

## PAPER NAME

**ANALISIS PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP TINGKAT PELANGGAN RUMAH MAKAN MANGKOKMU**

## AUTHOR

**ARIE RACHMA PUTRI, ISNA NUR AZIZAH, MAHARANI CHIKITA A, PUPUT RANU SIWI**

## WORD COUNT

**3127 Words**

## CHARACTER COUNT

**19932 Characters**

## PAGE COUNT

**8 Pages**

## FILE SIZE

**255.6KB**

## SUBMISSION DATE

**Oct 24, 2023 11:58 AM GMT+7**

## REPORT DATE

**Oct 24, 2023 11:59 AM GMT+7**

● **22% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 21% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 8 words)
- Manually excluded sources

## 1 Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Pelanggan Rumah Makan Mangkokmu

Ari Rachma Putri<sup>1</sup>  
Universitas Muhammadiyah Klaten  
Muhammad17@gmail.com

Isna Nur Azizah<sup>2</sup>  
Universitas Duta Bangsa Surakarta  
isnanurazizah@gmail.com

Maharani Chikita A<sup>3</sup>  
Universitas Duta Bangsa Surakarta  
chikitaangelina@gmail.com

Puput Ranu Sivi<sup>4</sup>  
Universitas Duta Bangsa Surakarta  
Puputranu01@gmail.com

1 **Abstrak** Adanya pandemi COVID-19 melumpuhkan sebagian besar usaha-usaha. Banyak sekali usaha-usaha yang mengharuskan tutup dikarenakan tidak mampu bersaing dan bertahan di tengah pandemi COVID-19 ini, salah satunya usaha kuliner rumah makan. Rumah makan sangat berguna bagi seluruh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan. Dapat dilihat semenjak adanya COVID-19 banyak permasalahan yang timbul pada usaha makanan salah satunya permasalahan pelanggan. Dalam pandemi COVID-19 ini tingkat pelanggan berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha, seperti halnya Rumah Makan Mangkokmu. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui adakah pengaruh pandemi COVID-19 terhadap tingkat pelanggan di Rumah Makan Mangkokmu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuisioner (daftar pertanyaan). Metode ini dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pemilik Rumah Makan Mangkokmu sehingga akan mendapatkan data primer yang akurat dan informasi yang relevan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pandemi COVID-19 terhadap Rumah Makan Mangkokmu relatif kecil. Hal itu dikarenakan dikarenakan, Rumah Makan Mangkokmu mengambil jalan alternatif lain yaitu bekerjasama dengan Grab Food. Hasil dari bekerjasama dengan Grab Food didapat bahwa terjadi peningkatan pelanggan dari sebelumnya. Selain itu akibat dari bekerjasama dengan Grab Food tingkat pelanggan stabil dan cenderung naik. Jika hal itu terus terjadi, maka Rumah Makan mangkokmu akan mengalami keberhasilan bisnis ditengah pandemi COVID-19 ini.

1 **Abstract** Adanya pandemi COVID-19 melumpuhkan sebagian besar usaha-usaha. Banyak usaha yang wajib tutup karena tidak mampu bersaing dan bertahan di tengah pandemi COVID-19 ini, salah satunya usaha kuliner rumah makan. Rumah makan sangat berguna bagi seluruh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan. Dapat dilihat sejak adanya COVID-19 banyak permasalahan yang timbul pada usaha makanan salah satunya permasalahan pelanggan. Dalam pandemi COVID-19 di tingkat pelanggan berpengaruh terhadap suatu usaha, seperti halnya Rumah Makan Mangkokmu. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui adakah pengaruh pandemi COVID-19 terhadap tingkat pelanggan di Rumah Makan Mangkokmu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuisioner (daftar pertanyaan). Metode ini dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pemilik Rumah Makan Mangkokmu sehingga akan mendapatkan data primer yang akurat dan informasi yang relevan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pandemi COVID-19 terhadap Rumah Makan Mangkokmu relatif kecil. Hal itu disebabkan karena, Rumah Makan Mangkokmu mengambil jalan alternatif lain yang berbahaya dengan Grab Food. Hasil dari mendekati dengan Grab Food didapat bahwa terjadi peningkatan pelanggan dari sebelumnya. Karena itu akibat dari memandang Grab Food tingkat pelanggan stabil dan cenderung naik. Jika hal itu terus terjadi, maka Rumah Makan mangkokmu akan berhasil berhasil ditengah pandemi COVID-19 ini.

**Kata Kunci** : Rumah Makan Mangkokmu, Pelanggan, Pandemi COVID-19

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 melumpuhkan berbagai sektor kehidupan salah satunya sektor perekonomian. Perekonomian menjadi sektor yang paling terdampak adanya pandemi COVID-19 ini. Selain itu, dampak dari pandemi COVID-19 ini juga mempengaruhi pada sektor usaha-usaha. Sebuah usaha dibangun agar membantu perekonomian, tetapi dikarenakan adanya COVID-19 ini sistem perekonomian di Indonesia sangat terganggu bahkan banyak dari usaha yang sudah berdiri sebelum adanya COVID-19 diharuskan tutup karena tidak mampu lagi menutup kerugian yang ditimbulkan COVID-19. Setiap daerah yang ada di Indonesia pasti memiliki berbagai usaha salah satunya usaha di bidang kuliner. Usaha di bidang kuliner sangat mudah dijumpai dimanapun berada begitu juga di Banjarnegara. Kota Banjarnegara memiliki berbagai usaha kuliner seperti Rumah Makan. Salah satunya Rumah Makan Mangkokmu.

Rumah Makan Mangkokmu adalah sebuah usaha di bidang kuliner yang baru didirikan ditengah adanya pandemi COVID-19 tepatnya pada tanggal 17 Agustus 2020. Rumah Makan Mangkokmu merupakan rumah makan yang menyediakan menu makanan Indonesia. Rumah Makan Mangkokmu tergolong berani bersaing ditengah pandemi COVID-19 ini. Walaupun begitu, membuka usaha ditengah pandemi COVID-19 tidaklah mudah, banyak sekali rintangan salah satunya tingkat pelanggan. Namun begitu, pelanggan Rumah Makan Mangkokmu cenderung dikatakan stabil karena setiap harinya terdapat pelanggan. Selain itu untuk kelancaran sistem kinerja, Rumah Makan Mangkokmu juga memiliki cara untuk menarik pelanggan yaitu dengan memberikan pilihan agar pelanggan dapat memesan atau order. Maka dari itu, banyak pelanggan yang menjadikan Rumah Makan Mangkokmu untuk acara-acara seperti syukuran hingga hajatan. Walaupun begitu tetap mengutamakan protocol kesehatan dalam penerapannya.

Dalam sebuah usaha, pelanggan menjadi salah satu faktor mencapai keberhasilan usaha. Pelanggan menjadi sumber utama penghasilan sebuah usaha. Adanya pandemic COVID-19 ini sangat mempengaruhi tingkat pelanggan dalam sebuah usaha. Menurut Maine dkk (Nasution,2004:101) Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita tergantung padanya. Maka dari itu para pembisnis harus bisa membuat para pelanggan untuk tertarik di dalam bisnisnya. Begitu juga yang dilakukan Rumah Makan Mangkokmu. Untuk tetap bertahan di tengah pandemi COVID-19 ini, Rumah Makan Mangkokmu melakukan upaya salah satunya dengan bekerjasama dengan Grab Food atau jasa pengantaran makanan. Hal itu ditujukan agar tetap memiliki tingkat pelanggan yang stabil, walupun di tengah pandemi COVID-19 ini. Selain itu, dapat dilihat bahwa banyak masyarakat Indonesia sekarang sudah diperbolehkan makan di tempat makan, hal itu dapat menjadi peluang yang menjanjikan namun tetap mematuhi protokol kesehatan.

Untuk terus bertahan ditengah pandemi COVID-19 ini, berbagai strategi diciptakan Rumah Makan Mangkokmu meliputi kualitas makanan, kualitas ruangan/tempat dan kualitas pelayanan. Rumah Makan Mangkokmu sendiri mempunyai menu serta harga yang terjangkau oleh masyarakat. Harga yang terjangkau itulah yang membuat para pelanggan tertarik untuk mencicipi masakan yang disediakan oleh Rumah Makan Mangkokmu. Selain itu, untuk kenyamanan para pelanggan yang datang, Rumah Makan Mangkokmu memberikan fasilitas berupa Free Wifi. Fasilitas tersebut ditujukan untuk kenyamanan dan kesenangan para pelanggan, melihat saat ini internet sangat diminati oleh hampir semua kalangan usia. Tidak hanya itu, untuk keselamatan para pelanggan, Rumah Makan Mangkokmu juga menyediakan berbagai fasilitas kesehatan seperti menyediakan tempat mencuci tangan, menyediakan handsanitizer serta selalu mengutamakan pemakaian masker. Dengan begitu keselamatan para pelanggan akan tetap terjaga.

**KAJIAN PUSTAKA**

**Pelanggan**

1 Pelanggan adalah semua orang yang telah menuntut kita untuk dapat memenuhi suatu standar kualitas barang tertentu, Oleh karena itu akan dapat memberikan pengaruh pada bentuk kinerja atau performasi (performance ) kita (Vincent Gaspresz).

Dalam suatu usaha pelanggan sangat dibutuhkan dan fungsinya sangat besar. Adanya pelanggan menjadi tolak ukur bagi suatu usaha. Dimana pelanggan menjadi salah satu faktor keberhasilan suatu usaha untuk mencapai titik impas antara biaya produksi dengan penjualan sehingga akan mendapatkan laba (keuntungan)

**Kepuasan dan Peningkatan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya (Josee Bloemer). Menurut Oliver dalam Ishak dan Luhfi (20011) menyatakan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat yang mendorong untuk terjadinya pembelian kembali.

Loyalitas konsumen secara umum dapat



Kepuasan pelanggan akan mendatangkan kepercayaan, kepercayaan dari pelanggan juga akan mendatangkan peningkatan pelanggan. Oleh karena itu semakin baik kepuasan pelanggan maka akan semakin baik juga peningkatan pelanggan yang diterima.

6 diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa. Maka dari itu pelanggan akan bertahan jika suatu bidang usaha dapat melayani mereka dengan baik dan sopan. Tidak hanya itu, kualitas menjadi salah satu prioritas bagi pelanggan mulai dari kualitas makanan, kualitas tempat hingga kualitas makanan. Ditengah COVID-19 ini kepercayaan suatu pelanggan sangat diperlukan, karena banyaknya persaingan diluar sana yang dapat membuat para pelanggan berkurang. Kepuasan pelanggan akan akan mempengaruhi tingkat kesetiaan pelanggan.

Peningkatan pelanggan sangat dibutuhkan didalam sebuah usaha .Usaha sangat membutuhkan yang namanya pelanggan. Sebuah keuntungan akan terus membaik jika peningkatan pelanggannya juga membaik dan sebaliknya apabila pelanggannya berkurang maka sebuah usaha akan mengalami yang namanya kerugian. Pengaruh COVID-19 dirasakan oleh semua para usaha bisnis makanan, karena banyak yang pada akhirnya pelanggan hilang atau tidak mau untuk membeli makanan di luar akibat COVID-19. Peningkatan pelanggan akan didapatkan dari adanya kepuasan pelanggan. Peningkatan pelanggan juga akan mempengaruhi omset atau pendapatan sebuah usaha. Tidak hanya itu sebuah usaha yang memiliki pelanggan yang banyak akan semakin dipercayai oleh banyak orang, sehingga usaha tersebut akan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

**Rumah Makan Mangkokmu**

Rumah Makan Mangkokmu merupakan salah satu usaha di bidang kuliner. Rumah Makan Mangkokmu ini menyediakan berbagai macam masakan Indonesia. Rumah Makan Mangkokmu berdiri pada tanggal 17 Agustus 2020 yang beralamat di di Jl, Tentara Pelajar No.1, Sokanandi, Banjarnegara. Berikut

informasi penting yang berkaitan dengan Rumah Makan Mangkokmu antara lain :

1. Rumah Makan Mangkokmu beroperasi setiap hari dari pukul 10.00 – 21.00 WIB. Jam operasi ini sudah menyesuaikan situasi dan kondisi di tengah pandemi COVID-19 yang membatasi jam operasi usaha.
2. Dalam Rumah Makan Mangkokmu menyediakan berbagai macam makanan Indonesia. Makanan yang disediakan mulai dari Yam Ayam (Nasi Ayam), Dang Udang (Nasi Udang), Cu Cumi (Nasi Cumi), Aw Kwetaw, Yur Sayur, Mie/Nasi Goreng hingga aneka minuman.
3. Harga dari menu masakan yang disediakan di Rumah Makan Mangkokmu berkisar Rp. 10.000 dan untuk aneka minuman Rp. 5.000 – Rp. 10.000. Harga tersebut sangat terjangkau oleh masyarakat.
4. Promosi yang dilakukan saat ini yaitu dengan memaksimalkan media social seperti Whatsapp, Instagram, Facebook dan lain sebagainya. Selain itu promosi juga dilakukan secara mulut ke mulut mulai dari keluarga hingga teman.
5. Untuk mempertahankan tingkat pelanggan, Rumah Makan Mangkokmu bekerjasama dengan Grab Food sebagai jasa pengantaran makanan. Selain itu, juga menerapkan sistem pemesanan atau order untuk acara-acara penting seperti hajatan hingga pernikahan.
6. Sarana dan fasilitas yang dimiliki Rumah Makan Mangkokmu dapat dikatakan lengkap. Sarana yang ada di Rumah Makan Mangkokmu meliputi meja, kursi, kipas angin dan lain sebagainya. Sedangkan fasilitas yang dimiliki adalah adanya free wifi.



Gambar 1. Profil Rumah Makan Mangkokmu

Rumah Makan Mangkokmu ini dikelola oleh 2 orang yaitu 1 orang merupakan pemilik itu sendiri dan adiknya. Pemilik usaha Rumah Makan Mangkokmu merupakan ibu rumah tangga yang bernama Lin Pahalawati. Ibu Lin Pahalawati membuat usaha Rumah Makan Mangkokmu ini dilatarbelakangi oleh faktor kebutuhan dan untuk menyalurkan hobi memasak.

## METODOLOGI

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan 1 hari pada tanggal 23 Januari 2021. Tempat penelitian adalah di Rumah Makan Mangkokmu yang terletak di Jl, Tentara Pelajar No.1, Sokanandi, Banjarnegara. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar dampak pandemi

COVID-19 terhadap tingkat pelanggan di Rumah Makan Mangkokmu

## PEMBAHASAN

### Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Dunia Bisnis

Pandemi COVID-19 sangat berdampak di lingkungan bisnis. Dampak yang ditimbulkan meliputi adanya pengurangan beberapa aktivitas bisnis seperti pada pusat-pusat perdagangan, kegiatan perdagangan sektor mikro, kecil dan menengah (UMKM), kegiatan pendidikan, pariwisata, perhotelan, transportasi dan beragam aktivitas bisnis lainnya. Selain itu, bisnis yang paling dirasakan dampaknya ialah bisnis kuliner atau makanan. Tempat-tempat makan yang biasanya pelanggan datang langsung sekarang beralih dengan sistem take away atau memanfaatkan jasa pengiriman makanan seperti Grab Food dan lain sebagainya.

Tempat usaha juga harus menerapkan protokol kesehatan yang ketat meliputi menyediakan tempat mencuci tangan, menjaga jarak, kebersihan ruangan serta menganjurkan memakai masker. Hal itu ditujukan untuk menyesuaikan kondisi dan anjuran pemerintah di masa pandemic COVID-19 ini.

### Kesesuaian Harga (*Price*) Dengan Tingkat Penjualan

Rumah Makan Mangkokmu ini memiliki berbagai macam menu yang disediakan. Harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau oleh masyarakat sekitar. Rata-rata harga makanan yang ada di Rumah Makan Mangkokmu ini berkisar Rp. 10.000 dan untuk aneka minuman Rp. 5.000 – Rp. 10.000. Dengan harga tersebut konsumen atau pelanggan sudah dapat menikmati rasa yang enak dari setiap makanan yang tersedia. Pada masa pandemi COVID-19 ini, dengan harga sedemikian dinilai tidak terlalu memberatkan masyarakat. Berikut merupakan data yang didapat dari melakukan wawancara di Rumah Makan Mangkokmu.

**Tabel 1. Daftar produk beserta harga dan tingkat penjualan**

Produk	Harga ( <i>Price</i> )	Tingkat Penjualan
--------	------------------------	-------------------

### Jenis-Jenis Data

Berikut data yang digunakan dalam penelitian :

#### a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, yaitu data yang didapat dari pemilik Rumah Makan Mangkokmu. Data ini diperoleh melalui tahapan wawancara secara langsung dengan teknik mengajukan daftar pertanyaan (kuisisioner).

#### b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, internet dan referensi dari berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Data sekunder ini digunakan sebagai bahan studi literatur.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat metode pengumpulan data yang digunakan untuk melengkapi hasil penelitian yaitu :

1. Wawancara. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung kepada pemilik Rumah Makan Mangkokmu. Dalam pelaksanaannya yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.
2. Kuisisioner. Teknik pengumpulan data dengan menulis daftar pertanyaan (kuisisioner) tentang kondisi dan situasi rumah makan yang diajukan kepada pemilik Rumah Makan Mangkokmu. Tahapan kuisisioner ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pelanggan yang berkunjung ke Rumah Makan Mangkokmu.

Yam Ayam (Nasi Ayam)	Rp. 10.000	$\geq 20$
Dang Udang (Nasi Udang)	Rp. 10.000	$\leq 20$
Cu Cumi (Nasi Cumi)	Rp. 10.000	$\leq 20$
Aw Kwetiaw	Rp. 10.000	$\leq 20$
Yur Sayur	Rp. 10.000	$\leq 20$
Mie/Nasi Goreng	Rp. 10.000	$\leq 20$
Aneka Minuman	Rp. 5000-Rp. 10.000	$\geq 20$

12 Sumber : Diolah dari data primer

Hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa produk masakan Yam Ayam (Nasi Ayam) dan Aneka Minuman di Rumah Makan Mangkokmu memiliki tingkat penjualan  $\geq 20$  setiap harinya. Adanya pandemi COVID-19 ini memang memiliki dampak yang cukup signifikan bagi

pengusaha kuliner seperti ini. Namun diketahui bahwa Rumah Makan Mangkokmu ini berdiri setelah adanya pandemi COVID-19, dengan tingkat penjualan tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat penjualan cukup menjanjikan bagi Rumah Makan Mangkokmu.

### Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Ruang, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penerapannya Rumah Makan Mangkokmu memaksimalkan kualitas mulai dari kualitas makanan, kualitas ruangan dan kualitas pelayanan. Pemberian kualitas yang baik akan mempengaruhi tingkat pelanggan itu sendiri. Rumah Makan Mangkokmu memiliki kualitas

makanan yang bersih dan higienis. Selain itu kualitas ruangan juga sudah memenuhi persyaratan pembukaan usaha di masa pandemic mulai dari kebersihan hingga kenyamanan. Tidak hanya itu kualitas pelayanan di Rumah Makan Mangkokmu juga dinilai sangat baik. Berikut perkiraan persentase kualitas di Rumah Makan Mangkokmu berdasarkan penglihatan langsung yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

**Tabel 2. Persentase Kualitas di Rumah Makan Mangkokmu**

Kualitas	Kategori	Persentase (%)	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Makanan	Cita Rasa, Higenis	80%	Puas
Kualitas Ruang	Kebersihan	80%	Puas
Kualitas Pelayanan	Kenyamanan	80%	Puas

13 Sumber : Diolah dari data primer

Dari hasil penelitian di Rumah Makan Mangkokmu pada 23 Januari 2021, didapat data seperti diatas. Data tersebut kami dapatkan berdasarkan pantauan kami selama melakukan penelitian di Rumah Makan Mangkokmu. Dapat dilihat bahwa presentase dari kualitas makanan, kualitas ruangan, kualitas pelayanan menunjukkan angka 80% dari 100% sehingga dengan angka tersebut dapat dikatakan bahwa

pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan ini didapat dari cita rasa yang enak, kebersihan serta kenyamanan di Rumah Makan Mangkokmu. Kepuasan pelanggan sendiri akan berpengaruh terhadap tingkat pelanggan, semakin baik tingkat kepuasan pelanggan akan semakin baik juga tingkat pelanggan. Apalagi pada saat pandemi COVID-19 ini, kualitas sangat berpengaruh terhadap tingkat pelanggan yang akan datang.

### Pengaruh Pandemi COVID-19 Terhadap Tingkat Pelanggan

Dapat diketahui bahwa Rumah Makan Mangkokmu ini berdiri setelah adanya pandemi COVID-19 ini. Dengan kata lain Rumah Makan Mangkokmu ini sudah menyesuaikan kondisi dan situasi sekitas setelah pandemic COVID-19. Penyesuain meliputi menjaga jarak tempat

diduk, menyediakan tempat untuk mencuci tangan dan selalu memakai masker bagi pelanggan yang datang. Selain itu tingkat pelanggan yang datang ke Rumah Makan Mangkokmu ini relatif stabil, walaupun ada kalanya mengalami penurunan. Pelanggan di Rumah Makan Mangkokmu berasal dari kalangan usia muali dari anak-anak hingga orang dewasa.

**Tabel 3. Data pelanggan Rumah Makan Mangkokmu**

Subjek	Umur	Jumlah
Anak-Anak	6-10 Tahun	$\leq 3$
Remaja	10-19 Tahun	$\geq 20$
Orang Dewasa	$\geq 19$ Tahun	$\geq 20$

Sumber : Diolah dari data primer

Dari data hasil penelitian didapat bahwa kebanyakan pelanggan merupakan remaja dan orang dewasa. Berdasarkan data diatas efek pandemi COVID-19 dapat dirasakan namun tidak terlalu besar. Rumah Makan Mangkokmu juga menerapkan PSBB yaitu dengan mengurangi jam kerja hanya sampai pukul 21.00. Namun begitu dari data yang didapat dapat dikatakan bahwa adanya pandemic COVID-19 berpengaruh terhadap tingkat karyawan.

### Kerjasama Dengan Grab Food Sebagai Alternatif Menghadapi Pandemi COVID-19

Rumah Makan Mangkokmu mengambil langkah lain dalam menghadapi pandemi COVID-19 ini yang salah satunya bekerjasama dengan Grab Food. Langkah ini diambil untuk menunjang tingkat pelanggan selain pelanggan yang datang ke tempat usaha. Selain itu, adanya pandemic COVID-19 ini orang-orang lebih suka memesan makanan secara online daripada berkunjung ke tempat makannya. Bekerjasama dengan Grab Food sangat menjanjikan bagi Rumah Makan Mangkokmu. Diketahui dengan bekerjasama dengan Grab Food tingkat pelanggan atau konsumen meningkat. Yang semula hanya mengandalkan pelanggan yang datang, kini mempunyai alternative lain yaitu pelanggan yang melakukan order online.

**Tabel 4. Data kenaikan tingkat pelanggan setelah bekerjasama dengan Grab Food**

Pelanggan	Sebelum Bekerjasama	Sesudah Bekerjasama	Presentase Kenaikan (%)
Anak-Anak	$\leq 3$	$\leq 5$	40%
Remaja	$\geq 20$	$\geq 30$	50%
Orang Dewasa	$\geq 20$	$\geq 30$	50%



Sumber : Diolah dari data primer

Kenaikan pelanggan ini dapat dilihat dari data diatas bahwa kenaikan paling besar dialami oleh pelamhham remaja dan orang dewasa sedangkan anak-anak belum terlalu mengalami kenaikan. Persentase kenaikan

pelanggan remaja dan orang dewasa mencapai 50% yang sebelum bekerjasama sebesar  $\geq 20$  namun setelah bekerjasama mengalami kenaikan sebesar  $\geq 30$ .

## 7 KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa dampak pandemi COVID-19 terhadap Rumah Makan Mangkokmu relative kecil. Hal itu dikarenakan, Rumah Makan Mangkokmu menggunakan alternative yaitu bekerjasama dengan Grab Food. Hasil dari bekerjasama dengan Grab Food membuat tingkat pelanggan stabil dan cenderung naik. Dapat dikatakan jumlah pelanggan Rumah Makan Mangkokmu ini ada kalanya mengalami peningkatan dan ada kalanya mengalami penurunan. Namun begitu sejauh berdirinya usaha Rumah Makan Mangkokmu setiap harinya memiliki pelanggan yang bisa lebih dari  $\geq 30$  itu sudah termasuk pelanggan yang datang sendiri dan pelanggan yang order melalui Grab Food.

## SARAN

Saran yang dapat diberikan adalah berupa mengembangkan inovasi produk sesuai dengan kecenderungan permintaan pelanggan atau variasi menu lain. Rumah Makan Mangkokmu dapat berinovasi dengan menambahkan varian menu lain yang sedang hits seperti Thai Tea, minuman Boba, Boci (Bakso Aci) dan lain sebagainya. Dengan inovasi itu, akan memberikan dampak yang cukup signifikan. Karena makanan yang sedang hits akan banyak diminati orang maka dari itu pelanggan juga akan mengalami peningkatan.

Selain itu juga akan berdampak pada citra usaha yang akan lebih dikenal masyarakat luas.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Ibu Lin Pahalawati selaku pemilik usaha Rumah Makan Mangkokmu yang sudah bersedia memberikan informasi tempat usahanya untuk dijadikan artikel penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ekonomi, G, 2020, Pelanggan : Pengertian, Jenis, Fungsi dan Karakteristik, akses online 26 Januari 2021, URL: <https://sarjanaekonomi.co.id/> <https://sarjanaekonomi.co.id/pelanggan/>
- Gitiyarko, V, 2020, Kebijakan Pemerintah Menangani Covid-19 Sepanjang Semester II 2020, akses online 26 Januari 2021, URL: <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/kebijakan-pemerintah-menangani-covid-19-sepanjang-semester-ii-2020>
- Hardyasar, A. Dkk, 2017, Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Pondok Hijau Kota Manado. *Jurnal Ekonomi* , 157-172.
- Novrianto, J, 2016, Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama (M1) di Pekanbaru. *Jurnal Valuta* , 171-189.

● **22% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 21% Internet database
- Crossref database
- 6% Submitted Works database
- 2% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

<b>1</b>	<b>garuda.kemdikbud.go.id</b> Internet	<b>14%</b>
<b>2</b>	<b>sarjanaekonomi.co.id</b> Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>jom.universitassuryadarma.ac.id</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>repository.uph.edu</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>Binus University International on 2020-04-13</b> Submitted works	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>eprints.umm.ac.id</b> Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>Universitas Brawijaya on 2020-06-06</b> Submitted works	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>issuu.com</b> Internet	<b>&lt;1%</b>

9	<b>vdocuments.site</b> Internet	<1%
10	<b>researchgate.net</b> Internet	<1%
11	<b>Binus University International on 2020-02-01</b> Submitted works	<1%
12	<b>ejournal.unsrat.ac.id</b> Internet	<1%
13	<b>erepo.unud.ac.id</b> Internet	<1%
14	<b>journal.unhas.ac.id</b> Internet	<1%
15	<b>kompasiana.com</b> Internet	<1%
16	<b>123dok.com</b> Internet	<1%
17	<b>Afifuddin Kadir, Miftahur Rahman Hakim, Fahmi Syam, Murdiansah SA ...</b> Crossref	<1%
18	<b>Dadan Suryana, Aini Hijriani. "Pengembangan Media Video Pembelajar...</b> Crossref	<1%
19	<b>kpm.unpad.ac.id</b> Internet	<1%
20	<b>pt.scribd.com</b> Internet	<1%

21	<b>repo.iain-tulungagung.ac.id</b> Internet	<1%
22	<b>repository.unpas.ac.id</b> Internet	<1%
23	<b>bbc.com</b> Internet	<1%
24	<b>tabloidbisnis.com</b> Internet	<1%

## ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Manually excluded sources
- Small Matches (Less than 8 words)

---

### EXCLUDED SOURCES

**ojs.udb.ac.id**

Internet

**62%**