

ABSTRAK

Strategi Rasional merupakan salah satu upaya pelaku UMKM kuliner memanfaatkan potensi konsumen dalam suatu daerah. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi UMKM Kuliner Ayam Geprek dalam meningkatkan penjualan hasil olahan ayam geprek di Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya yang bekerjasama dengan jasa pengantaran dan transportasi berbasis *online* di Surabaya yaitu GOJEK melalui layanan mitra *Go Food*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menekankan pada *quality* atau hal yang terpenting dibalik sebuah kejadian atau fenomena yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan ilmu pengetahuan. Teori yang digunakan adalah teori ekonomi rasional oleh Popkin yang beranggapan bahwa manusia adalah *homoeconomicus* atau pelaku yang rasional, yang selalu melakukan perhitungan yang terus-menerus, memperhitungkan situasi yang dia hadapi dapat meningkatkan kehidupan kesejahteraannya atau paling tidak mempertahankan tingkat kehidupan yang tengah dinikmatinya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM Ayam Geprek diantaranya pemasaran, modal usaha, sarana dan prasarana. Oleh karena itu pelaku UMKM kuliner ayam geprek menerapkan strategi rasional dalam mengatasi kendala tersebut, melalui strategi mengatasi modal, pelayanan, penjualan, pengadaan barang, ketenagakerjaan dan pemasaran. Perubahan yang dapat dirasakan oleh pelaku UMKM kuliner Ayam Geprek yaitu meningkatnya penjualan, sebelum bergabung sebagai mitra *Go Food* penjualan stagnan dan tidak mengalami perubahan yang drastis, setelah kerjasama dengan GOJEK dengan layanan *Go Food* pemasaran lebih luas tidak hanya konsumen di sekitar usaha tetapi masyarakat luas bisa mengetahuinya. Sehingga pelaku UMKM ayam geprek lebih sejahtera dengan bergabung layanan mitra *Go Food*.

Kata Kunci: Layanan Go Food, Strategi Rasional, UMKM Ayam Geprek

ABSTRACT

Rational Strategy is an effort to support culinary MSMEs utilizing the potential of consumers in a region. The focus of this study was to study the strategy of Geprek Chicken Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) in increasing sales of processed chicken geprek products in Gubeng District, Surabaya, which are looking for online delivery and transportation services in Surabaya, namely GOJEK through Go Food services. Research uses qualitative methods that emphasize the quality or important things behind an event or phenomenon that can be used as valuable lessons for the development of science. The theory used is Popkin who assumes that man is homoeconomicus or who supports thinking, who always performs continuous calculations, the renewal he faces can improve the lives of his welfare or at least improve the lives of the people he is enjoying. The results of the research that prove that there are some contradictions made by MSMEs Geprek chickens that pass marketing, business capital, facilities and infrastructures. Therefore issued a strategy to overcome these challenges, through strategies to overcome capital, service, sales, procurement, employment and marketing. Changes that can be accepted by culinary MSME actors Geprek Chicken is a supporter of sales, before joining as a Go Food partner the sales were stagnant and could not change drastic changes, after working with GOJEK with more Go Food marketing services not only consumers. Helping MSME entrepreneurs chicken geprek to be more prosperous in collaboration with GOJEK through the Go Food service.

Keywords: Go Food Service, Rational Theory, Geprek Chicken MSMEs