

## PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN OMSET RESTORAN PADANG SEDERHANA JAKARTA PUSAT SELAMA PANDEMI COVID-19

### *THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN INCREASING THE REVENUE OF SEDERHANA PADANG RESTAURANT CENTRAL JAKARTA DURING COVID-19 PANDEMIC*

Devika Saraswati<sup>1</sup>, Nurlena<sup>2</sup>, Edwin Baharta.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Telkom, Bandung

Devikaasaras@students.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup> Nurlena@tass.telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>,  
Edwinbaharta@tass.telkomuniversity.ac.id<sup>3</sup>

---

#### Abstrak

Penelitian ini membahas tentang peranan media sosial yang memiliki keunggulan tersendiri dalam penyebaran informasinya yang cepat. Dikala pandemi Covid-19 banyak pemilik usaha yang harus mengalami kerugian karena menurunnya daya beli. Salah satunya terjadi pada Restoran Padang Sederhana (SA) Jakarta Pusat. Masakan padang memang memiliki penggemar dari berbagai kalangan, dari sekian banyaknya restoran padang, tentunya memiliki ciri khas masing-masing dalam penyajiannya. Namun, sangat disayangkan karena adanya pandemi Covid-19, membuat omset harus menurun. Omset yang menurun, membuat pemilik restoran harus berpikir lebih keras karena mengingat operasional restoran harus tetap berjalan. Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap pengaruh media sosial, dan dampak yang terjadi apabila menggunakan pemasaran melalui media sosial, khususnya dalam dunia *digital marketing*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melakukan observasi beserta wawancara dengan narasumber.

**Kata kunci :** Pandemi Covid-19, Restoran Padang, *Digital Marketing*

---

#### *Abstract*

*This reserach discusses about the role of social media which has its own advantages in the rapid dissemination of information. During the Covid-19 pandemic, many business owners had to suffer losses due to decreased purchasing power. One of them happened at the Padang Restaurant Sederhana in Central Jakarta. Padang Restaurant does have fans from various circles. From the many padang restaurant , of course, have their own characteristic in their presentation. However, it is very unfortunate that because of the Covid-19 Pandemic, the turnover at the Padang Restaurant Sederhana in Central Jakarta must decrease. Decreased turnover, making restaurant owners have to think harder because considering restaurant operation must continue to run. In this research, the authors conducted research on the influence of sosial media and the impact that occuers when using sosial media marketing. Especially in the world of Digital Marketing. This research, the authors use qualitative descriptif methods and conducted observations and interviews with sources.*

**Keywords :** *Pandemic Covid-19, Padang Restaurant, Digital Marketing*

---

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

pada tahun 2020 Negara Indonesia sedang di uji dengan adanya Covid-19. Tidak hanya itu saja, tetapi di seluruh dunia pun ikut merasakan dampak dari Covid-19. Dalam 2 bulan di awal Covid-19 memasuki Negara Indonesia, penyebarannya terasa begitu cepat. Selain dampak yang terjadi pada kesehatan, ternyata Covid-19 memiliki dampak yang besar bagi roda perekonomian di Negara Indonesia. Mulai dari sektor pariwisata yang harus terhenti, pasar keuangan dan perdagangan. Karena melonjaknya kasus Covid-19, pemerintah setempat pun melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Sejak diberlakukannya PSSB, maka mulai saat itulah ditetapkan adanya WFH (Work From Home), yang artinya banyak usaha yang sepi kedatangan penggalan, hingga ada punya yang harus gulung tikar karena omset yang di dapatkan tidak sesuai dengan pengeluaran.

DKI Jakarta yang memang menjadi Ibukota Indonesia, tentunya seluruh pusat perusahaan berada di Kota Metropolitan tersebut. Dan DKI Jakarta juga menjadi pusat terinfeksi Covid-19 mulai April 2020. Tidak heran jika dengan adanya PSSB yang dilakukan di DKI Jakarta membuat perdagangan menjadi lesu karena daya beli yang menurun. Salah satunya dialami oleh Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat. Restoran Padang yang memiliki cabang *franchise* yang berada di beberapa kota di Indonesia pun ikut merasakan dampak dari pandemi.

Menurut Bapak Hermawan selaku narasumber yang merupakan kepala staff di Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat, bahwa selama masa pandemi omset yang dalam 1 hari bisa mencapai Rp.40.000.000,00 saat terjadi pandemi omset yang di dapatkan menurun drastis hingga 80%. Hal ini tentu membuat *owner* harus mencari cara agar operasional restoran bisa terus berjalan, ditambah lagi dengan memiliki karyawan sebanyak 24 orang, yang membuat *owner* tidak bisa lepas tangan begitu saja.

Tetapi dalam setiap masalah tentu selalu ada solusinya. Di era *modern* saat ini, banyak metode yang dapat digunakan untuk memasarkan suatu produk atau barang, contohnya adalah melalui media sosial yang memiliki peranan besar dalam dunia digital di era modern seperti ini. Penggunaan media sosial yang bijak dapat membantu *owner* Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat untuk memasarkan restorannya dan bergabung

dalam *e-commerce* yang dapat memudahkan pelanggan memesan melalui aplikasi tanpa harus keluar rumah, sesuai yang dianjurkan oleh Satgas Covid-19.

Dari kutipan permasalahan ini, penulis mengambil kesimpulan bahwa Covid-19 yang menyebar di Indonesia, bahkan menyebar ke seluruh penjuru dunia merupakan virus mematikan yang tidak hanya membahayakan pasien positif Covid-19 saja, tetapi juga ikut membahayakan keberlangsungan hidup masyarakat, banyak hal yang perlu ditunda dengan adanya Covid-19 dan masyarakat juga dihibau untuk mengikuti aturan protokol yang telah ditetapkan oleh pemerintahan Indonesia. Penulis berharap penelitian ini dapat membantu para pemilik rumah makan atau restoran khususnya ditujukan kepada Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat untuk sebagai referensi dalam menyelesaikan masalah omset yang menurun. Oleh sebab itu penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul "Peranan Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Restoran Padang Sederhana Jakarta Pusat selama Pandemi Covid-19", agar banyak pembaca yang mengetahui sisi positif dari penggunaan media sosial dalam melakukan pemasaran melalui *digital marketing*.

## II. KAJIAN PUSTAKA

### Restoran

Menurut Barrows (2012) dalam Salsasita (2020) restoran berasal dari Bahasa Prancis yaitu *restaurer* yang artinya *restores of energy* atau pengembalian energi. Sedangkan menurut K.Hayes (2004) dalam Salsasita (2020) restoran adalah suatu layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang basis utamanya termasuk didalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu dan tamu dalam kelompok kecil. Dari 2 teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa restoran merupakan tempat yang di *design* khusus untuk pelanggan makan dan minum dengan tujuan untuk pengembalian energi setelah beraktivitas.

Menurut Marsum dalam (2015) dalam Salsasita (2020) terdapat 7 klasifikasi restoran, diantaranya adalah :

1. A La Carte Restaurant

2. Table D'Hote Restaurant
3. Cafeteria / Cafe
4. Inn Tavern
5. Snack Bar / Milk Bar
6. Speciality Restaurant

### Restoran Padang

Menurut Alfian (2013) di saat banyak orang lain yang berlomba membangun *food service modern*, namun restoran padang tetap menjadi unggulan dalam *food service traditional*. Masakan padang memang menjadi ciri khas dibandingkan masakan daerah lainnya. Dengan harga yang standard dan juga porsi nasi yang banyak, membuat masakan padang menjadi pilihan banyak orang untuk makan siang.

### Digital Marketing

Menurut Boyd dan Elson (2007) dalam Hardy (2016) *Social Networking Site (SNS)* atau yang biasa disebut dengan jejaring sosial adalah suatu layanan berbasis web yang memungkinkan setiap individu untuk membangun hubungan sosial melalui dunia maya seperti membangun suatu profil bagi dirinya sendiri. Tidak hanya sekedar alat komunikasi saja, tetapi media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana untuk pemasaran. Pada kenyataannya, media sosial terbagi menjadi beberapa macam, diantaranya adalah :

- a. *Relationship Network*
- b. *Media Sharing Networks*
- c. *Online Reviews*
- d. *E- Commerce*
- e. Forum Diskusi
- f. *Social Publishing Platforms*

Menurut Dedi, Rahmi, Shandy (2017) *digital marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana di media sosial. *Digital marketing* memudahkan interaksi antar produsen, perantara pasar, dan calon pelanggan. Selain itu juga memudahkan *owner* untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon pelanggan, sehingga calon pelanggan dapat menemukan informasi mengenai barang atau jasa yang dibutuhkan.

### III. METODE PENELITIAN

metode penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif Deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian Kualitatif Deskriptif adalah penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus. Penelitian ini menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dari hasil penelitian.

#### Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Observasi

Pada penelitian ini, penulis melakukan kunjungan langsung ke Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat untuk melihat kondisi secara langsung operasional Restoran Padang Sederhana selama masa pandemi.

##### 2. Wawancara

pada penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara dengan langsung bertemu dengan kepala staff Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta dan melakukan sesi wawancara dengan narasumber untuk mendapatkan informasi mengenai pendapatan dan operasional yang berlangsung selama masa pandemi.

##### 3. Studi Dokumentasi

Penulis melakukan studi dokumentasi sebagai sarana informasi dan memberikan gambaran kepada pembaca mengenai Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta pusat pada saat masa pandemi.

### IV. Hasil dan Wawancara

#### Peranan media sosial dalam meningkatkan omset Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat

Dalam hasil wawancara penulis dengan narasumber yang merupakan kepala staff Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat (Hermawan, 2020). Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat mengalami penurunan omset yang sangat drastis ketika masa pandemi, namun hal itu tidak membuat owner dan

staff menyerah begitu saja, justru pengelola restoran mencari cara agar operasional tetap dalam berjalan dengan lancar. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, yang menurut Hermawan (2020) penggunaan media sosial memiliki peranan besar dalam mempromosikan restoran dan juga membantu untuk meluaskan target pasar dengan metode yang cukup mudah. Media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi dan memiliki peranan yang baik, diantaranya adalah :

**a. Instagram**

*Instagram* merupakan media sosial yang termasuk dalam *Media Sharing Networks* yang artinya pemilik akun dapat mengupload foto atau video dan dibagikan kepada dunia maya dan dapat dilihat oleh siapapun. Instagram memiliki peranan yang penting dalam membangun pasar Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat, dengan mengupload foto atau video dapat mensugesti penonton untuk membeli menu yang sudah di bagikan oleh Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang.

**b. E-Commerce (Gojek dan Grab)**

*E-commerce* merupakan media sosial yang memiliki fungsi untuk memudahkan pengguna melihat produk dan dapat berbelanja di web tersebut hanya dengan menggunakan aplikasi. Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat menggunakan fitur *Gofood* dan *Grabfood*, untuk memudahkan customer memesan makanan via online tanpa harus datang ke restoran. Pada saat pandemi, fitur ini sangat membantu Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang dalam mendapatkan orderan, karena selama masa pandemi adanya aturan PSBB, yang salah satu aturannya adalah melarang restoran atau rumah makan menyediakan makan ditempat, secara otomatis selama PSBB hanya mengandalkan pesanan *take away*,

tetapi dengan adanya fitur *gofood* dan *grabfood*, memudahkan customer dan penjual serta ikut membantu driver untuk mendapatkan orderan. Tidak hanya itu saja, fitur *gofood* dan *grabfood* juga ikut serta membantu meluaskan target pasar, sehingga customer yang alamatnya jauh dari Jl. Kebon Kacang juga dapat memesan via aplikasi.

**c. Delivery Order**

Tidak hanya bergabung via *e-commerce* saja, tetapi Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang juga menyediakan metode lain yang bisa mempermudah customer untuk memesan tanpa harus keluar rumah. Yaitu tersedianya layanan *delivery order*. Layanan ini memiliki kelebihan tersendiri yaitu, customer tidak perlu membayar biaya pengiriman seperti penggunaan fitur *grabfood* dan *gofood*. Dan selain itu dalam metode pemesanannya, customer langsung berbicara dengan admin via telepon, sehingga *request* yang disampaikan customer lebih terperinci.

**Kendala yang dialami ketika mempromosikan Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat melalui Media Sosial**

Pada kenyataan menggunakan media sosial tidak segampang yang dilihat, banyak metode dan strategi yang harus dilakukan apabila ingin menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dan juga perlu konsisten dan memiliki ide menarik agar dapat menarik perhatian pengguna media sosial lainnya. Setelah melakukan wawancara Hermawan (2020) selaku kepala staff Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat, pada faktanya untuk kendala yang serius tidak ada, hanya saja kendala internal biasa yang bisa diatasi. Salah satu contohnya adalah seorang yang bertugas sebagai *cashier* memiliki *double jobdesk* dalam setiap harinya yaitu sebagai *cashier* dan admin media sosial, sehingga dapat menyebabkan faktor penggunaan media sosial yang kurang konsisten. Berikut

beberapa kendala yang dialami dalam setiap penggunaan media sosial :

### 1. Instagram

- a. Penggunaan akun Instagram yang kurang konsisten dalam mengupload *content* membuat jumlah *followers* (pengikut) menjadi masih sedikit.
- b. Kurang menariknya *feeds* instagram karena tidak tersedianya bagian khusus editor untuk *content* media sosial.

### 2. E-commerce (Gojek dan Grab)

- a. Sering terjadi *miscommunication* antara *request* pelanggan dengan bagian *hostess*.
- b. Admin penerima pesanan perlu selalu stand by dengan handphone yang terhubung dengan aplikasi Gojek dan Grab, sedangkan admin yang bertugas hanya satu dengan *double jobdesk*.
- c. Harga yang cenderung relatif mahal, terkadang membuat orang berpikir 2x untuk memesan melalui *e-commerce*.

### 3. Delivery Order

- a. Pesanan yang diantar cenderung lama, karena staff yang bertugas terkadang harus mengantarkan lebih dari 1 (orderan).
- b. Perlunya menguasai jalan untuk mencapai ke alamat tujuan, terkadang staff bisa telat karena kurang menguasai jalan menuju alamat yang dituju.

Tidak hanya melalui media sosial saja kendala yang dialami, tetapi kendala lainnya adalah tidak tersedianya buku kunjungan customer atau buku pesanan tamu baik pesanan langsung, via *e-commerce* atau *lunch box* yang direkap setiap hari. Jika ada buku rekapan tentunya dapat membantu admin untuk mendata prioritas terbesar dalam menangani metode pesanan. Dan juga dapat melihat potensi terbesar metode pemesanan apa yang paling sering digunakan pada saat pandemi seperti ini. Selain itu buku kunjungan tamu atau buku rekapan pesanan juga dapat dijadikan

bahan evaluasi harian atau mingguan untuk meningkatkan pelayanan.

## V. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan :

1. Penggunaan media sosial sangat berpengaruh dalam meningkatkan omset Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat, karena dengan memasarkan restoran ini melalui Instagram dapat memudahkan customer untuk mengenal Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat secara meluas. Selain itu dengan bergabung di *e-commerce* dan menyediakan *delivery order* juga membantu customer untuk memesan makanan via online tanpa harus keluar rumah, dan Restoran Padang Sederhana Kebon Kacang Jakarta Pusat pun dapat meluaskan target pasar.
2. Penggunaan media sosial yang kurang konsisten memberikan dampak kepada banyak dan sedikitnya jumlah *followers* (pengikut) saat ini. Selain itu admin yang memiliki *double jobdesk* dirasa mempersulit koordinasi, sehingga terkadang terjadi *miscommunication*. Selain itu tidak adanya buku kunjungan atau buku rekapan pesanan yang padahal jika buku tersebut tersedia dapat membantu pengelola untuk melihat prioritas pesanan dan sebagai bahan evaluasi.

### Saran

1. Penggunaan media sosial untuk pemasaran sudah berjalan dengan baik, hanya saja perlu dilakukan secara konsisten. Dan menambah *crew* bagian editing mungkin diperlukan untuk membantu

meringankan tugas admin media sosial, sehingga admin yang saat ini bisa fokus ke tanggung jawab lainnya.

2. Ada baiknya pengelola restoran dapat membuat daftar kunjungana tau daftar rekapan pesanan agar dapat mengetahui potensi terbesar metode pesanan dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi staff dalam meningkatkan pelayanan.

## REFERENSI

- Gusnadi, D. (2019). ANALISIS UJI ORGANOLEPTIK TAPAI SINGKONG PADA PRODUK COOKIES SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN EKSISTENSI TAPAI SINGKONG DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Akrab Juara*, 4(5), 73-80.
- Gusnadi, D. (2020). NUTRIFIKASI PRODUK ROTI MANIS (SWEET BREAD) DENGAN PENAMBAHAN KALE (BRASSICA OLERACEA VAR. SABELLICA). *MEDIA BINA ILMIAH*, 13(11), 1851-1856.
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. *Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Wardhana, Aditya. 2015. *Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. *Prosiding Seminar Nasional*. Bandung. Universitas Telkom.
- Adila S.N, Aziz Nazaruddin. 2019. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP. Padang.
- Alfian, Mohammad. 2013. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Aksesibilitas, Lokasi, dan kekuatan Refrensi Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Makan Padang Selero Bundo di Jakarta*. Disertasi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sholihin, Muhammad Rijalus dkk. 2018. *Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia*. *Prosiding 4<sup>th</sup> seminar nasional dan call for papers*. 149-160. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Pudjiary, Salsasita. 2020. *Penerapan Excellent Service di Restaurant Tang Palace Sebagai Penunjang Rating di Hotel JW Marriott Surabaya 2019*. Disertasi, Fakultas Ilmu Terapan. Bandung: Universitas Telkom.
- Krisnawati, Devi. 2018. *Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia*. Studi Kasus: UMKM Kuliner