tiba-tiba suami dari Bu Fina tidak bisa menjemput dikarenakan ada urusan mendadak, akhirnya Suami Bu Fina pun mencoba memakai aplikasi Grab untuk menjemput anakanya dan diantarkan ke rumah Bu Fina.

- **Internalisasi**

Tahap kedua adalah Internalisasi. Pada tahap ini individu mencoba mengaplikasikan pengetahuan dan informasi yang mereka dapat menjadi sebuah Tindakan yang diambil oleh individu. Pada proses eksternalisasi ini bisa kita lihat bagaimana reaksi para pedagang pasar wonkromo Ketika mereka sudah diberikan sosialisasi tentang layanan Grabmart. Subjek pertama Bu evi, setelah Bu evi mengetahui aplikasi Grab dan juga layanan Grabmart, proses internalisasi atau Tindakan yang dilakukan oleh Bu Evi adalah mendownload aplikasi grab di ponsel Bu evi. Bu evi sudah mendownload aplikasi grab tersebut sekitar 1 tahun lamanya tetapi Bu evi tidak pernah memakainya. Subjek kedua Pak Setiawan, Setelah Pak Setiawan mengetahui informasi mengenai aplikasi grab, pak setiawan juga mendownload aplikasi Grab di ponsel Pak Setiawan. Pak Setiawan sudah mendownload aplikasi grab selama kurang lebih 2 tahunan. Berbeda dengan subjek pertama, subjek pak Setiawan Ketika sudah mengetahui lebih lanjut tentang aplikasi grab terutama layanan Grabmart. Subjek ketiga Mbak Siran. Setelah Mbak siran mengetahui lebih lanjut apa itu aplikasi Grabmart terutama layanan grabmart, Mbak siran juga sudah mendownload aplikasi grab di ponselnya. Mbak Siran sudah mendownload aplikasi grab di ponselnya sekitar kurang lebih 5 tahun. Mbak siran biasanya memakai aplikasi grab untuk kepentingan pribadinya seperti membeli makanan dan juga jasa pengantaran dan juga penjemputan. Subjek keempat Bu Ita. Bu Ita sudah mengetahui apa itu aplikasi Grab tetapi di ponsel Bu Ita tidak ada aplikasi grab atau Bu Ita belum mendownload aplikasi Grab di ponselnya. Subjek kelima bernama Bu Fina. Setelah Bu Fina sudah mengetahui apa itu aplikasi grab subjek juga sudah mendownload aplikasi grab di ponsel pribadinya. Bu Fina sudah mendownload aplikasi tersbeut kurang lebih sudah 2 tahunan. Pertama awal memakai aplikasi grab Bu Fina sedikit binggung lalu lama kelamaan Bu Fina paham Ketika memakai aplikasi grab.

- **Objektivasi**

Tahap terakhir adalah objektivasi. Pada tahap terakhir ini dimana individu sudah melalui proses eksternalisasi dan internalisasi yang terjadi lalu individu mengalami proses objektivasi yaitu dimana suatu informasi yang sudah individu dapat dan individu tersebut menimbulkan reaksi dengan cara melakukan suatu Tindakan maka lama kelamaan informasi yang di dapat indiviu tersebut sudah melembaga di dalam dirinya. Subjek pertama Bu Evi, subjek tersebut setelah mendownload aplikasi grab dan mengetahui lebih lanjut tentang layanan Grabmart Bu evi sering kali membuka aplikasi grab untuk melihat apakah ada pesanan masuk melalui layanan Grabmart. Subjek kedua Pak Setiawan, Subjek kedua setelah mengetahui lebih lanjut tentang apa itu layanan Grabmart Pak Setiawan memilih untuk tidak ikut bergabung atau membuat akun Grabmart. Subjek ketiga bernama Mbak Siran. Ketrika

sudah mengetahui apa itu aplikasi grab dan juga layanan grabmart lebih lanjut mbak Siran pun memilih untuk bergabung di mitra grabmart. Setelah beberaoa hari Mbak Siran bergabung di Grabmart, Mbak Siran pun mulai mempromosikan akun grabmartnya kepada pedagang-pedagang yang disekelilingnya. Subjek keempat bernama Bu Ita. Ketika sudah mengetahui aplikasi grab dan layanan Grabmart lebih lanjut melalui sosialisasi yang dilakukan, Bu Ita juga bersedia untuk bergabung di mitra grabmart dan membuat akun grabmart. Setelah membuat akun grabmart beberapa hari setelahnya Bu ita sempat mendapatkan 2 pesanan melalui akun grabmart, sayangnya pesanan pertama pada waktu itu Bu Ita agak sedikit kebinggungan tidak bisa menerima pesanan sehingga pesanan tersebut pun hanggus. akun Grabmart Bu Ita.

Subjek kelima yang terakhir adalah Bu Fina. Ketika sudah mengetahui apa itu aplikasi grab dan juga mengetahui lebih lanjut tentang layanan Grabmart, Bu fina pun mau ikut bergabung di mitra grabmart. Setelah beberapa hari bergabung di mitra grabmart, Bu Fina pun juga mempromosikan akun grabmartnya melalui status WhatsAppnya.

4.3 Konstruksi pedagang pasar wonokromo tentang layanan aplikasi grabmart

Melalui 3 tahap proses diatas yaitu internalisasi, eksternalisasi, dan juga objektivasi. Pedagang pasar wokromo memiliki berbagai macam konstruksi atau makna terhadap layanan aplikasi grabmart yang telah mereka buat. Beberapa kontsruksi sosial atau makna yang didapatkan peneliti pada saat wawancara antara lain

- **Produk yang dijual beragam**
- **Grab Membantu Mempromosikan Produk**
- **Grab Menambah pemasukan Pedagang**
- **Jangkauan leih Luas**

KESIMPULAN

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Konstruksi sosial pedaganga pasar wonokromo pun bermacam-macam. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan kondisi objektif dan subjektif yang dialami oleh beberapa individu. Pedagang pasar wokromo memiliki berbagai macam konstruksi atau makna terhadap layanan aplikasi grabmart yang telah mereka buat. Diantara lain pedagang pasar wonokromo berpendapat bahwa layanan Grabmart ini dapat membantu pemasukan para pedagang, Kelebihan dari layanan Grabmart ini juga dapat menjual berbagai macam produk sehingga para penjual dapat menjual secara online barang daganganya, Grabmart juga dapat mempromosikan produk jualan secara online sehingga masyarakat yang ingin membeli dapat melihat produk yang dijual dan produk

tersebut dapat terkenal, Grab juga menambahkan pemasukan pedagang melalui penjualan online dan yang terakhir Grabmart juga dapat menjangkau pelanggan lebih luas tidak hanya pembeli di pasar wonokromo saja tetapi juga pembeli di luar pasar wonokromo.

DAFTAR PUSTAKA

Wahyuni S. (2020). Analisis dampak keberadaan gofood dan grabfood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. *Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Penignkatan Penjualan Usaha Kuliner*, 1–98.

Indraswarri, A., & Kusuma, H. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, *2*, 63–73. http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/6967

Manuaba, I. B. P. (2008). Memahami Teori Konstruksi Realitas. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, *21*(2), 221–230.

Syarif Hidayatulloh, D. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis. *Seminar Nasional Sistem Informasi , Fakultas Teknologi IInformasI*, *2*(1), 1423–1429. https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/162

Tengah Maraknya Belanja Online, D. (2022). *Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional*.

Hukum, S. I., Ilmu, F., Surabaya, U. N., Hukum, S. I., Ilmu, F., & Surabaya, U. N. (n.d.). *(Studi Zonasi di Pasar Wonokromo Surabaya) Benaldi Nanda Vierdiansyah Eny Sulistyowati Abstrak.*

Cahayani, M. (2021). Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, *5*(1), 90–103. https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3333

Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2019). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, *13*(2), 116. https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.116-126

Risandra, A. P., Nurdin, A., & Said, Y. M. (2023). Persepsi Masyarakat terhadap Penggunaan Transportasi Online Grab di Kota Jambi. *Jurnal Talenta Sipil*, *6*(1), 1. https://doi.org/10.33087/talentasipil.v6i1.207

Prapti NSS, R. L., & Rahoyo, R. (2019). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, *20*(2), 120. https://doi.org/10.26623/jdsb.v20i2.1243