

ABSTRAK

Usaha kuliner tradisional seperti Getuk Goreng Haji Tohirin menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi dan kredibilitas di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi diterapkan oleh Getuk Goreng Haji Tohirin untuk menjaga kepercayaan konsumen, mempertahankan kualitas, serta tetap relevan di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang digunakan dalam membangun keterpercayaan, mencerminkan keahlian, dan menyampaikan daya tarik produk kepada konsumen modern. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, serta menggunakan teori *Source Credibility* sebagai landasan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan mencakup kombinasi antara pewarisan nilai-nilai tradisional dan adaptasi terhadap media digital. Tiga aspek utama yang ditemukan meliputi: pertama, keahlian yang ditunjukkan melalui konsistensi cita rasa, penggunaan bahan baku berkualitas, dan kemasan tradisional; kedua, keterpercayaan yang dibangun lewat pelayanan ramah, komunikasi interpersonal, dan testimoni konsumen; serta ketiga, daya tarik produk yang diperkuat melalui narasi sejarah, identitas lokal, dan kehadiran aktif di media sosial dan *e commerce*. Strategi ini terbukti mampu menjaga kredibilitas merek di tengah perubahan tren konsumsi dan dominasi produk makanan modern.

Kata kunci: Strategi UD. Haji Tohirin, Kredibilitas Merek, Getuk Goreng, Kuliner Tradisional, *Source Credibility*

ABSTRACT

Traditional culinary businesses, such as Getuk Goreng Haji Tohirin, face significant challenges in maintaining their existence and credibility amid increasing competition. The research question examines the strategies employed by Getuk Goreng Haji Tohirin to maintain consumer trust, ensure quality, and remain relevant in the digital era. This study aims to identify and analyze the strategies employed to build confidence, reflect expertise, and convey product appeal to modern consumers. The method used is a descriptive, qualitative approach, utilizing data collection techniques that include observation, in-depth interviews, and documentation, with Source Credibility theory serving as the basis for analysis. The results indicate that the strategies employed include a combination of inheriting traditional values and adapting to digital media. Three key aspects identified include: first, expertise demonstrated through consistent taste, the use of quality ingredients, and traditional packaging; second, trustworthiness built through friendly service, interpersonal communication, and consumer testimonials; and third, product appeal strengthened through historical narratives, local identity, and an active presence on social media and e-commerce. This strategy has proven effective in maintaining brand credibility amidst changing consumption trends and the dominance of modern food products.

Keywords: UD.Haji Tohirin Strategy, Brand Credibility, Fried Getuk, Traditional Culinary, Source Credibility