

## PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PILIHAN BAKSO BERMEREK DI MALANG, “ONLINE MARKETPLACE” DAN FAKTOR YANG MENDASARI

Diky Siswanto<sup>1\*)</sup>, Sabar Setiawidayat<sup>1)</sup>, Dinda An-Nisa<sup>1)</sup>, Muhammad Iqbal Muzakki<sup>2)</sup>, Mohammad Mukhsim<sup>1</sup>, Riman<sup>3</sup>, Ngudi Tjahjono<sup>4</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi S1 Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

<sup>2)</sup>Program Studi S1 Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

<sup>3)</sup>Program Studi S1 Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

<sup>4)</sup>Program Studi S1 Industri, Fakultas Teknik, Universitas Widyagama Malang

### INFORMASI ARTIKEL

#### Data Artikel:

Naskah masuk, 08 Juni 2024

Direvisi, 23 Juni 2024

Diterima, 24 Juni 2024

#### Email Korespondensi:

[dsiswanto@widyagama.ac.id](mailto:dsiswanto@widyagama.ac.id)

### ABSTRAK

Bakso berasal dari budaya masyarakat Tionghoa yang menjadi salah satu makanan favorit di Indonesia, khususnya di Malang. Selain bisa menikmati bakso di warung tersebut, pelanggan juga bisa menikmati bakso di tempat lain dengan memesanannya melalui *online marketplace*. Terdapat sejumlah *online marketplace* yang marak dikunjungi pelanggan serta digunakan untuk kanal penjualan bagi pengusaha kuliner. Tujuan dari artikel ini adalah membahas faktor-faktor yang mendorong ataupun mengurangi minat pelanggan membeli bakso serta aplikasi yang banyak digunakan untuk melakukan pesanan secara *online*. Metode yang digunakan adalah melakukan survei *online* terhadap sejumlah responden yang berlokasi di Malang raya. Survei *online* telah dilakukan dengan melibatkan 50 responden. Hasil survei menunjukkan mayoritas (90%) pelanggan bakso berusia 16 - 30 tahun, yang merupakan Generasi Milenial dan Z yang familiar dengan teknologi digital. Mayoritas pengguna memilih GrabFood (44%) yang menekankan penerapan protokol kesehatan, relevan dengan berlangsungnya pandemi COVID-19 saat dilaksanakan survei. Responden memilih bakso karena faktor kedekatan jarak ke lokasi warung, varian produk, rasa enak, harga terjangkau, higienis dan halal. Adanya aplikasi seperti GrabFood, GoFood dan ShopeeFood bisa merepresentasikan preferensi pelanggan terhadap lokasi warung yang terjangkau. Dipilihnya bakso merek ternama karena varian produk, rasa konsisten, higienis dan halal, meski dinilai harganya mahal, antrian lama serta ada kandungan bahan yang dihindari.

**Kata Kunci:** *Generasi Milenial dan Z; COVID-19; GrabFood; GoFood; ShopeeFood*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha bisnis khususnya di dunia kuliner saat ini sangat pesat [1]. Fenomena ini terlihat dari persaingan yang sangat ketat dalam bisnis kuliner, baik usaha kecil maupun besar. Pesatnya perkembangan bisnis kuliner ini dapat menunjukkan bahwa keinginan konsumen sangat beragam dalam memenuhi keinginannya.

Salah satu ciri kuliner Malang adalah bakso [2]. Secara historis, bakso merupakan makanan khas Tionghoa [3] yang cukup terkenal dan menjadi favorit masyarakat Indonesia, baik di pedesaan maupun di perkotaan. Bakso juga berfungsi sebagai makanan umum bagi masyarakat dari segala usia dan status sosial [4].

Secara umum, usaha bakso dapat digolongkan sebagai usaha mikro hingga usaha kecil. Kelompok usaha ini memiliki peran yang cukup penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan nasional [5]. Usaha mikro-kecil adalah usaha yang banyak ditekuni terutama oleh sebagian besar masyarakat untuk memperluas kesempatan kerja dan memberikan pelayanan bagi pelanggan. Pemerintah terus berupaya membina kelompok usaha mikro-kecil agar menjadi usaha yang lebih efisien, berkembang mandiri, dan membuka lapangan kerja baru.

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Malang, pada tahun 2020 terdapat jumlah wisatawan mancanegara sejumlah 8,826 orang, wisatawan domestic sebanyak 662,570 orang, dan jumlah penduduk Kota Malang sebanyak 933,739 orang [6]. Dengan kata lain, peluang populasi konsumen usaha kuliner pada tahun 2020 akan menjadi 1.506.380 orang [5]. Dari sini dapat disimpulkan bahwa ada banyak peluang bagi konsumen di Malang, yang dapat meningkatkan pembeli potensial.

Setiap pelaku usaha kuliner seringkali tampil dengan membawa keunikan dan keunggulan produknya. Beberapa usaha kuliner mengalami kerugian dan akhirnya terpaksa tutup. Fenomena ini bisa disebabkan oleh kurangnya diversitas strategi pemasaran yang dilakukan [7]. Yang bisa berdampak pada berkurangnya daya tarik bagi konsumen untuk mengenal dan membeli produk yang dijual.

Terdapat sejumlah faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam berbelanja, yang bisa diklasifikasikan dalam faktor internal dan faktor eksternal [8]. Faktor internal terdiri dari faktor gagasan dan karakteristik konsumen. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari lingkungan dan strategi bauran pemasaran. Faktor lingkungan terdiri dari budaya, kelas sosial dan referensi. Strategi bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi [8]. Interaksi faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi perilaku konsumen, baik secara individual maupun secara komunal.

Pada era informasi seperti saat ini, para pelaku usaha, termasuk di bidang kuliner, banyak memanfaatkan teknologi informasi untuk diversifikasi pemasaran dan meningkatkan penjualan. Salah satunya dengan memasarkan produk yang dimiliki melalui Internet, melalui sebuah aplikasi yang terhubung dengan *online marketplace* [9]. Salah satu contoh dari aplikasi yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku usaha kuliner adalah Grab [10]. Berdasarkan informasi dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia tahun 2016 di Indonesia, Internet sudah menyebar luas ke berbagai penjuru negeri [10]. Sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memperluas pasar produk mereka melalui *online marketplace*. Salah satu *online marketplace* yang banyak digunakan masyarakat adalah Grab.

Grab Holdings Inc., yang lebih umum dikenal sebagai Grab, adalah perusahaan teknologi di Asia Tenggara yang berkantor pusat di Singapura dan Indonesia.[11][12] Selain transportasi, perusahaan menawarkan layanan pengiriman makanan dan pembayaran digital melalui aplikasi seluler. Fitur yang ditawarkan Grab sangat bervariasi, sehingga banyak pengguna yang merasa dimudahkan [13]. GrabFood adalah salah satu fitur yang ditawarkan oleh Grab, sebagai salah satu fitur layanan pesan antar makanan yang dapat diakses melalui *smart phone*. Konsumen dapat memesan makanan dari restoran yang sudah terdaftar dan bekerjasama dengan Grab.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan konsumen terhadap produk kuliner bakso, preferensi terhadap warung bakso bermerek di Malang raya, serta untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menentukan pilihan.

Selain itu, penelitian juga diarahkan untuk mengetahui preferensi *online marketplace* yang banyak dipakai konsumen untuk memesan makanan, khususnya menu bakso di wilayah Malang raya. Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengusaha kuliner, khususnya bakso dan variannya, dalam menyajikan produk, mengelola warung dan perluasan pemasaran secara *online*. Selain itu, hasil penelitian ini bisa digunakan bagi penggemar kuliner bakso Malang dalam memilih produk kuliner bakso dan variannya serta warung yang menjual.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei kepuasan pelanggan terhadap beberapa warung bakso yang terkenal di Malang. Untuk mengetahui tanggapan responden, peneliti membuat survei *online* melalui Google form yang disebarakan ke keluarga, kerabat dan teman di daerah Malang raya, dengan pertimbangan bahwa Malang terkenal dengan kuliner bakso. Adapun pilihan warung bakso lainnya bisa di-input-kan sendiri oleh responden. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 dengan tiga pilihan warung bakso terkenal di Malang raya yang diambil secara *purposive sampling*, yaitu Bakso Kota Cak Man, Bakso Presiden dan Bakso Bakar Pak Man. Jumlah sampel sebanyak 50 responden yang diambil secara *accidental sampling*. Pengumpulan data primer dengan melakukan tanya jawab dengan responden berdasarkan kuesioner yang telah dipersiapkan. Gambar 1. menampilkan formulir *online* produk Google.

The image shows a screenshot of a Google Forms survey titled "Survei". The form contains several sections with questions and response options:

- Section 1:** "Berapa kali Anda makan bakso dalam seminggu?" (How many times do you eat bakso in a week?). It has a text input field for the answer.
- Section 2:** "Dimana Anda makan bakso (kota)?" (Where do you eat bakso (city)?). It has two radio button options: "Kota Cak Man" and "Kota Malang".
- Section 3:** "Apakah Anda pernah makan bakso di luar kota?" (Have you ever eaten bakso outside the city?). It has four radio button options: "Tidak Pernah", "Sering", "Tidak Pernah", and "Tidak Pernah".
- Section 4:** "Dimana Anda makan bakso di luar kota?" (Where do you eat bakso outside the city?). It has four radio button options: "Kota Cak Man", "Kota Malang", "Kota Presiden", and "Kota Bakar Pak Man".
- Section 5:** "Apakah Anda pernah makan bakso di luar kota?" (Have you ever eaten bakso outside the city?). It has a text input field for the answer.
- Section 6:** "Apakah Anda pernah makan bakso di luar kota?" (Have you ever eaten bakso outside the city?). It has a text input field for the answer.

Gambar 1. Formulir Survei Online

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

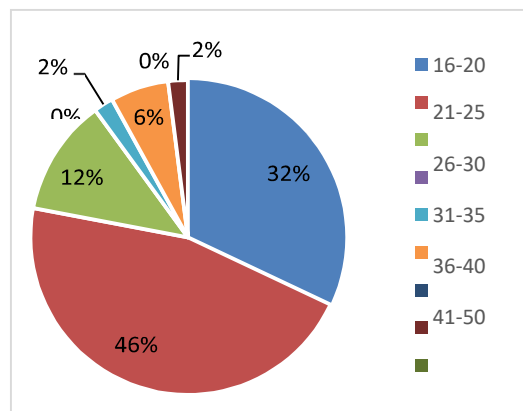
Hasil kuisioner disajikan pada Tabel 1. berikut.

Tabel 1. Usia, Asal Daerah serta Preferensi Aplikasi dan Warung Bakso dari Responden

| Usia | Asal       | Aplikasi   | Langganan                           |
|------|------------|------------|-------------------------------------|
| 22   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Pak Man                       |
| 22   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Cak Man                       |
| 24   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Pak Wit                       |
| 21   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Tulang Iga                    |
| 20   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Tulang Iga                    |
| 19   | Luar Jawa  | -          | Bakso Bu Mita                       |
| 21   | Pulau Jawa | -          | Bakso Jawa Pak Hari                 |
| 19   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Cak Kar Singosari             |
| 21   | Luar Jawa  | GrabFood   | Malada                              |
| 21   | Luar Jawa  | WhatsApp   | Bakso Barokah                       |
| 18   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Kota Cak Man                  |
| 26   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Cak Man Jabung                |
| 22   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Pocong Bedali                 |
| 21   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Presiden                      |
| 21   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Dadi Ati                      |
| 21   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Kota Cak Man                  |
| 19   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Nuklir                        |
| 19   | Luar Jawa  | GOFOOD     | Bakso Pinggir Jalan                 |
| 23   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Bakar Pak Man                 |
| 45   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Solo Kidul Pasar              |
| 37   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Priangan                      |
| 16   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Kota Cak Man                  |
| 20   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Duro Kepnjen                  |
| 60   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Kota Cak Man                  |
| 24   | Luar Jawa  | GOFOOD     | Bakso Presiden                      |
| 25   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Kota Cak Man                  |
| 17   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Kota Cak Man                  |
| 31   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Solo Petra                    |
| 43   | Luar Jawa  | GrabFood   | Bakso Surya                         |
| 42   | Luar Jawa  | GrabFood   | Bakso Surya                         |
| 28   | Luar Jawa  | GrabFood   | Bakso Kota Cak Man                  |
| 22   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Bakar Trowulan                |
| 18   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Kirun                         |
| 19   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Tulang Iga                    |
| 20   | Luar Jawa  | GOFOOD     | Bakso Bakar Pak Man                 |
| 27   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Kota Cak Man                  |
| 23   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Kota Cak Man                  |
| 17   | Luar Jawa  | -          | Bakso yang sering lewat depan rumah |
| 19   | Luar Jawa  | GrabFood   | Bakso Pak Wit                       |
| 21   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Presiden                      |
| 21   | Luar Jawa  | ShopeeFood | Bakso Petra                         |
| 22   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Dadi Ati                      |

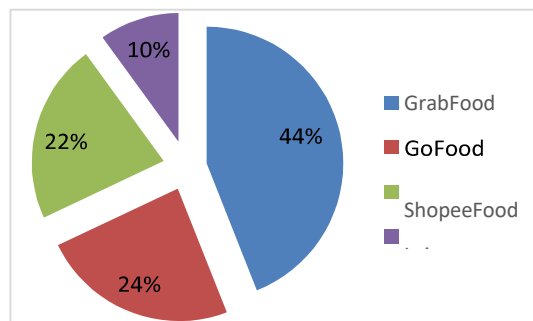
Tabel 2. (Lanjutan Tabel 1)

| Usia | Asal       | Aplikasi   | Langganan           |
|------|------------|------------|---------------------|
| 18   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Dadi Ati      |
| 19   | Luar Jawa  | -          | Bakso Presiden      |
| 23   | Pulau Jawa | ShopeeFood | Bakso Bakar Pak Man |
| 21   | Luar Jawa  | GOFOOD     | Bakso Jawa Pak Hari |
| 21   | Luar Jawa  | GOFOOD     | Bakso Jawa Pak Hari |
| 24   | Pulau Jawa | GOFOOD     | Bakso Presiden      |
| 25   | Pulau Jawa | GrabFood   | Bakso Cak Kar       |
| 27   | Luar Jawa  | ShopeeFood | Rumah Bakso         |



Gambar 2. Distribusi Responden berdasarkan Usia

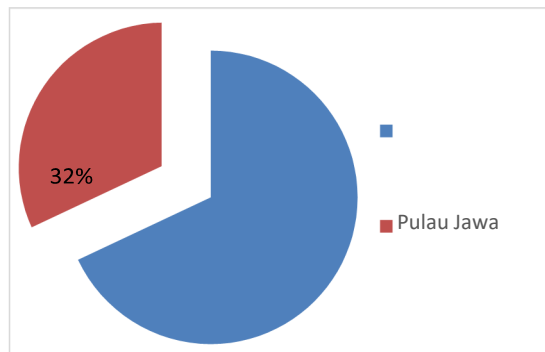
Dari data yang sudah di ambil mayoritas peminat bakso (46%) yang mengisi survei berumur antara 21 sampai 25. Selanjutnya, umur 16-20 (32%) dan 26-30 (12%) juga menyukai bakso. Hal ini menunjukkan bahwa peminat bakso adalah kalangan pelajar, mahasiswa atau pekerja/ pengusaha muda dengan usia antara 16 hingga 30 tahun (90%). Sehingga bisa disimpulkan bahwa 90% peminat bakso adalah kalangan muda yang notebene mayoritas masih sehat dan belum banyak resistensi terhadap makanan. Usia responden tersebut tergolong dalam Generasi Milenial dan Z, generasi yang lahir ditengah kemajuan teknologi [14].



Gambar 3. Distribusi Responden berdasarkan Pilihan Aplikasi

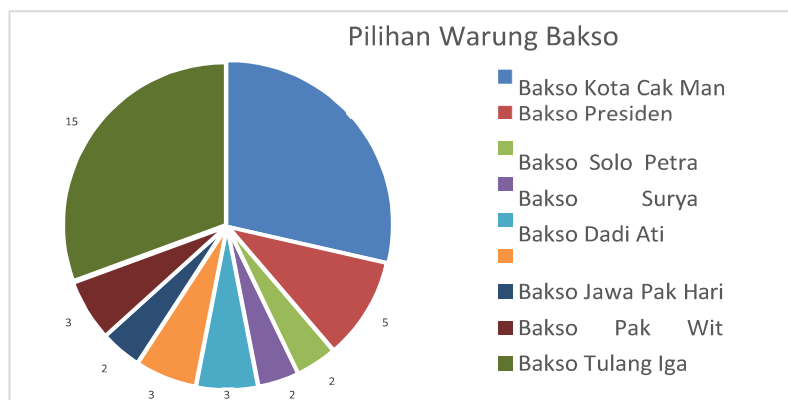
Aplikasi yang banyak di pakai yaitu GrabFood (44%). Dari sini bisa diambil kesimpulan bahwa banyak pelanggan yang menggunakan aplikasi *online*, khususnya GrabFood, untuk membeli bakso ataupun variannya. Hasil tersebut berkorelasi dengan sebaran usia mayoritas responden yang masuk Generasi Milenial dan Z, dengan karakteristik familiar terhadap kemajuan teknologi, termasuk teknologi digital [14].

Hasil survei juga berkorelasi dengan penelitian berikut [15], yang mengungkapkan bahwa perusahaan GrabFood menekankan pada proses layanan dengan menerapkan standar protokol kesehatan. Hal ini berkorelasi dengan proses pengambilan data berlangsung di bulan Oktober 2021; yang mana Pandemi COVID-19 masih berlangsung [16].



Gambar 4. Distribusi Responden berdasarkan Tempat Asal

Mayoritas responden berasal dari pulau Jawa (68%). Hal ini berkorelasi dengan lokasi survei yang diadakan di Malang raya, yang mayoritas berasal dari suku Jawa.



Gambar 5. Distribusi Peminat Bakso

Gambar 5 menampilkan diagram preferensi warung bakso, dengan sekitar 60% responden memilih Bakso Lainnya dan Bakso Kota Cak Man. Pelanggan yang memilih Bakso Lainnya (sejumlah warung bakso bukan merek terkenal) sebanyak 15 responden (31%). Hal ini kemungkinan disebabkan oleh faktor jarak dekat, harga murah, dan rasa yang bisa diterima. Urutan ke-2 jatuh pada Bakso Kota Cak Man sebanyak 14 responden (29%), yang kemungkinan mempertimbangkan rasa dan varian produk, lokasi strategis, kondisi higienis dan halal.

Sebagaimana ditampilkan Tabel 3., aspek positif yang disukai pelanggan adalah jarak ke lokasi warung tidak jauh, banyak varian produk, harga murah, rasa enak (varian produk dan kuah), higienis dalam hal tempat dan makanan. Sedangkan aspek negative yang tidak disukai pelanggan adalah harga mahal, jarak ke lokasi jauh/ kurang strategis, kuah dingin, waktu penyajian/ antrian lama, ada daging babi, varian terbatas. Bisa disimpulkan bahwa faktor yang menjadi perhatian pelanggan adalah jarak ke lokasi, varian produk, harga, rasa, higienis, pelayanan dan status kehalalan produk.

Tabel 3. Respon Pelanggan Bakso

| Warung Langgganan                                                                                | Respon (+)                                         | Respon (-)                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Bakso Kota Cak Man                                                                               | dekat dari rumah, variannya berbeda dari yang lain | mahal                                           |
| Bakso Kota Cak Man                                                                               | Enak                                               | Mahal                                           |
| Bakso Pak Wit                                                                                    | Gorengannya                                        | pentolnya                                       |
| Bakso Iga Cak Wahyu                                                                              | Murah dan Banyak                                   | Terlalu jauh                                    |
| Bakso Iga Cak Wahyu                                                                              | Murah, pentol yang besar                           | Jauh dari peradapan                             |
| Bakso Bu Mita                                                                                    | Karena baksonya enak                               | Belum ada                                       |
| Bakso yang mangkal di kampus                                                                     | Enak, murah, dekat                                 | Nggak ada sih                                   |
| Bakso Cak Kar Singosari                                                                          | banyak variasinya                                  | kuahnya cepat dingin                            |
| Malada (tidak sering)                                                                            | Higenis                                            | Lokasi kurang strategis                         |
| Bakso Barokah                                                                                    | Tempatnya higienis                                 | Agak lama saat memesan                          |
| Bakso Kota Cak Man                                                                               | Semua                                              | Ndk ad                                          |
| Bakso Kota Cak Man                                                                               | pentol, kuah, goreng                               | siomay                                          |
| Bakso Pocong Bedali                                                                              | Kuahnya                                            | Lokasinya dekat kuburan                         |
| Bakso Presiden                                                                                   | Enak                                               | Ada daging B2 nya                               |
| Bakso Dadi Ati                                                                                   | Bakso kasar besar                                  | Cepet habisnya hehe                             |
| Bakso Kota Cak Man                                                                               | Menunya berfariasi                                 | Antriannya                                      |
| Bakso Nuklir                                                                                     | Bakso pedas + kuah yang pedas nagih                | Kurangnya pilihan tambahan seperti gorengan dll |
| Bakso pinggir jalan                                                                              | Tahu bakso dan kuahnya                             | Tidak ada                                       |
| Bakso Solo Pasar Comboran, Bakso Gun, Bakso Dadi Ati, Bakso Pak Samut, Bakso Wilujeng, Bakso PLN | Rasa makanannya                                    | Tidak ada                                       |

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan kegiatan dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Sebagian besar responden yang melakukan pembelian bakso adalah kalangan muda (usia 16 - 30 tahun), yang masuk kategori Generasi Milenial dan Z, dengan market share sebesar 90%. Survei juga menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan aplikasi GrabFood, sebuah aplikasi digital yang cukup familiar bagi Generasi Milenial dan Z. Selain itu, saat dilakukan survei, GrabFood menekankan penerapan standar protokol kesehatan. Yang mana pandemi COVID-19 masih berlangsung. Hal ini menggambarkan kesadaran mayoritas responden terhadap protokol kesehatan. Mayoritas responden memilih bakso karena jarak ke lokasi warung

dekat, varian produk, rasa enak, harga terjangkau, higienis dan halal. Adanya aplikasi pesan-antar makanan pada telefon pintar bisa merepresentasikan preferensi pelanggan terhadap jarak warung yang dekat, karena memungkinkan pesan online makanan dengan ongkos kirim terjangkau. Sedangkan bakso merek ternama tetap dipilih responden karena varian produk, rasa konsisten enak, higienis dan halal, meski ada responden yang menilai harganya mahal dan antrian agak lama serta ada kandungan bahan yang dihindari.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) - Universitas Widyagama Malang (UWG) yang telah mendanai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kami dengan skema PROPENMAS. Artikel ini merupakan bagian luaran dari kegiatan tersebut.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Tumpuan, "Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner," *Tour. J. Travel. Hosp. Cult. Destin. MICE*, vol. 3, no. 1, pp. 26-30, 2020, doi: <https://doi.org/10.32511/tourism.v3i1.651>.
- [2] I. D. P. Prabowo, T. Lestariningsih, and D. P. Mau, "Kuliner Lokal sebagai Daya Tarik Kota Malang," *J. Ind. Pariwisata*, vol. 6, no. 2, pp. 143-146, 2024, doi: [10.36441/pariwisata.v6i2.1476](https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i2.1476).
- [3] A. Rahmawati, "Kata Serapan Makanan dan Minuman dari Bahasa Cina," *Paradig. J. Kaji. Budaya*, vol. 2, no. 2, 2012, doi: <https://doi.org/10.17510/paradigma.v2i2.24>.
- [4] R. R. Mariana, L. Hidayati, and S. Sukopitojo, "Consumer Preferences on 'Bakso Malang' - Indonesia," in *Proceedings of the 1st International Conference on Social, Applied Science and Technology in Home Economics (ICONHOMECES 2017)*, Atlantis Press, 2017, pp. 201-206. doi: <https://doi.org/10.2991/iconhomeecs-17.2018.47>.
- [5] Hellen Malinda, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)," Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2017. [Online]. Available: <http://repository.radenintan.ac.id/2260/>
- [6] Badan Pusat Statistik Kota Malang, "Jumlah Wisatawan Domestik di Kota Malang (Orang), 2018-2020." Accessed: Jul. 21, 2024. [Online]. Available: <https://malangkota.bps.go.id/indicator/16/157/2/jumlah-wisatawan-domestik-di-kota-malang.html>
- [7] W. Hadiwardoyo, "Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19," *Baskara J. Bus. Entrep.*, vol. 2, no. 2, pp. 83-92, 2020, doi: <https://doi.org/10.54268/baskara.v2i2.6207>.
- [8] P. M. Malonda, S. Moniharapon, and Sjendry S.R. Loindong, "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 7, no. 3, pp. 3827-3836, 2019, doi: <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24882>.

- [9] R. A. Azdy and F. Darnis, "Pemanfaatan dan Pelatihan Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pengolahan Data Industri Kuliner 'Rosa Cake,'" *APTEKMAS*, vol. 2, no. 3, pp. 45-49, 2019, doi: <https://doi.org/10.36257/aps.v2i3.1844>.
- [10] Hana, "Analisis Strategi Pemasaran menggunakan GrabFood dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Warung Makan di Kota Mataram)," Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, Mataram, 2019. [Online]. Available: [https://etheses.uinmataram.ac.id/58/1/Hayatul Ana 1502131625.pdf](https://etheses.uinmataram.ac.id/58/1/Hayatul%20Ana%201502131625.pdf)
- [11] Grab, "Privacy Notice | Grab ID." Accessed: Feb. 14, 2022. [Online]. Available: <https://www.grab.com>

**=== Halaman Sengaja Dikosongkan ===**