

**MANAJEMEN STRATEGI MENINGKATKAN  
PENJUALAN FOOD AND BEVERAGES PASCA COVID 19  
(STUDI KASUS PADA WARUNK MIE GACOAN  
KABUPATEN TULUNGAGUNG)**

Ananda Galuh Puspita<sup>1</sup>, Cindy Claudia Radha Avita<sup>2</sup>, Erika Rahma Setiyani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Tulungagung, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Tulungagung, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Tulungagung, Indonesia

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi pemasaran yang dilakukan Mie Gacoan Kabupaten Tulungagung untuk tetap mempertahankan eksistensinya tetap digemari masyarakat pasca Covid 19. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara yang dilakukan dengan CEO dan Founder, Supervisor dan Karyawan. Teknik analisis menggunakan teknik triangulasi sumber atau bandingkan keabsahan jawaban wawancara dengan kejadian dilapangan. Hasil yang penelitian ini adalah yang pertama, Warunk Mie Gacoan mengutamakan peningkatan service atau pelayanan yang dibrikan kepada konsumen, memberikan potongan pembelian atau promo, melakukan inovasi pelayanan kepada konsumen dengan mempermudah konsumen dalam memesan makanan melalui aplikasi Grab, melakukan perencanaan penjualan dengan membuat kerangka penjualan, melakukan inovasi produk dan yang paling penting Warunk Mie Gacoan Tulungagung juga melakukan evaluasi terhadap kepuasan konsumen terhadap rasa, pelayanan dan kualitas produk dengan memberikan kuisioner kepada konsumen.

**Kata kunci:** pemasaran, produk, konsumen, inovasi.

**PENDAHULUAN**

Pada saat awal tahun 2020 masyarakat dihebohkan oleh adanya wabah penyakit atau pandemic virus covid-19. Kemunculan virus ini berawal dari Wuhan yang berada di gadang-gadang penyebabnya adalah masyarakat Wuhan yang suka dengan makanan-makanan yang ekstrem salah satunya adalah kelelawar. Dari awalnya ada 2 orang WNI yang telah dinyatakan positif covid-19 sehingga menjadi menyebar ke berbagai daerah di seluruh Indonesia yang terpapar oleh virus covid-19 ini. Pandemi ini banyak mempengaruhi atau memberi dampak yang sangat terasa di sebagian besar sektor yang ada baik itu dari social, ekonomi, budaya yang terjadi.

Pemerintah juga langsung mengambil tindakan untuk menghentikan persebaran penyakit ini dengan melakukan langkah Pembatasan Social Berskala Besar atau dikenal dengan PSBB yang selain itu juga menerapkan Work From Home yang juga dikenal dengan sebutan WFH. Pembatasan sebuah kegiatan yang dilakukan saat berada di luar rumah ini yang tentu dapat

memberikan dampak positif dan negatif, walaupun dampak negatif lebih dominan, dan dampak yang cukup besar pada sektor perekonomian dan pada perdagangan di Indonesia. Pandemi COVID-19 ini memberikan perubahan dan dampak yang begitu besar terutama bagi pelaku UMKM, usaha restoran, dan juga dtoko ritel berskala besar sehingga tidak sedikit dari usaha ini yang mengalami sebuah penurunan pada penjualan bahkan ada yang harus menutup usahanya, akan tetapi selain itu, ada sebagian toko retail lain seperti halnya supermarket ataupun mini market yang masih bisa untuk tetap beroperasi seperti biasanya .Menurut Amindoni (2020), Ketua dari Asosiasi UMKM Indonesia mengatakan bahwa banyak dari UMKM yang harus terpaksa untuk merumahkan para pekerja karena banyak UMKM mengalami sebuah penurunan dari pendapatan per harinya.

kebijakan PSBB transisi yang digunakan dan seharusnya dapat memulihkan kembali bisnis kuliner yang sebelumnya sempat anjlok dalam beberapa jangka waktu yang hanya beberapa bulan belakangan. Akan tetapi, tantangan lain dalam bisnis kuliner akan menjadi semakin besar. Menurut berdasarkan data dari survei Gabungan Pengusaha Industri Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi), pada industri makanan dan minuman yang penjualannya diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 20-40 persen. Prediksi terjadinya penurunan dalam pertumbuhan bisnis kuliner selaras dengan himbauan pemerintah untuk industri restoran melakukan pengurangan kapasitas sebesar 50 persen pengunjung pada saat masa pandemi Covid-19. Akan tetapi, tidak sedikit para pebisnis yang masih tetap bersemangat untuk terus menjalankan bisnis kuliner yang dimilikinya di saat masa sulit seperti sekarang ini. Para pelaku bisnis membuat berbagai macam startegi baru di dalam sistem penjualan bisnis makanan. Strategi yang dilakukan dapat seperti menyediakan jasa pengantaran ke rumah konsumen, membuat menu dengan variasi frozen food yang mana dapat disimpan di dalam waktu yang cukup lama, dan yang tentunya melaksanakan promosi atau iklan produk yang lebih gencar dengan melalui media social yang ada serta memberikan berbagai macam promo yang dapat menarik minat para konsumen atau pembeli. Namun, para pelaku bisnis juga penting untuk melakukan kegiatan controlling yang ketat pada saat sedang menjalankan bisnis di masa pandemi karena hasil yang akan didapatkan akan sangat berpengaruh pada hasil analisa, strategi dan manajemen yang matang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan riset dengan judul “Manajemen Strategi Meningkatkan Penjualan Food And Beverages Pasca Covid 19 (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Kabupaten Tulungagung)”.

### **Manajemen Strategi**

Istilah strategik berasal dari kata “strategic” yang dalam bahasa inggris memiliki sebuah arti yaitu seni dan ilmu yang berfungsi untuk merencanakan serta juga untuk pengarahan. Strategik dinilai tidak hanya sebagai sebuah cara untuk dapat mencapai suatu tujuan saja namun juga mencakup sebuah penentuan terhadap berbagai macam tujuan itu.

Strategi juga dinilai sebagai suatu pola kecil yang mencangkup strategi dimana direncanakan atau (intended strategy dan deliberate strategy) maupun strategi diluar rencana perusahaan atau (emerging strategy). namun akan tetapi pada akhirnya strategi ini bisa saja dipilih oleh suatu perusahaan untuk diterapkan atau di implementasikan (realized strategy).

Manajemen merupakan sebuah ilmu dan seni yang masih berkaitan dengan sebuah rangkaian aktivitas yang terpadu untuk mensinergikan dengan tenaga dari manusia, SDA, serta

teknologi dalam rangka mencapai sebuah tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya dengan tetap memperhatikan dari kelestarian lingkungan sekitar.

Menurut John A. Pearce II dan Richard B. Robinson mengartikan manajemen strategi di dalam buku Strategic Management (2000) yang menyebutkan manajemen strategis adalah sebuah perencanaan yang memiliki skala besar dan berjangka panjang agar organisasi dapat tetap berinteraksi secara efektif dalam sebuah produksi dan memaksimalkan pencapaian baik untuk tujuan strategis maupun juga operasional.

Sedangkan menurut Thomas Wheelen (Wheelen et al., 2017) di dalam bukunya, "manajemen strategi merupakan suatu serangkaian keputusan manajerial dan berbagai kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan untuk jangka panjang. Kegiatan tersebut termasuk mulai dari perumusan atau perencanaan strategi, pelaksanaan atau implementasi strategi, dan juga evaluasi". Sejalan dengan teori dari Henry Fayol yang dikutip dari jurnal Safroni, (2012), berbunyi yaitu fungsi-fungsi manajemen yang meliputi suatu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (commanding), pengkoordinasian (coordinating), pengendalian (controlling).

Menurut Hariyadi, terdapat poin-poin penting terkait dengan manajemen strategi, yaitu:

1. Manajemen strategi adalah sebuah proses yang terencana di mana didalamnya melibatkan seluruh departemen mulai dari yang tertinggi yaitu pimpinan hingga karyawan yang terbawah.
2. Dalam menetapkan sebuah tujuan strategi harus tetap sesuai dengan visi dan misi dari sebuah perusahaan tersebut supaya tujuan dapat tercapai dalam jangka pendek maupun panjang.
3. Demi mencapai kepuasan pelanggan yang terbaik maka perlu menjalankan strategi menggunakan proses yang sesuai dengan tujuan.
4. Harus melakukan evaluasi Ketika menjalankan sebuah strategi dikarenakan untuk menilai hasil yang telah dicapai sudah sesuai dengan suatu rencana dan perkembangan yang terbaru.

## Perkembangan konsep manajemen strategis

Menurut Hunger dan Wheelan (Ismail, 2012:72-74), menjelaskan bahwa perkembangan dari konsep manajemen strategis yang melalui empat tahap yaitu :

1. Tahap perencanaan keuangan dasar: dalam tahap ini manajer akan mulai membuat sebuah perencanaan yang benar dan tepat. Terutama di saat diminta untuk mengajukan anggaran yang serius atau benar dan tepat untuk tahun berikutnya.
2. Tahap perencanaan berbasis peramalan: tahap ini dilakukan karena berguna dalam menstimulasi perencanaan dalam jangka waktu panjang, oleh karena itu para manajer untuk selanjutnya berusaha mengajukan rencana yang dalam waktu lima tahun yang akan datang. Selain itu, tahap ini dilakukan karena dalam pembuatan anggaran tahunan dianggap masih kurang.
3. Tahap perencanaan strategis: di dalam tahap ini manajemen puncak yang kemudian mengambil sebuah kendali terhadap proses suatu perencanaan dengan memulai kegiatan perencanaan yang strategis. Alasan dilakukan tahap ini karena frustasi dengan situasi konflik politik yang ada di dalam suatu perusahaan, sementara pada saat yang bersamaan

juga diperoleh sebuah kenyataan bahwa rencana lima tahunan yang telah dibuat tidak dapat berjalan dengan efektif,

4. Tahap manajemen strategis: dalam tahap ini lebih menyadari bahwa sebuah rencana strategis yang terbaikpun tidak dapat berguna apabila tanpa adanya sebuah input dan juga komitmen dari seorang manajer di level yang lebih rendah, oleh karena itu manajer puncak dalam tahap yang selanjutnya harus membentuk sebuah kelompok perencanaan yang terdiri dari para manajer dan juga karyawan kunci di berbagai jenjang dalam manajemen yang berasal dari berbagai departemen dan kelompok kerja. Yang selanjutnya akan mengembangkan dan mengintegrasikan serangkaian dari rencana strategis yang telah dibuat dengan maksud untuk mencapai sebuah tujuan utama yang dimiliki oleh perusahaan.
5. Dalam konsep manajemen strategis akan mendapatkan momentum keberhasilan sebagai model dari pengembangan strategi yang dimiliki oleh perusahaan di era pada tahun 1990-an. Yang di mana banyak perusahaan-perusahaan dengan berskala besar dapat merasakan sebuah manfaat dari penerapan manajemen strategis ini.

### **Tujuan Manajemen Strategis**

Di dalam menciptakan sebuah keunggulan kompetitif atau competitive advantage, maka suatu perusahaan harus mengembangkan sebuah strategi melalui proses manajemen strategi bagi perusahaan nya. Dalam kutipan Ismail Solihin, Bernie dan Hasterly berpendapat bahwa terdapat beberapa macam indikator yang bisa menjadi petunjuk untuk menilai dari keunggulan kompetitif suatu perusahaan antara lain yaitu itu mencakup sebuah indikator indikator dari kinerja akutansi dan juga ekonomi. Kita dapat memperoleh informasi terkait dengan sebuah kinerja Akutansi dari suatu perusahaan, baik dari isi profitabilitas ataupun dari sebuah rasio-rasio keuangan melalui analisis terhadap laporan keuangan perusahaan tersebut. Dengan melakukan perbandingan sebuah kinerja Akutansi suatu perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya di dalam satu industry, nantinya akan didapatkan sebuah gambaran mengenai tentang kinerja perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lainnya, yaitu apakah suatu perusahaan mempunyai keunggulan yang kompetitif ataupun tidak memiliki.

### **Ruang Lingkup Manajemen Strategi**

Manajemen strategi memiliki ruang lingkup sebagai berikut:

1. Melakukan pengkajian serta menganalisis dari dampak sebuah penerapan manajemen strategis terhadap internal sebuah perusahaan yang khususnya pada perbaikan dengan memiliki sifat berkelanjutan.
2. Untuk menjadi dasar dari suatu perusahaan di dalam menentukan setiap keputusan-keputusan yang memiliki hubungan dengan profit maupun ekspansi suatu perusahaan, maka perusahaan perlu menempatkan sebuah konstruksi dalam manajemen strategis sebagai dasar dari pondasi suatu perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa focus kerja dalam menciptakan hal tersebut mengacu pada konstruksi manajemen strategis.
3. Di dalam usaha membangun berbagai macam rencana yang termasuk di dalam rencana produksi, rencana pemasaran, rencana personalia dan keuangan, suatu perusahaan akan mampu menjadikan sebuah ilmu manajemen strategis yang berfungsi sebagai base thinking.

### **Faktor-faktor pertimbangan pemilihan strategi**

Dikutip dari artikel Rachmad Gesah (Prabowo, 2019), faktor yang mempengaruhi pemilihan strategi terdiri dari :

1. Persepsi manajerial terhadap ketergantungan eksternal
2. Sikap manajerial menghadapi resiko
3. Kesadaran manajerial terhadap strategi perusahaan dimasa lalu
4. Hubungan kekuatan manajerial dan struktur organisasi
5. Pengaruh manajemen tingkat bawah pada
6. pemilihan strategi

### Analisis SWOT

Dalam pengorganisasian, perusahaan biasanya melakukan analisis dengan menggunakan cara SWOT untuk dapat mengetahui tentang hal-hal yang menjadi sebuah faktor pendukung dan juga sebuah faktor penghambat di dalam sebuah pelaksanaan dari kegiatan operasional suatu perusahaan. Pearce, J.A. & Robinson, R.B. (Yenny dan Nisak, 2019) yang menyatakan bahwa analisis SWOT ini perlu dilaksanakan untuk memastikan kesamaan antara sumber daya dari internal dan juga situasi dari eksternal di dalam suatu perusahaan. Maka dengan melakukan analisis kecocokan antara sumber daya perusahaan dengan kondisi eksternal perusahaan yang baik akan lebih memaksimalkan sebuah kekuatan dan juga sebuah peluang yang dimiliki oleh perusahaan dan untuk dapat menekan kelemahan serta ancamannya. Asumsi yang sederhana ini memiliki arti atau makna yang cukup kuat untuk sebuah design dari strategi yang dapat menjadi sukses. Dengan sejalan seperti yang dikatakan oleh Prihartono (2019) yang memaparkan bahwa SWOT merupakan sebuah singkatan dari Strengths atau kekuatan, Weaknesses atau kelemahan,

Opportunities atau kelebihan dan juga Threats atau ancaman. Analisis memakai sistem SWOT ini mengatur sebuah kekuatan, kelemahan, serta peluang, dan juga ancaman utama yang dimiliki oleh perusahaan ke dalam daftar yang dapat terorganisir dan biasanya akan disajikan dalam bentuk bilah kisi-kisi yang cukup sederhana. Strengths atau kekuatan dan Weaknesses atau kelemahan merupakan berasal dari internal sebuah perusahaan. Opportunities atau peluang dan Threats atau ancaman yang merupakan hal eksternal yang mempengaruhi sebuah bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar sebuah perusahaan.

Manajemen strategis ini berkaitan dengan sebuah proses yang menghasilkan suatu rencana-rencana dan juga kebijakan yang strategik dengan melalui analisis SWOT yang sebagai suatu perwujudan dari strategi terapan yang memiliki fungsi untuk dapat meraih tujuan dari suatu perusahaan dengan dalam jangka waktu tertentu. Sebagaimana dengan proses sebuah perencanaan yang benar yaitu dengan menggunakan tahap formulasi, implementasi dan juga evaluasi secara berkala ini bisa dijadikan menjadi alat perbaikan bagi sebuah kinerja, pencapaian dan juga keunggulan untuk bersaing di dalam sebuah perusahaan.

### Industri Makanan Dan Minuman ( Food And Beverages)

Istilah dari food and beverage department berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti bagian dari makan dan minum. Oleh karena itu bagian ini merupakan bagian yang mempunyai tanggung jawab atas berbagai aspek yang terkait dengan makanan dan minuman. Faktor utama pada aspek ini yaitu terdapat pada citarasa serta mutu pelayanan. Hal ini dinilai sangat cukup relative karena sebuah penilaian serta penerimaan setiap orang berbeda. Jadi

diperlukan keahlian serta keterampilan khusus untuk menangani bagian ini.

Dalam menciptakan dan melaksanakan dari jasa pelayanan makanan dan minuman yang ada di food and beverage departement bisa ditinjau dengan melalui perspektif yang cukup sempit maupun yang cukup luas. Dalam perspektif sempit dari penyelenggaraan sebuah kegiatan untuk penanganan terkait dengan makan dan minum yaitu:

1. Food and beverage service operation.
2. Foof production.
3. Bar service operation.

Sedangkan di dalam sebuah perspektif luas, menyelenggarakan suatu kegiatan dengan penanganan makanan dan minuman yaitu:

1. Purchasing.
2. Receiving.

### **Warunk Mie Gacoan Tulungagung**

Warunk Mie Gacoan merupakan salah satu restoran atau tempat makan yang menyediakan food and beverage yang ada di Tulungagung. Menu andalan Warunk Mie Gacoan adalah sajian Mie pangsit pedasnya dan juga menu siomay, dimsum, dan udang rambutanya. Warunk Mie Gacoan ( anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi) yang mempunyai beberapa cabang yang ada di kota-kota lain yang berada di seluruh Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode pendekatan kualitatif, adapun pengertian penelitian dengan menggunakan metode kualitatif menurut para ahli :

Menurut Nazir (2014:43) yang menyatakan metode deskriptif merupakan sebuah metode di dalam meneliti status pada sekelompok manusia, sebuah objek, sebuah kondisi, sebuah sistem pemikiran, ataupun sebuah kelas dari peristiwa pada masa yang sekarang. Penelitian deskriptif ini memiliki tujuan yaitu untuk membuat sebuah deskripsi atau gambaran ataupun lukisan baik secara sistematis, atau faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, serta sifat-sifat dari hubungan antar berbagai fenomena yang diselidiki. Sedangkan metode penelitian secara kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan kepada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada sebuah kondisi dari obyek yang alamiah, atau sebagai lawannya adalah sebuah eksperimen yang dimana seorang peneliti merupakan sebagai suatu instrument kunci, untuk teknik pengumpulan sebuah data dilaksanakan secara triangulasi atau gabungan, dilakukan sebuah analisis data yang bersifat

Induktif atau kualitatif, dan juga hasil dari penelitian secara kualitatif ini lebih menekankan pada makna dari suatu generalisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian secara deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang dapat menggambarkan sebuah fenomena dengan melalui deskripsi di dalam bentuk sebuah kalimat dan bahasa yang memakai metode alamiah. (Sugiyono 2019:18)

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian berupa pedoman dalam melakukan wawancara kepada nara sumber. Pedoman pada wawancara dibuat dengan berdasarkan kepada teori-teori yang

bersangkutan dengan manajemen strategi serta kebenaran dari narasumber. Instrument wawancara sendiri terdiri dari sebuah manajemen yang melalui serangkaian proses dari perencanaan, pelaksanaan, pengkoordinasian, dan juga evaluasi dari objek yang diteliti tentang bagaimana cara atau strategi meningkatkan penjualan pasca pandemi covid-19.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Di dalam sebuah penelitian ini penulis menggunakan cara atau strategi wawancara untuk melakukan pengumpulan sebuah data. Wawancara menjadi pokok dalam melakukan pendekatan secara kualitatif, karena dengan melaksanakan sebuah wawancara secara langsung kepada pelaku atau pemilik Warunk Mie Gacoan untuk bisa memperoleh data-data yang lengkap dan lebih banyak.

### **Analisis Data**

Di dalam sebuah analisis data yang terdiri dari tiga alur kegiatan dengan secara bersamaan yaitu mengacu kepada sebuah tahapan analisis data secara kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010) menyatakan Triangulasi data. Triangulasi diartikan sebagai langkah pengecekan sebuah data dari berbagai sumber yang ada dengan menggunakan berbagai cara, dan berbagai waktu. Oleh karena demikian ada triangulasi pada sumber, triangulasi pada teknik pengumpulan data, dan juga waktu. Untuk langkah-langkahnya yaitu Reduksi data, Penyajian data, Penarikan Kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Awal memulai bisnis makanan dan minuman pasting tidak selalu mudah. Untuk menjalankan sebuah bisnis restoran juga membutuhkan detail yang lengkap, sebuah bisnis restoran ini tidak hanya berfokus pada sebuah bagian rasa saja, akan tetapi juga befokus dalam hal pelayan yang akan diberikan terhadap para pelanggan dan juga kenyamanan yang di dapat oleh pelanggan saat berkunjung juga salah satu yang menjadi faktor dan harus diperhatikan dengan baik. Di dalam perencanaan sebuah bisnis restoran juga harus dilaksanakan secara matang. Ada beberapa aspek yang penting dan harus di perhatikan di dalam memulai melaksanakan sebuah bisnis makanan dan minuman, diantaranya :

### **1. Pematangan Ide dan Konsep**

Dengan memahami dan mematangkan sebuah ide beserta dengan konsep dari restoran yang akan dibuat dan dijalankan merupakan hal yang sangat penting. Business plan pada restoran atau sebuah konsep untuk restoran dapat dimulai dari teknik produksi, target pada pasar atau konsumen yang dituju, hingga sampai pada prospek dari usaha restoran tersebut. Melaksanakan sebuah analisis terhadap kelayakan dari prospek bisnis yaitu merupakan hal yang sangat penting. Hal ini dilakukan oleh manajemen Warunk Mie Gacoan pada waktu awal memulai bisnis restoranya.

### **2. Lokasi dan Target Pasar atau Pelanggan**

Menurut Pemilik Warunk Mie Gacoan, pemilihan untuk lokasi ini harus dipikirkan secara matang-matang. Seperti contohnya memilih lokasi yang strategis, mudah untuk diakses oleh para pelanggan, fasilitas parkir yang juga luas, dan faktor yang lainnya. Karena untuk target pasar atau juga pelanggan akan sangat mempengaruhi pemilihan dari lokasi yang akan dipilih dan dijadikan tempat bisnis ini. Misalnya saja apabila targetnya adalah orang-orang yang

bekerja, oleh karena itu cari lokasi tempat usaha yang berada di area perkantoran. Lokasi Warunk Mie Gacoan pun memiliki letak lokasi yang cukup strategis berada rdi pinggir jalan raya provinsi yang dekat dengan sekolah, perkantoran, rumah sakit, bank, masjid, dan juga dekat dengan fasilitas umum lainnya. Hal ini menjadi salah satu kelebihan dari Warunk Mie Gacoan yang mudah di akses oleh siapa saja dari seluruh lapisan masyarakat.

### 3. Studi Untuk Kelayakan Bisnis

Dengan melakukan kegiatan peninjauan terhadap berbagai aspek pasar dan pemasaran, pada aspek teknis dan teknologi, pada aspek sosial, dan pada aspek hukum, serta sampai dengan aspek manajemen dan keuangannya. Hasil dari kegiatan peninjauan tersebut bisa dipakai sebagai sebuah dasar untuk membuat keputusan yang tepat apakah rencana bisnis restoran ini layak untuk dijalankan atau malah tidak. Sehingga pihak dari Warunk Mie Gacoan juga akan tetap melaksanakan studi kelayakan bisnis yang dijalankan.

### 4. Pada Rancangan Anggaran Belanja (RAB) dan Perhitungan ROI (Return of Investment)

Dengan melakukan penyusunan rancangan dari anggaran belanja dan analisis perhitungan ROI yang digunakan dan dibutuhkan, serta diharapkan dengan pengeluaran biaya akan lebih efisien dan tidak terlalu over budget dalam biaya operasional restoran ini.

### 5. Man Power

Di dalam hal ini yaitu meliputi rencana dari perekrutan para karyawan atau sumber daya manusia (SDM) yang dibutuhkan dan akan membantu untuk menjalankan restoran. Untuk upah dan jumlah dari tenaga kerja yang juga menjadi sebuah pertimbangan penting dan harus dicermati sejak mulai awal.

Di dalam perencanaan tetap akan menjalankan bisnis kuliner pasca pandemi Covid-19 yang sebenarnya juga dapat dijadikan menjadi sebagai peluang sebuah usaha yang menguntungkan dan menjanjikan. Karena masyarakat sudah mulai menjalani kehidupan secara normal kembali. Dimana masyarakat juga sudah tidak WFH atau sudah

bekerja dikantor. Sekolah-sekolahpun sudah mulai aktif. Adanya peraturan pembatasan aktivitas yang ada di luar rumah secara ketat membuat masyarakat menjadi enggan untuk berlama- lama berada di tempat umum, seperti juga termasuk saat berada di restoran. Dengan menjalankan bisnis kuliner menggunakan strategi manajemen sebuah bisnis yang tepat dengan keadaan kondisi saat ini adalah keputusan yang tepat dan menjadi sebuah kunci dari keberhasilan dan kesuksesannya.

Kejadian meningkatnya sebuah bisnis kuliner pun dapat menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan oleh banyak para pejuang rupiah keluarga supaya tetap bisa terus memperjuangkan bisnis kecil yang mereka miliki agar tetap dapat beroprasi dan berjalan. Untuk usaha bisnis kuliner dengan berbasis online pun tetap dapat menjadi primadona di dalam situasi seperti saat ini. Pada awal adanya peraturan PSBB yang serperti terlihat bahwa adanya penurunan dari omzet yang cukup signifikan yang khususnya pada berbagai macam bisnis restoran yang ada di Indonesia, namun akan tetapi semakin dengan berjalannya waktu justru banyak masyarakat yang sudah lelah dan jenuh dengan kegiatan rutinitas memasak di rumah masing-masing. Yang akhirnya membuat para masyarakat lebih memilih untuk membeli makanan yang siap saji maupun yang disajikan dengan varian frozen food yang mudah secara online. Kini pemesanan makanan secara online menjadi pilihan oleh sebagian besar masyarakat

yang lebih memilih cara mudah.

Selain melakukan penjualan secara online, dimasa pandemi ini banyak juga restoran yang sudah mulai kembali dapat beroperasi untuk bisa melayani para pelanggan dengan menyediakan makanan di tempat namun tetap menjalankan aturan yang berlaku yaitu harus menerapkan protokol kesehatan ketat yang sesuai dengan arahan yang diberikan dari pemerintah. Untuk beberapa hal yang dilakukan Warunk Mie Gacoan saat beroprasi pada masa pasca pandemic yaitu:

- a. Melakukan pengecekan suhu tubuh kepada para karyawan, chef dan juga hingga pada pelanggan yang datang.
- b. Membuat tempat untuk para pelanggan mencuci tangan atau menyediakan hand sanitizer, serta membuat batas yang bertujuan untuk membatasi dari jumlah pelanggan dan juga membuat jarak antara meja dan kursi tempat untuk makan.
- c. Untuk tamu yang datang dan akan makan di tempat, ada karyawan yang akan membantu memilih menu makanan. Sebisa mungkin ada juga karyawan yang bertugas untuk mengingatkan kepada para konsumen agar tetap mematuhi protokol kesehatan dan meminimalisir frekuensi interaksi dengan para pelanggan lain.
- d. Dari mulai awal proses pemesanan produk makanan, penghidangan dari pesanan makanan, hingga pada proses transaksi pembayaran sebisa mungkin akan dilakukan oleh satu pelayan atau karyawan yang juga sama sesuai dengan tugas kerja.
- e. Semua pelayan atau karyawan akan memakai masker dan juga sarung tangan pada saat sedang melayani para konsumen.
- f. Serta untuk tetap akan menyediakan sebuah ruang tunggu untuk para pelanggan telah melakukan reservasi secara online.
- g. Melayani pesanan melalui aplikasi grab
- h. Memberikan banyak promo yang menarik bagi konsumen.

Dari beberapa uraian diatas kami merangkumnya dalam table sebagai berikut:

Sektor	Strategi Pemasaran
Produk	Meningkatkan kualitas rasa dan bahan serta melakukan inovasi-inovasi menu lainnya.
Harga	Harga Mie Gcoan sendiri sudah termasuk restoran yang terjangkau. Ditambah lagi dengan adanya potongan pembelian atau promo pada pemesanan melalui aplikasi grab
Pelayanan	Memberikan pelayanan yang ramah dan sepenuh hati kepada pelanggan. Selain itu memberikan pelayanan yang cepat dengan menambah beberapa karyawan untuk mempercepat operasional restoran. Serta berkerjasama dengan beberapa aplikasi-aplikasi ojek online untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan produk
Promosi	Melakukan promosi dengan melalui social media secaraonline seperti di tiktok, Instagram, twitter, facebook dan platform lainnya.

Sektor	Strategi Pemasaran
Lokasi	Memiliki lokasi yang strategis seperti yang berada di dalam kota terutamanya yang berada di tengah kota, yang mempunyai akses mudah dijangkau seluruh lapisan masyarakat, dekat dengan beberapa fasum.

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan yang ada di atas, maka bisa diambil sebuah kesimpulan terkait mengenai sebuah manajemen strategi yang bertujuan untuk dapat meningkatkan hasil penjualan yang ada setelah adanya pandemi, yaitu meliputi sebuah persiapan dengan cara membuat suatu kerangka dari penjualan yang memprioritaskan dari servis yang dilakukan kepada pelanggan, melakukan pengembangan dari inovasi pada sebuah produk, selain itu juga mengembangkan suatu cara pemasaran yang khususnya yang ada pada media sosial. Sedangkan untuk dalam sebuah pelaksanaan dengan melakukan penyajian makanan secara cepat yang pastinya tanpa mengurangi kualitas dari produk makanan tersebut, menyediakan tempat dan pelayanan yang terbaik serta nyaman untuk para konsumen dan untuk selanjutnya terus melakukan inovasi-inovasi terbaru pada pengembangan menu yang sesuai dengan keinginan serta keinginan pelanggan. Di dalam sebuah sistem yaitu melakukan kegiatan meninjau dan juga mengembangkan sebuah kinerja dari para karyawan agar untuk tetap memegang erat SOP yang berlaku, selain itu juga mengontrol kualitas dari rasa di dalam menu yang lama dan juga pada menu yang baru. Pada tahap evaluasi yang mana dalam hal ini berkaitkan dengan cara memberikan sebuah daftar pertanyaan secara berkala kepada para pelanggan di dalam menilai kualitas pelayanan dan juga kualitas dari menu yang dimiliki, serta memberi sebuah penghargaan atau apresiasi dan penghargaan kepada para karyawan yang dapat bekerja dengan baik.

Pertimbangkan untuk melakukan analisis faktor eksternal seperti perubahan tren konsumen, kebijakan pemerintah terkait pembatasan atau regulasi, dan perubahan dalam situasi ekonomi yang dapat mempengaruhi penjualan makanan dan minuman di wilayah tersebut. Analisis ini dapat membantu dalam memahami konteks yang lebih luas di mana strategi penjualan diimplementasikan. Selain fokus pada strategi warung, penting untuk memahami preferensi pelanggan dan umpan balik mereka terhadap produk dan layanan yang disediakan. Melakukan survei atau wawancara dengan pelanggan Warung Mie Gacoan dapat membantu dalam menilai apakah strategi yang diterapkan telah memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amindoni, A. (2020). Virus corona: Pendapatan usaha kecil'pupus' akibat COVID 19, pemerintah siapkan bantuan sosial untuk pekerja harian. *Jakarta: BBC News Indonesia*.
- Pearce, J. A., Robinson, R. B., & Subramanian, R. (2000). *Strategic management: Formulation, implementation, and control*. Irwin/McGraw-Hill Columbus, OH.
- Prabowo, R. G. M. (2019). *Manajemen Strategi*.
- Priharto, S. (2019). Analisis SWOT untuk Bisnis. *Jakarta: PT Cipta Piranti Sejahtera*.

Safroni, L. (2012). Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia. *Surabaya: Aditya Media Publishing.*

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic management and business policy* (Vol. 55). Pearson Boston.