

BAB IV

KESIMPULAN

Menjawab pertanyaan penelitian “Bagaimana upaya GrabFood dalam membantu bisnis UMKM Bidang Kuliner Kota Bandung di Era Revolusi Industri 4.0 Tahun 2017-2020”, penulis menemukan berbagai upaya GrabFood melalui strategi-strategi bisnis nya yang bertanggung jawab dan berdampak positif pada UMKM bidang kuliner Kota Bandung. Meninjau peran penting UMKM dalam perekonomian Indonesia, terbatasnya jumlah UMKM *go-digital* di era ini menjadi hambatan dalam peningkatan kemakmuran para pelaku UMKM serta pertumbuhan ekonomi negara. Berfokus pada era digital itu sendiri, pilar-pilar fundamental atau teknologi dari revolusi industri 4.0 seperti *internet of things* (IoT), *big data*, *artificial intelligence* (AI), *cloud computing* dan lainnya mengizinkan terjadinya disrupsi yang mendorong transformasi model bisnis. Perkembangan teknologi atau kemajuan digital ini menjadikan kreativitas sebagai nilai yang sangat berharga.

Grab dengan pemanfaatan teknologi nya yang bermula sebagai suatu *start up* hingga saat ini berhasil berekspansi menjadi perusahaan multinasional menandakan adanya pergeseran nilai komersial dan perolehan kemakmuran yang mengarah pada *crowd-based capitalism*. Teknologi memungkinkan Grab untuk berinovasi dalam memberikan solusi bagi permasalahan sosial. Adapun perusahaan ini sedari awal memiliki mimpi untuk meningkatkan kemajuan Asia Tenggara dengan berfokus pada kesejahteraan masyarakatnya. Sesuai dengan teori *sharing economy*, melalui kecerdasan perusahaan dalam memanfaatkan aset

yang sebelumnya kurang dimanfaatkan, Grab mampu menawarkan kegiatan usaha masa kini yang memberikan *win-win solution* bagi seluruh pemangku kepentingan.

Dalam menyediakan layanan jasa pesan antar makanan bagi pelanggan, GrabFood membangun sejumlah upaya yang ditujukan untuk membantu UMKM yang berperan penting terhadap perekonomian Indonesia. GrabFood memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis dan menambah penghasilan melalui jangkauan pasar yang lebih luas. Melewati berbagai fase, kerja sama antara GrabFood dan UMKM kuliner Bandung (salah satu kota kuliner terpopuler di Indonesia) hingga saat ini menunjukkan sinyal positif. Kegiatan usaha Grab dapat dinilai melalui fondasi dari teori *socially responsible business* (SRB) yang disebut dengan *triple bottom line*. Keberhasilan usaha Grab dari aspek *profit* dinilai dari pencapaian keuntungannya senilai US\$ 1 miliar pada tahun 2019. Sementara itu, dari aspek *people*, keberhasilan Grab tercermin dari keberadaannya yang memberikan segenap inspirasi bagi individu atau masyarakat tertentu dalam memulai bisnis kuliner, membuat banyak dari mitra usaha kuliner nya menambah jumlah tenaga kerja, dan membuat mitra nya mampu menambah cabang baru dari usaha nya. Terhadap mitra pengemudi, selaku pengantar pesanan pada layanan GrabFood, Grab membuka kesempatan kerja secara luas dengan iklim kerja yang humanis. Adapun terhadap pelanggan, Grab mengutamakan kenyamanan dan kemudahan untuk *user experience* yang lebih baik.

Upaya yang dilakukan GrabFood dalam membantu bisnis UMKM kuliner Kota Bandung di era revolusi industri 4.0 dari tahun 2017 hingga 2020 antara lain

pemberian *training* dan *workshops*, tiga buah aplikasi untuk mitra dan pelanggan GrabFood, layanannya selama situasi pandemi, serta kerja sama dengan pihak pemerintah. GrabFood memberikan peluang luas bagi pelaku usaha kuliner yang ingin bergabung bersama GrabFood. Setiap mitranya diberikan *training* hingga kesempatan untuk mendapatkan *account manager*. Adapun edukasi yang ditujukan dalam bentuk *workshops* dilakukan untuk meningkatkan kapabilitas UMKM kuliner Bandung dalam berbisnis secara digital dan membangun perencanaan bisnis yang tepat. Melalui teori SRB, dapat dipahami bahwa kegiatan usaha GrabFood berperan mengatasi permasalahan dan keterbatasan terkait keterampilan, teknologi, dan manajemen usaha yang banyak dialami UMKM di negara berkembang.

Beralih ke fasilitas aplikasi, teknologi revolusi industri 4.0 bermain peran begitu signifikan dalam aktivitas usaha GrabFood. *Internet of things* (IoT) beserta teknologi revolusi industri 4.0 lainnya yang didukung oleh jaringan internet memungkinkan Grab berinovasi dalam aplikasi cerdas untuk para pemangku kepentingannya. Aplikasi GrabMerchant yang dikhususkan untuk mitra usaha kuliner memberikan fasilitas bagi setiap pelaku usaha untuk mendaftar menjadi mitra GrabFood secara mandiri. Selain itu, aplikasi ini mampu melindungi informasi sensitif milik mitra. Fitur lainnya seperti penyediaan bahan baku yang dapat dibeli oleh mitra, pemasaran seperti pemasangan iklan dan promosi, serta fitur laporan bisnis ditujukan agar mitra mampu mencapai kemandirian usaha dan ketahanan daya saing. Pada mitra pengemudi melalui aplikasi GrabDriver dengan fitur *booking marathon* dan *heat map* mampu menghadirkan efisiensi dan

peningkatan pendapatan. Berkaitan dengan unit bisnis GrabFood, kehadiran fitur *booking marathon* dan *heat map* mampu mempertemukan banyaknya pesanan dari pelanggan GrabFood dengan lebih banyak mitra pengemudi. Dalam hal ini terciptalah komunitas saling terhubung, kepuasan pelanggan akan pelayanan jasa yang baik meningkatkan kesetiaannya dalam berbelanja produk kuliner di mitra GrabFood. Aplikasi terakhir yaitu Grab sebagai aplikasi konsumen. GrabFood memenangkan hati pelanggan melalui pendekatan *hyperlocal* serta *hyperpersonal* nya. Dengan kategori *nearby* pada aplikasi, pelanggan dipertemukan dengan UMKM kuliner terdekat dan dengan GrabKitchen pelanggan mampu menjangkau menu favorit tertentu dari mitra kuliner pada *cloud kitchen* terdekat. Terhadap pelanggan, GrabFood melakukan sistem *targeting* untuk iklan dan promosi yang sesuai dengan *customer behavior*. GrabSignature mampu mendorong GrabFood bersama para mitranya mengeksplorasi menu-menu yang sesuai dengan minat pelanggan. Adapun fitur-fitur lainnya adalah fitur ambil sendiri, pesanan terjadwal, *multi order*, pesan bareng teman yang berorientasi pada kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi. Grab dengan model bisnis SRB melalui pemanfaatan teknologi mampu mengintegrasikan kebutuhan setiap pemangku kepentingan sehingga mengarah pada aktivitas usaha yang berkelanjutan.

Inovasi GrabFood tidak berhenti sampai dengan berbagai layanan kegiatan usahanya yang dinilai sudah menjawab tantangan permasalahan UMKM kuliner. Di tengah situasi pandemi Covid-19, berbagai strategi baru diterapkan dalam rangka mempertahankan keamanan, keselamatan, dan kesejahteraan pra pemangku kepentingannya. Kepada mitra usaha kuliner, berbagai fasilitasi

keamanan diberikan termasuk anjuran dan edukasi untuk menerapkan standar-standar protokol kesehatan serta higienitas produk kuliner. Berbagai bantuan kesehatan juga diberikan kepada mitra pengemudi. Terakhir, demi keamanan dan keselamatan pelanggan maka GrabFood menyarankan pengantaran oleh mitra pengemudi dapat dilakukan tanpa kontak langsung dengan pelanggan. Sementara itu, pembayaran disarankan dilakukan secara *cashless* melalui OVO.

Bersama dengan pemerintah, GrabFood melakukan beberapa kerja sama untuk membantu UMKM kuliner Kota Bandung. Kerja sama dilakukan bersama Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jawa Barat (Disperindag Jabar), dan Dekranasda Kota Bandung untuk meningkatkan perkembangan bisnis UMKM kuliner di era digital. Pemerintah dalam hal ini menunjukkan perannya dalam mendukung Grab selaku agen perubahan yang mampu melaksanakan tanggung jawab sosial.

Dari berbagai upaya GrabFood yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa revolusi industri 4.0 merupakan salah satu kunci utama terwujudnya model bisnis GrabFood, kreativitas dalam pemanfaatan *underutilized assets* menciptakan *win-win solution* bagi GrabFood dan para pemangku kepentingannya. Grab menunjukkan posisi perusahaannya sebagai agen perubahan dari permasalahan sosial dengan menjalankan kegiatan usaha yang bertanggung jawab pada nilai keberlanjutan. Adapun pada tahun 2019 dilaporkan bahwa mitra kuliner GrabFood di Kota Bandung mengalami peningkatan pendapatan hingga 37% per bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER HUKUM

Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 348 Tahun 2019 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Penggunaan Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan dengan Aplikasi.

Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 118 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus.

Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat.

BUKU

Alp Ustundag, dan Emre Cevikan. *Industry 4.0: Managing The Digital Transformation*. Springer, 2017.

Buckley, Peter. *Local Players in Global Games*, 1989.

Dayu Pratyahara. *Revolusi Industri 4.0 Siap Menghadapi dan Menyambut Tantangan Revolusi Industri 4.0*. Pustaka Baru Press, 2020.

Endi Sarwoko, dan Christea Frisdiantara. "Growth Determinants of Small and Medium Enterprises

Henrique Schneider. *Creative Destruction and the Sharing Economy*. Edward Elgar Publishing, 2017.

- Jackson, Robert, dan Georg Sorensen. *Introduction to International Relations*. 5 ed. Oxford University Press Inc.
- John Elkington. *Cannibals with Forks*. Capstone, 1997.
- Joseph O. Chan. "An Architecture for Big Data Analytics." *Communications of the IIMA* 13, no. 2 (2013): 2–4.
- Klaus Schwab. *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum, 2016.
- Ovidiu Vermesan, dan Peter Friess. *Digitising the Industry Internet of Things Connecting the Physical, Digital and Virtual Worlds*. Vol. 49, 2016.
- Pinzaru, Florina, dan Alexandra Zbucea. "Mobile Applications : From Business To Local Implication." *End of Privacy & (Supra) Organizational Dynamics*.
- Stephany, Alex. *The Business of Sharing*. Palgrave Macmillan, 2015.
- Sudararajan. *The Sharing Economu*. MIT Press, 2016.
- Sugeng Hadiwinata, Bob. *Politik Bisnis Internasional*. Kanisius, 2002.

JURNAL

- "Grab and the Gig Economy: Strengthening Economic Resilience." *Centre for Strategic and International Studies*, Juni 2020, 12.
- "Making Indonesia 4.0." *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.
- "Socially Responsible Business." *UNITED NATIONS ESCAP*, 2017.
- "Supporting Specialised Skills Development: Big Data, Internet of Things and Cybersecurity for SMEs." European Commission, Maret 2019.
- "The Impact of Digital Platforms on Business Models: An Empirical Investigation on Innovative Start-Ups." *Sciendo* 13, no. 4 (t.t.).

- Amos O. Arowoshegbe dan Uniamikogbo Emmanuel. "Sustainability and Triple Bottom Line: An Overview of Two Interrelated Concepts." *Igbinedion University Journal of Accounting* 2 (Agustus 2016).
- Andreja Rojko. "Industry 4.0 Concept: Background and Overview" 11, no. 5 (2017): 77–81.
- Endi Sarwoko, dan Christea Frisdiantara. "Growth Determinants of Small and Medium Enterprises (SME)." *Universal Journal of Management* 4, no. 1.
- More Ickson Manda, dan Soumaya Ben Dhaou. "Responding to the Challenges and Opportunities in the 4th Industrial Revolution in Developing Countries." *Association for Computing Machinery*, 2019.
- Neagu, Cibela. "The Importance and Role of Small and Medium-Sized Business" XXIII (2016).
- Prapti, Rr. Lulus, dan Rahoyo. "Dampak Bisnis Kuliner Melalui GoFood Bagi Pertumbuhan Ekonomi di Kota Semarang,".
- Robert Ciborowski. "Innovation Systems in the Terms of Schumpeterian Creative Destruction." *Eureka: Social and Humanities*, no. 4 (2016): 30.
- Slamet Widodo. "Industri 4.0: Tantangan dan Penerapannya bagi Indonesia." *Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian DPR RI*, Mei 2018.

ARTIKEL BERITA

- "10 Tuntutan Demo Ojek dan Taksi 'Online' Grab Hari Ini." *CNN Indonesia*, diakses 1 Februari 2021.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181029131129-384-342258/10-tuntutan-demo-ojek-dan-taksi-online-grab-hari-ini>.

“16. Grab.” *CNBC*, diakses 28 Desember 2020.

<https://www.cnb.com/2020/06/16/grab-disruptor-50.html>.

“3 Keunggulan Belanja di GrabMart yang Kini Hadir di 8 Negara.” *CNN Indonesia*, diakses 22 Desember 2020.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200604183604-190-509989/3-keunggulan-belanja-di-grabmart-yang-kini-hadir-di-8-negara>.

“4 Fitur Baru GrabFood, Pesan Makan Lebih Praktis dan Hemat.” *CNN Indonesia*, diakses 4 Januari 2021.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200320114257-190-485277/4-fitur-baru-grabfood-pesan-makan-lebih-praktis-dan-hemat>.

“Ini Cara Grab Ajarkan Manajemen Keuangan untuk Mitra GrabFood.” *CNBC Indonesia*, diakses 4 Januari 2021.

<https://www.cnbindonesia.com/tech/20200715202752-37-173059/ini-cara-grab-ajarkan-manajemen-keuangan-untuk-mitra-grabfood>.

“Ini Kuliner Bandung Paling Diburu Wisatawan.” *Tempo.co*. Diakses 20 Februari 2020. <https://nasional.tempo.co/read/1093410/ini-kuliner-bandung-paling-diburu-wisatawan/full&view=ok>.

“Pengertian Startup Adalah, Sejarah Singkat dan Karakteristiknya.”

Liputan6.com, 21 Februari 2020.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3867489/pengertian-startup-adalah-sejarah-singkat-dan-karakteristiknya#>.

“Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia.” Diakses 20 Februari 2020.

<https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>.

“Tiga Hal yang Buat UMKM Tahan Krisis.” *Kompas.com*. Diakses 20 Februari 2020.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2012/03/28/11093274/Tiga.Hal.yang.Buat.UMKM.Tahan.Krisis>.

Aditya Panji. “Anthony Tan, Pendiri Grab yang Mendukung dan Menggoyang Taksi.” *CNN Indonesia*, diakses 22 Desember 2020.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160314152202-185-117313/anthony-tan-pendiri-grab-yang-mendukung-dan-menggoyang-taksi>.

Agustinus Mario Damar. “Grab Luncurkan 2 Inisiatif untuk Asia Tenggara Lewat Grab for Good.” *Liputan 6*, diakses 29 Desember 2020.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4070434/grab-luncurkan-2-inisiatif-untuk-asia-tenggara-lewat-grab-for-good>.

Agustinus Mario Damar. “Misi Grab Bawa Kebaikan untuk Asia Tenggara Lewat Teknologi.” *Liputan 6*, diakses 29 Desember 2020.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4070340/misi-grab-bawa-kebaikan-untuk-asia-tenggara-lewat-teknologi>.

Ahmad Febrian. “Tarif Baru Berlaku, Mitra Grab Mengaku Pendapatan Meningkat 20%-30%.” *Kontan*, diakses 1 Februari 2021.

<https://industri.kontan.co.id/news/tarif-baru-berlaku-mitra-grab-mengaku-pendapatan-meningkat-20-30>.

Alek Kurniawan. “GrabMerchant Resmi Meluncur, Berikut Fitur-Fitur yang Bisa Dimanfaatkan UMKM.” *Kompas.com*, diakses 4 Januari 2021.
<https://money.kompas.com/read/2020/06/11/155758126/grabmerchant-resmi-meluncur-berikut-fitur-fitur-yang-bisa-dimanfaatkan-umkm?page=all>.

Angling Adhitya Purbaya. “Masalah UMKM di RI: Minim Melek Teknologi hingga Sulit Akses Modal.” *detikFinance*, diakses 2 Januari 2021.
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4464791/masalah-umkm-di-ri-minim-melek-teknologi-hingga-sulit-akses-modal>.

Arum Sutrisni Putri. “Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia.” *Kompas.com*, diakses 2 Januari 2021.
<https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>.

Bernard Marr. “10 Business Functions that are Ready to Use Artificial Intelligence.” *Forbes*, diakses 2 Februari 2021.
<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/03/30/10-business-functions-that-are-ready-to-use-artificial-intelligence/?sh=2be0b9a13068>.

Bernhart Farras. “Mengenal Artificial Intelligence dan Cara Kerjanya.” *CNBC Indonesia*, diakses 22 Oktober 2020.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190513130056-37-72069/mengenal-artificial-intelligence-dan-cara-kerjanya>.

Cahya Dicky Pratama. “Masalah Sosial: Definisi dan Faktor Penyebabnya.” *Kompas.com*, diakses 2 Januari 2021.

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/24/171602269/masalah-sosial-definisi-dan-faktor-penyebabnya>.

Cahyu. “Kisah Perjalanan Grab dari Lahir Hingga jadi Decacorn.” *Liputan6.com*, diakses 22 Desember 2020.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3912922/kisah-perjalanan-grab-dari-lahir-hingga-jadi-decacorn>.

Dadang Sugianto. “Curhatan Menkominfo saat Didemo karena Go-Jek dan Grab.” *Detikfinance*, diakses 29 Desember 2020.

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4277110/curhatan-menkominfo-saat-didemo-karena-go-jek-dan-grab>.

Desy Setyowati. “Riset: Grab Pimpin Pasar Transportasi Online di Indonesia dan Vietnam.” *Katadata.co.id*, diakses 29 Desember 2020.

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4e6d6521f/riset-grab-pimpin-pasar-transportasi-online-di-indonesia-dan-vietnam#:~:text=Perusahaan%20riset%20asal%20Inggris%2C%20ABI,online%20di%20Indonesia%20dan%20Vietnam.&text=Pangsa%20pasar%20Grab%20di%20Indonesia,masing%2064%25%20dan%2074%25>.

Donald Banjarnahor. “Tembus Decacorn, Inilah Milestone Pendanaan Grab.” *CNBC Indonesia*, diakses 22 Desember 2020.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190228190739-37-58252/tembus-decacorn-inilah-milestone-pendanaan-grab>.

Eduardo Simorangkir. “Cerita Grab Masuk di Bisnis Transportasi Manfaatkan Teknologi Digital.” *detikFinance*, diakses 30 Desember 2020.

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3365450/cerita-grab-masuk-di-bisnis-transportasi-manfaatkan-teknologi-digital>.

Evalisa. “Grab Sosialisasikan Penerapan PM 118/2018 ke Mitra Pengemudi.”

Antara News Sumut, diakses 1 Februari 2021.

<https://sumut.antaranews.com/berita/264672/grab-sosialisasikan-penerapan-pm-118-2018-ke-mitra-pengemudi>.

Ilker Koksak. “Data Driven Decision Making Fueling Big Data Adoption.” *Forbes*,

diakses 22 Oktober 2020.

<https://www.forbes.com/sites/ilkerkoksak/2019/08/16/data-driven-decision-making-fueling-big-data-adoption/?sh=7d9e4fffd3a2>.

Indra Kurniawan. “HUT ke-210 Kota Bandung, Grab Ajak UMKM Lokal

Berdigitalisasi Lewat Program Spesial ‘BRAGA.’” *Pikiran Rakyat FM*

News, diakses 5 Januari 2021. [https://prfmnews.pikiran-](https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/amp/pr-13787289/hut-ke-210-kota-bandung-grab-ajak-umkm-lokal-berdigitalisasi-lewat-program-spesial-braga)

[rakyat.com/bandung-raya/amp/pr-13787289/hut-ke-210-kota-bandung-grab-ajak-umkm-lokal-berdigitalisasi-lewat-program-spesial-braga](https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/amp/pr-13787289/hut-ke-210-kota-bandung-grab-ajak-umkm-lokal-berdigitalisasi-lewat-program-spesial-braga).

Jeko. I. R. “Rajai Asia Tenggara, Ini 8 Negara Grab Beroperasi Hingga Jadi

Decacorn.” *Liputan 6*, diakses 28 Desember 2020.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906771/rajai-asia-tenggara-ini-8-negara-grab-beroperasi-hingga-jadi-decacorn>.

Jordan Novet. “Everyone Keeps Talking About A.I.-Here’s What It Really is and

Why It’s So Hot Now.” *CNBC*, diakses 22 Oktober 2020.

<https://www.cnbc.com/2017/06/17/what-is-artificial-intelligence.html>.

Marius Mihalec. “Five Reasons More Businesses are Choosing Cloud.” *Forbes*,
2 Februari 2021.

<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/10/14/five-reasons-more-businesses-are-choosing-cloud/?sh=135f416733d9>.

Naufal Al Rahman. “10 Makanan Khas Bandung yang Paling Populer dan Enak.” *IDN Times*, diakses 2 Februari 2021.

<https://www.idntimes.com/food/dining-guide/naufal-al-rahman-1/makanan-khas-bandung-yang-paling-populer/10>.

Nurcholis Maarif. “Grab Bantu UMKM Jabar Saat Pandemi dengan Program #TerusUsaha.” *Detik.com*, diakses 5 Januari 2021.

<https://inet.detik.com/business/d-5122803/grab-bantu-umkm-jabar-saat-pandemi-dengan-program-terususaha>.

Rehia Sebayang. “2 Perusahaan Asia ini Merevolusi Gaya Hidup Masyarakat Dunia.” *CNBC Indonesia*. Diakses 20 Februari 2020.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190221155233-37-56922/2-perusahaan-asia-ini-merevolusi-gaya-hidup-masyarakat-dunia>.

Roy Franedy. “Nilai Internet ASEAN Bakal Tembus Rp 3.528 T, Terbesar di RI.” *CNBC Indonesia*, diakses 30 Desember 2020.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20181119150538-37-42826/nilai-internet-asean-bakal-tembus-rp-3528-t-terbesar-di-ri>.

Rully R. Ramli. “CSIS : Kontribusi Grab ke Ekonomi Nasional Rp 77 Triliun.” *Kompas.com*, diakses 29 Desember 2020.

<https://money.kompas.com/read/2020/06/25/140536826/csis-kontribusi>

Sri Anindiati Nursastri. “Bandung, Kota Favorit Wisata Kuliner di Indonesia.” *detikTravel*, diakses 30 Desember 2020. <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-2495847/bandung-kota-favorit-wisata-kuliner-di-indonesia>.

Virdita Rizki Ratriani. “Ingin Pesan Makanan tetapi Takut Covid-19? Simak Cara Grab Tingkatkan Keamanan Pesan Antar.” *Kompas.com*, diakses 5 Januari 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/28/150000765/ingin-pesan-makanan-tetapi-takut-covid-19-simak-cara-grab-tingkatkan?page=all>.

Yakob Arifin Tyas Sasongko. “Lanjut, Grab Luncurkan Program #Terus Usaha di Jawa Barat.” *Kompas.com*, diakses 3 Januari 2021. <https://money.kompas.com/read/2020/08/06/165030126/lanjut-grab-luncurkan-program-terususaha-di-jawa-barat?page=all>.

Yuni Astutik. “Jangan Kaget! Di Beberapa Bisnis, Grab Sudah Cetak Laba.” *CNBC Indonesia*, diakses 2 Januari 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190305175627-37-59056/jangan-kaget-di-beberapa-bisnis-grab-sudah-cetak-laba>.

SITUS WEB

“Brand Story.” Diakses 21 Februari 2020. <https://www.grab.com/sg/brand-story/>.

“Grab Perkenalkan Strategi Platform Terbuka Untuk Ciptakan ‘Everyday Superapp’ Pertama di Asia Tenggara.” Diakses 21 Februari 2020. <https://www.grab.com/id/press/business/grab-perkenalkan-strategi-platform-terbuka-untuk-ciptakan-everyday-superapp-pertama-di-asia-tenggara/>.

“Grab Research: Grab’s Role in Unlocking Indonesia’s Informal Economy in 2018,” Diakses 20 Februari 2020. <https://tenggara.id/research/Grab-Research-Grabs-Role-in-Unlocking-Indonesias-Informal-Economy-in-2018>.

Berita Website Resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat. “UMKM Didorong Go Digital,” diakses 2 Januari 2021. <https://jabarprov.go.id/index.php/news/38843/2020/08/15/UMKM-Didorong-Go-Digital>.

Grab Press Centre. “Grab Luncurkan Empat Fitur Baru untuk Mengubah Pengalaman Kulinermu,” diakses 4 Januari 2021. <https://www.grab.com/id/press/others/grabfood-luncurkan-empat-fitur-baru-untuk-mengubah-pengalaman-kulinermu/#:~:text=Dirancang%20untuk%20menghemat%20waktu%2C%20fitur,poin%20GrabRewards%20untuk%20setiap%20transaksi>.

Grab Press Centre. “Grab Perkenalkan GrabMerchant, Dorong Transformasi Digital & Geliat UMKM di Era New Normal,” diakses 4 Januari 2021. <https://www.grab.com/id/press/tech-product/grab-perkenalkan-grabmerchant/>.

Grab Press Centre. “Grab Tetapkan Pemanfaatan Teknologi untuk Kebaikan di Asia Tenggara sebagai misi 2025,” diakses 29 Desember 2020. <https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/grab-tetapkan-pemanfaatan-teknologi-untuk-kebaikan-di-asia-tenggara-sebagai-misi-2025/>.

- Grab Press Centre. “GrabFood Rayakan Pencapaian Pertumbuhannya dengan Peluncuran GrabFood Signature di Indonesia,” diakses 30 Desember 2020. <https://www.grab.com/id/press/business/grabfood-rayakan-pencapaian-pertumbuhannya-dengan-peluncuran-grabfood-signature-di-indonesia/>.
- Grab. “Apa itu GrabExpress,” diakses 22 Desember 2020. <https://help.grab.com/driver/id-id/360001612367>.
- Grab. “Apakah Aman Memesan Makanan dari GrabFood,” diakses 3 Januari 2021. <https://help.grab.com/passenger/id-id/900002131086-Apakah-aman-memesan-makanan-dari-GrabFood>.
- Grab. “Bagaimana Cara Menggunakan Ad Manager,” diakses 7 Januari 2021. <https://help.grab.com/merchant/id-id/360044166471-Bagaimana-cara-menggunakan-Ad-Manager>.
- Grab. “Bersama Kita Hadapi Covid-19,” diakses 5 Januari 2021. <https://www.grab.com/id/safety/covid-19/>.
- Grab. “Cerita Grab,” diakses 29 Desember 2020. <https://www.grab.com/id/brand-story/>.
- Grab. “Fitur Heat Map untuk Orderan yang Lebih Banyak,” diakses 4 Januari 2021. <https://help.grab.com/driver/id-id/115013798968-Fitur-Heat-Map-untuk-orderan-yang-lebih-banyak>.
- Grab. “GrabBike - Terima Order Otomatis Sebelum Selesai Trip (Booking Marathon),” diakses 4 Januari 2021. [https://help.grab.com/driver/id-id/360033381871-GrabBike-Terima-orderan-otomatis-sebelum-selesai-trip-\(Booking-Marathon\)](https://help.grab.com/driver/id-id/360033381871-GrabBike-Terima-orderan-otomatis-sebelum-selesai-trip-(Booking-Marathon)).

- Grab. "GRABBIKE INDONESIA - Versi Terbaru Peta Area Ramai," diakses 6 Januari 2021. <https://www.grab.com/id/blog/driver/bike/grabbike-indonesia-versi-terbaru-peta-area-ramai-heatmap/>.
- Grab. "GrabFood Talks Mengunjungi Kota Bandung Lagi?," diakses 4 Januari 2021. <https://help.grab.com/merchant/id-id/360043394772-GrabFood-Talks-Mengunjungi-Kota-Bandung-Lagi>.
- Grab. "GrabFood," diakses 30 Desember 2020. <https://www.grab.com/id/food/>.
- Grab. "GrabKios," diakses 22 Desember 2020. <https://www.grab.com/id/kios/>.
- Grab. "Groceries," diakses 22 Desember 2020. <https://www.grab.com/id/groceries/>.
- Grab. "Ini Dia Jagoan Resto GrabFood Bandung," diakses 2 Februari 2021. <https://www.grab.com/id/merchant-blog/grabfood-bandung-winners/>.
- Grab. "Rekomendasi Makanan dari GrabFood di Bandung Biar Kamu Gak Bosen!," diakses 2 Februari 2021. <https://www.grab.com/id/food-blog/restoranrekomendasi/>.
- Grab. "Tanggapan Grab terhadap Demo Mitra," diakses 2 Februari 2021. <https://www.grab.com/id/blog/tanggapan-resmi-grab-atas-aksi-unjuk-rasa-mitra-pengemudi-29-oktober-2018/>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). "Revolusi," diakses 4 November 2020. <https://kbbi.web.id/revolusi>.
- Sas. "Kecerdasan Buatan/Artificial Intelligence Apa itu dan Mengapa Hal itu Penting," diakses 22 Oktober 2020.

https://www.sas.com/id_id/insights/analytics/what-is-artificial-intelligence.html.

Sinta Agustina. “Peran Pemerintah Dalam Revolusi Industri 4.0.” Inspektorat Jenderal, diakses 20 Oktober 2020. <https://kkp.go.id/itjen/page/1724-peran-pemerintah-dalam-revolusi-industri-4-0>.

UKM Indonesia. “Penggunaan Teknologi, Bisa Meningkatkan Pendapatan UMKM 23-80%.” Diakses 20 Februari 2020. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/243>.

UKM Indonesia. “Potret UMKM Indonesia : Si Kecil yang Berperan Besar.” Diakses 20 Februari 2020. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>.

LAMPIRAN

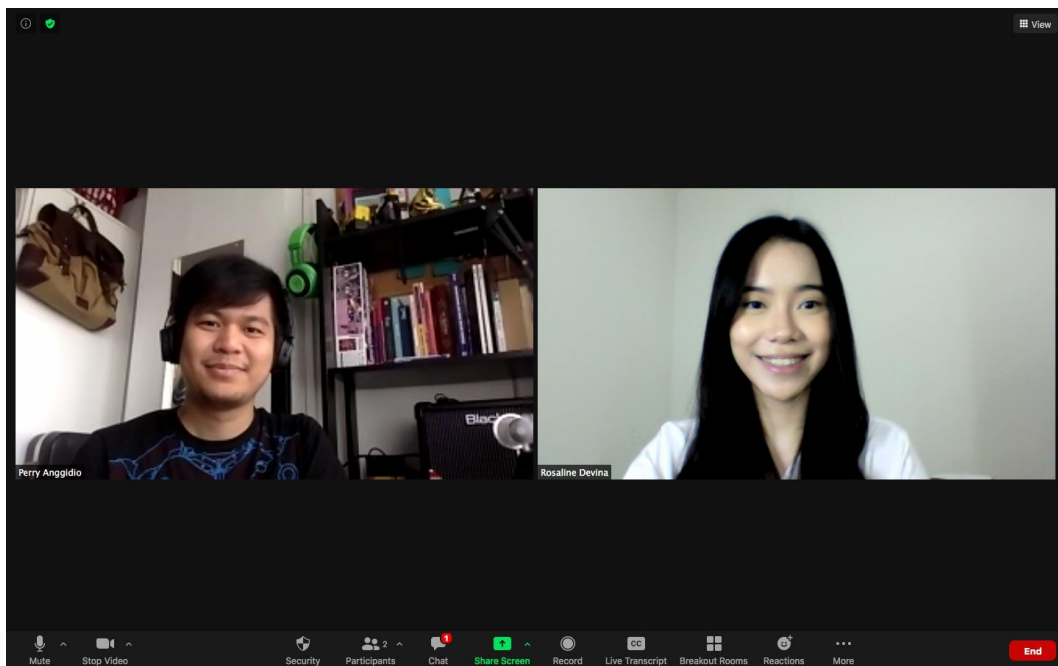
Pedoman Wawancara

Narasumber : Perry Anggidio, *General Manager* GrabFood Bandung

Hari/Tanggal : Kamis, 3 Desember 2020

Waktu : 12.00-13.00

Tempat : Wawancara melalui *Zoom meeting*



Daftar pertanyaan wawancara :

1. Bagaimana pendekatan dan promosi yang dilakukan untuk mengajak para *merchant* atau UMKM kuliner Kota Bandung untuk bekerja sama dengan GrabFood?
2. Hingga saat ini, ada berapa banyak UMKM kuliner di Bandung telah bergabung bekerja sama dengan Grab?

3. Sejak tahun 2016 hingga saat ini, apakah terjadi pertumbuhan atau *progress* dari jumlah UMKM Kota Bandung yang bergabung setiap tahunnya?
Jika iya, seberapa besar?
4. Apa saja syarat bergabung bagi UMKM kuliner Kota Bandung yang ingin bekerja sama dengan GrabFood?
5. Bagaimana *training*, pengajaran, dan pendekatan yang dilakukan kepada UMKM kuliner Kota Bandung yang belum melek atau terbiasa dengan teknologi dan digitalisasi namun ingin bergabung bersama GrabFood?
6. Sejak GrabFood didirikan hingga saat ini, program-program dan layanan apa saja yang telah diberikan untuk membantu UMKM kuliner Kota Bandung?
7. Apakah ada *treatment* khusus yang diberikan kepada *top merchant* UMKM Kota Bandung?
Apakah ada *treatment* khusus yang diberikan kepada UMKM Kota Bandung yang dinilai potensial untuk berkembang?
8. Bagaimana GrabFood menilai dan mengukur keberhasilan atau potensi yang dimiliki UMKM kuliner Kota Bandung?
9. Syarat-syarat apa saja yang perlu dicapai UMKM Kuliner Kota Bandung untuk mendapatkan program, fasilitas, atau *treatment* terbaik dalam kerja sama dengan GrabFood?
10. Bagaimana sistem bagi hasil yang dilakukan antara GrabFood dan UMKM kuliner Kota Bandung?

11. Apakah terjadi peningkatan penjualan dan pendapatan secara signifikan dari UMKM kuliner Kota Bandung setelah bergabung dengan GrabFood?
Jika iya, seberapa besar?
12. Bagaimana strategi GrabFood membuat konsumen lebih memilih layanannya dibanding layanan jasa pesan antar makanan dari perusahaan berbasis teknologi lainnya?
13. Bagaimana GrabFood beradaptasi dan program baru apa saja yang diberikan pada UMKM kuliner Kota Bandung di masa pandemi?
14. Bagaimana GrabFood menjalankan dan mendukung para *merchant* UMKM kuliner Kota Bandung untuk menjaga standar kebersihan dan keamanan makanan di masa pandemi?
15. Bagaimana GrabFood merespon pelonjakan drastis jumlah UMKM kuliner Kota Bandung yang ingin bergabung dengan GrabFood?
16. Apa saja teknologi yang digunakan GrabFood dalam membantu UMKM kuliner Kota Bandung?
17. Apa saja metode dan *platform* yang GrabFood gunakan untuk mengumpulkan data konsumen atau masyarakat luas untuk pengambilan keputusan berikutnya?
18. Cara yang paling efektif bagi GrabFood dalam menyerap data atau informasi digital konsumen dan mengolahnya sehingga dijadikan referensi bagi pelanggan di masa depan?
19. Bagaimana proses GrabFood mengolah data konsumen atau masyarakat sehingga menghasilkan kesimpulan dan keputusan? (Pengolahan data yang

didapatkan dari aplikasi Grab sendiri hingga data eksternal yang digali untuk mengetahui *trend* dan ketertarikan masyarakat)

20. Apa *platform* digital yang paling efektif untuk menjangkau konsumen atau masyarakat? (Misalnya Google Ads, Youtube, Instagram, *Website*, dan lain-lain)
21. Bagaimana GrabFood menjaga keamanan aplikasi termasuk data dari *merchant* dan konsumen?
22. Bagaimana *Artificial Intelligence* (AI) pada perusahaan GrabFood bekerja dan tipe AI seperti apa yang GrabFood gunakan?
23. Bagaimana cara GrabFood mengoptimisasi *Search Engine Optimizer* (SEO) atau *Search Engine Marketing* (SEM) sehingga *website* dari GrabFood dapat tampil pada posisi atas pada hasil pencarian?
24. Bagaimana strategi dan perlakuan GrabFood dalam memberikan kode promo atau *discount voucher* kepada para konsumen?
25. Bagaimana GrabFood menggunakan *Real Time Location System* sehingga secara akurat dan *real time* GrabFood dapat mempertemukan konsumen dengan *driver* jarak terdekat?
26. Apa tujuan kerja sama Grab dengan OVO sebagai layanan pembayaran dompet digital nya?
27. Mengapa Grab lebih memilih OVO sebagai layanan pembayaran dompet digital nya dibandingkan dengan membuat layanan pembayaran digital mandiri?