

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN DRIVER ONLINE GRAB-FOOD PADA MASA PANDEMI COVID-19
DI KOTA BANJARBARU**

Rivaldi Aditya Gumara¹,Dwi Wahyu Artiningsih²,Evrica Zamilah³

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin
E-mail: Rivaldiadityagumara@gmail.com/081932230224

ABSTRAK

Rivaldi Aditya Gumara, 2022, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Driver Online Grab-Food Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Banjarbaru, Pembimbing I : Dwi Wahyu Artiningsih, Pembimbing II : Evrica Zamilah.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan *Driver Online Grab-Food* selama masa pandemi Covid-19 di Kota Banjarbaru. (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya dilakukan dalam meningkatkan pendapatan *Driver Online Grab-Food* pada masa pandemi Covid-19 di Kota Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kualitatif. Responden penelitian adalah karyawan Grab, *Driver Grab*, *Grab Merchant*, dan *Costumer Grab* di Kota Banjarbaru, dengan pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Grab dalam menghadapi pandemi Covid-19 tidak sepenuhnya berjalan dengan baik, ada beberapa strategi pemasaran 7P yang diterapkan mengakibatkan kerugian bagi mitranya, hal ini yang harus diperhatikan guna keberlangsungan kedua belah pihak antara Grab dan mitranya. Peneliti memberikan strategi yang seharusnya diterapkan oleh pihak Grab untuk diterapkan pada masa pandemi Covid-19, peneliti memberikan strategi berdasarkan data hasil penelitian dilapangan serta dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mempertimbangkan semua pihak yang terkait

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Driver Online Grab-Food*, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

Rivaldi Aditya Gumara, 2022, Analysis of Marketing Mix Strategy in Increasing Revenue Driver Online Grab-Food During the Covid-19 Pandemic in Banjarbaru City, Supervisor I : Dwi Wahyu Artiningsih, Advisor II : Evrica Zamilah.

This study aims to: (1) To find out the marketing strategy used to increase revenue Driver Online Grab-Food during the Covid-19 pandemic in Banjarbaru City. (2) To know the marketing strategy that should be done in increasing revenue Driver Online Grab-Food during the Covid-19 pandemic in Banjarbaru City.

This study uses a qualitative descriptive design. The research respondents were Grab employees, Driver Grab, Grab Merchant, and Costumer Grab in Banjarbaru City, by collecting data using data collection techniques by observation, interviews, and documentation.

The results of the research show that the marketing strategy implemented by Grab in dealing with the Covid-19 pandemic has not fully gone well, there are several 7P marketing strategies that have been implemented resulting in losses for its partners, this is what must be considered for the sustainability of both parties between Grab and its partners. Researchers provide strategies that should be implemented by Grab to be implemented during the Covid-19 pandemic, researchers provide strategies based on field research data and analyzed descriptively qualitatively by considering all parties involved

Keywords: *Marketing Mix, Driver Online Grab-Food, The Covid-19 pandemic*

DAFTAR PUSTAKA

- Gita .(2015). Analisis Kinerja Pemasaran Pada Industri Kreatif Di Kota Semarang. Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis : Universitas 17 Agustus 1945.
- Kotler & Armstrong. (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.
- Harnanto. (2019). Dasar-Dasar Akutansi. Yogyakarta : ANDI.
- Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Narbuko, Cholid & Achamdi, Abu. (2015). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2017). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Kotler & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Geraldyn Tambajong. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Jurnal EMBA 1291 Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1291-1301 ISSN 2303-1174
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta : Andi Kotler & Amstrong. (2012). Principles Of Marketing. New Jersey : Prentice Hall
- Assauri. (2007). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Online). kbbi.kemdikbud.go.id/entri/analisis. Diakses 29 Juni 2022
- www.Covid19.go.id . Diakses 29 Juni 2022