

STRATEGI DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL USAHA KECIL DAN MENEGAH (UMKM) BERTAHAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Nani Supriyani¹
Universitas Mandiri
nani.supriyani@ymail.com

Dewi Untari²
Universitas Mandiri
dew11untari@gmail.com

Abstrak – Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dan pemanfaatan media sosial usaha kecil dan menengah untuk bertahan di tengah pandemi covid-19. Dalam melaksanakan penelitian ini metode jenis pendekatan yang digunakan dengan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa resto meatandmeet di tengah pandemi covid-19 ini berusaha dengan berbagai cara meatandmeet sangat kreatif dan inovatif teknologi yang digunakan sangat menarik dengan memanfaatkan teknologi media sosial melalui Instagram di mana akun Instagram meatandmeet memiliki banyak pengikut dan banyak hasil- hasil dari konsumen sebelumnya yaitu testimoni dari tiga menu yang ditawarkan pada resto meatandmeet. Upaya lain yang dilakukan resto meatandmeet adalah memberikan *home service delivery* dimana konsumen diberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan, konsumen tidak harus memikirkan peralatan untuk bisa berkumpul menikmati makanan yang sedang tren saat ini yaitu resto meatandmeet menawarkan berbagai pilihan menu terutama yang paling diminati adalah menu paket BBQ dan Shabu yang komplit. Di dalam paket menu paket BBQ dan Shabu tersebut di keterangan hanya untuk empat orang saja namun setelah melakukan pemesanan menu tersebut bisa dinikmati untuk lebih dari sepuluh orang maka harga yang ditawarkan pada resto meatandmeet sangat relatif murah dan tetap dapat menikmati masakan menu BBQ dan shabu tanpa harus datang ke resto jadi bisa menghindari kumpulan banyak orang dan mengikuti peraturan pemerintah untuk berdiam diri dirumah namun tetap bisa menikmati masakan BBQ dan shabu dirumah.

Kata Kunci : Strategi, Media Sosial, UMKM

Abstract - *The purpose of this study was to determine the strategies and use of social and medium media to survive the covid-19 pandemic. In carrying out this research, the type of approach used is descriptive qualitative research. The results obtained from this study are that the meatandmeet restaurant in the midst of the Covid-19 epidemic is trying in various ways. Meatandmeet is very creative and innovative. The technology used is very attractive by utilizing social media technology through instgrams where the meatandmeet instagram account has many followers and many results. - The results of previous consumers are testimonials from the three menus offered at the Meatandmeet Restaurant. Another effort made by the meatandmeet restaurant is to provide home service delivery where consumers are given an order, consumers do not*

have to judge the equipment to gather to enjoy the food that is currently trending, namely the meatandmeet restaurant offers a variety of menu options, especially the most popular ones are the BBQ and Shabu package menus which Complete. In the menu package, the BBQ and Shabu package is mentioned only for four people but after ordering the menu it can be enjoyed by more than ten people, the price offered at the meatandmeet restaurant is very relatively cheap and you can still enjoy BBQ and shabu menu dishes without having to. come to the restaurant so you can avoid crowds of people and follow government regulations to stay at home but still enjoy BBQ and shabu dishes at home.

Keywords: Strategy, Social Media, UMKM

PENDAHULUAN

Kasus pandemi covid-19 ini menghantam keras sektor ekonomi dan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Data yang diperoleh dari departemen pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) dan perlindungan konsumen dan juga Bank Indonesia menerangkan bahwa sebanyak 72 % pelaku usaha terutama para UMKM terdampak keras kasus pandemi covid-19 yang sulit untuk bertahan. Pelaku usaha UMKM mengalami penurunan dalam penjualan dan penyaluran modal dan semua sektor usaha terdampak ada sekitar di angka 63 juta pelaku usaha UMKM yang merupakan 99,9 % dari keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. Pelaku usaha UMKM menyerap 97 % tenaga kerja nasional dan pada tahun 2019 para pelaku usaha UMKM memberikan kontribusi sebesar 60,34 % terhadap PDB artinya bahwa jelas pelaku usaha UMKM mempunyai peran yang sangat penting dan signifikan dalam perekonomian di Indonesia.

Kasus pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia dan di keluarkan peraturan pemerintah nomor 21 tahun 2020 berkaitan dengan pembatasan sosial berskala besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan kepada masyarakat jika tidak memiliki keperluan yang sangat

mendesak dihimbau untuk berdiam diri di rumah. Dan kebijakan pemerintah untuk *social distancing*. Maka hal tersebut menjadi dampak terbatasnya operasional para pelaku UMKM dan menjadi berkurang pembeli yang berbelanja secara *offline* datang ke tempat langsung dibandingkan hari sebelum terjadi pandemi covid-19. Dengan hal tersebut pelaku usaha UMKM dapat menyesuaikan dan memanfaatkan untuk membuka toko online dapat melalui E-commerce yang sudah ada, dan dapat dimanfaatkan secara gratis media-media online tersebut.

Manfaat dari penelitian ini adalah membantu pelaku UMKM dalam bertahan di tengah kasus pandemi covid-19 untuk menjalankan usaha dan dapat membantu sumber daya manusia untuk tetap bekerja di masa sulit ini dengan **“Strategi Dan Pemanfaatan Media Sosial Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Bertahan Di Tengah Pandemi Covid-19”**

KAJIAN LITERATUR

Strategi Pemanfaatan Media Sosial

Aplikasi penjualan pembelian dan melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial yaitu E-commerce. (Kotler Philip dan Armstrong, 2012). Penelitian (Herdilawati, 2019) dan

(Setyorini et al., 2019) memberikan kesimpulan bahwa media sosial atau E-commerce mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan dan pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM.

Dalam pelaksanaan perdagangan e-commerce adalah pelaku UMKM di tuntut untuk bisa menyampaikan dan mengkomunikasikan produk secara terus menerus dan insentif dan dengan melakukan pemasaran produk dengan menggunakan digital marketing dan e-commerce dan memanfaatkan sosial media untuk mendapatkan jangkauan pembeli atau konsumen secara langsung dan dapat menekan biaya promosi untuk lebih sedikit. E-commerce dan digital marketing merupakan salah satu pemasaran yang terus dilakukan dengan menggunakan dan memanfaatkan akses-akses internet. Pemanfaatan teknologi media sosial dan juga perangkat digital lainnya yang membantu perusahaan dan pelaku usaha dalam mempromosikan produknya dan jasa yang dimiliki maupun memperluas pasar baru yang sebelumnya terbatas dan tertutup dikarenakan adanya keterbatasan waktu, jaran dan cara berkomunikasi. (prabowo, 2018). Dari hasil penelitian (hendrawan et al. , 2019) menerangkan bahwa digital marketing atau e-commerce sangat berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap peningkatan penjualan para pelaku UMKM.

Media sosial adalah suatu grup sejenis aplikasi yang berbasis internet yang menggunakan ideologi teknologi Web di 2.0 dimana para pengguna internet dapat membuat dan menggunakan untuk bertukar informasi pada aplikasi yang tersedia tersebut. (Kaplan dan Haenlin, 2010). Williams dkk (2012) mengungkapkan bahwa media sosial yang sangat diminati dan digemari yang memiliki jutaan pengguna diindonesia adalah Instagram, facebook, twitter, blog dan sosial media lainnya.

Sosial media dapat memungkinkan para pengguna untuk dapat melakukan komunikasi dengan para jutaan orang pengguna media sosial. Bagi para pelaku UMKM dan pemasar hal tersebut merupakan suatu peluang yang memiliki potensi besar dan kesempatan yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran menggunakan media sosial. Media sosial dapat memungkinkan berbagai jenis informasi diantara-Nya para pengguna menjadi lebih mudah dan bisa dilakukan dimana saja (Akrimi dan Khemakem, 2012). Dengan peluang dan potensi yang besar sangat berpengaruh untuk perusahaan.

Media komunikasi pemasaran dan Teknologi media sosial juga memiliki perbedaan, perbedaan tersebut always on dan everywhere. (Powers dkk. ,2012). Para pengguna teknologi media sosial dapat memanfaatkan dan mengakses kapan saja dan dimana saja tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat karena bukan hanya bisa diakses menggunakan komputer saja namun dapat dilakukan di mobile/ smartphone yang memiliki akses internet. Maka hal tersebut dapat memberikan peluang dan potensi besar bagi para UMKM dan bagi para pemasar untuk bisa melakukan komunikasi pemasaran online kapan saja dan dapat dilakukan dimana saja. Teknologi dan media sosial digital marketing merupakan kegiatan promosi yang efisien dan efektif dan juga merupakan pencarian pasar melalui e-commerce digital secara online dengan memanfaatkan berbagai aplikasi atau sarana seperti jejaringan sosial yang banyak digunakan (Purwana et al., 2017). Hal yang dilakukan pemasaran secara online digital marketing yang sering digunakan dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha UMKM dan para pemasar adalah seperti memasarkan produknya melalui Instagram, facebook, twitter dan media sosial lainnya. Selain hal tersebut pemasaran media sosial digital marketing dan perkembangan teknologi yang sangat pesat yang mengharuskan para

UMKM dan para pemasaran bisa memahami. Dari hasil penelitian yang diperoleh (Hendrawan et al., 2019) menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap peningkatan penjualan bagi UMKM.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya yang dilakukan para pelaku UMKM dan para pemasar untuk bertahan di masa pandemi covid-19 yang terjadi pada seluruh dunia. Penelitian ini mendeskripsikan dan menjabarkan strategi-strategi apa saja yang dilakukan untuk bisa bertahan di masa sulit ini oleh karena itu pelaku UMKM dan pemasar agar mampu terus bertahan dan menjadi lebih bisa responsif dengan keadaan yang terjadi dan terhadap perubahan iklim bisnis pada saat ini covid-19.

METODE PENELITIAN

Jenis Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif di mana penelitian ini adalah suatu proses metode penelitian yang landasannya berdasarkan pada filsafat pos positivisme. Yang dilakukan dalam penelitian ini pada kondisi yang objek dan alamiah dimana data tersebut atau pelaku peneliti sebagai instrumen dan kunci dalam menyelesaikan penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sampel sumber data yang dilakukan secara purposive ditempat langsung yang diambil peneliti. Teknik penelitian yang digunakan ini adalah mengumpulkan data dan informasi dari tempat penelitian dengan triangulasi. Dalam melakukan analisis data yang digunakan bersifat induktif/kualitatif. Dan dari hasil yang didapat dalam penelitian ini lebih menekankan makna yang dapat dari generalisasi. (Sugiyono, 2012). Menurut Nazir (2011) menjelaskan studi kepustakaan yaitu meliputi kegiatan mengumpulkan data yang dilakukan untuk memperoleh bahan

dan sumber referensi yang lebih mendalam tentang kajian yang diteliti seperti sumber pustaka yang diteliti berasal dari buku, jurnal, media cetak dan media elektronik serta sumber dari literatur lain yang terkait dengan pembahasan penelitian yaitu memanfaatkan media sosial agar tetap bertahan di masa sulit saat Covid-19.

Sesuai dengan yang sudah ditentukan karakteristik yang dilakukan peneliti untuk mengemukakan diatas maka penelitian ini melakukan pendekatan maka pendekatan tersebut dengan pendekatan kualitatif yang didefinisikan oleh Melong (2002). Yaitu; (1) peneliti melakukan dan berupaya bertindak sebagai instrumen yang paling terdapat atau yang utama dikarenakan disamping pengumpulan data namun ada penganalisis data dalam melakukan penelitian terlibat langsung ke lapangan untuk proses penelitian.; (2) memiliki latar alami yang natural *setting*. Data yang diteliti dan yang dihasilkan akan dipaparkan sesuai dengan yang terjadi pada saat di lapangan.; (3) hasil penelitian ini dari pendekatan kualitatif bersifat deskriptif karena data yang didapat dan dikumpulkan tidak berupa angka melainkan berupa kata-kata yang didapat pada saat dilapangan.; (4) pada penelitian ini lebih mengoptimalkan dan mementingkan proses dari pada hasil yang didapat.; (5) terdapat batasan permasalahan yang dilakukan dan ditentukan dalam fokus penelitian.; (6) analisa data yang dilakukan lebih cenderung bersifat induktif.

Subjek dalam penelitian yang dilakukan ini adalah resto makanan jepang suki-suki dengan akun instagram @meatandmeet.id. @meatandmeet adalah salah satu UMKM yang berusaha untuk bertahan di masa pandemi Covid 19 saat ini yang tidak boleh berkumpul banyak orang maka @meatandmeet tersebut melakukan upaya dengan cara pesan makanan jepang ditambah dengan semua peralatan masak mulai dari

kompas gas hingga barang terkecil seperti gunting, sumpit, dan sedok lengkap sesuai dengan yang di pesan @meatandmeet menjual tiga tipe menu dan pemesanannya adalah per paket tidak bisa hanya satu orang saja per paket tersebut untuk empat porsi. Dalam melakukan penyusunan penelitian penulis melakukan proses pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan dan dapat memproses keterangan tersebut serta memproses menganalisis data tersebut sehingga data tersebut akurat informasinya dalam penelitian. Sumber data yang didapat dalam penelitian ini melalui observasi langsung pada resto meatandmeet masakan jepang. Data tersebut di dapat dari berbagai sumber yaitu dari referensi jurnal, buku dan internet dan dokumentasi, data lain yang berkaitan dengan permasalahan yang dilakukan dalam penelitian ini untuk dapat memproses bahan pemikiran teoritis dalam tahap penelitian.

Pengumpulan data yang sangat diperlukan dalam pelaksanaan penelitian agar data tersebut diperoleh data yang akurat dan tepat sehingga data yang valid dan reliabel. Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu teknik dengan cara-cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data tersebut. Yang digunakan dalam pengumpulan data juga harus tepat dan baik dengan demikian data yang didapat dan dikumpulkan bersifat akurat, baik dan benar. Teknik yang dilakukan pengumpulan data adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang meliputi sebagai berikut: (1) wawancara yang digunakan sebagai cara dalam mengumpulkan data sehingga apabila peneliti akan melakukan pendahuluan dalam menentukan permasalahan yang harus diteliti tersebut dan apabila peneliti ingin mengetahui terkait hal dari responden dari yang di teliti dapat lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit tidak banyak. Teknik

pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan dari laporan diri sendiri yaitu *self report* atau setidak-tidaknya pada pengetahuan yang dimiliki dan keyakinan pribadi. Teknik yang dilakukan pada interviu yang digunakan dalam melaksanakan Tanya jawab secara mendalam dengan responden yang ada pada topik pembahasan. Wawancara dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi dan keterangan dari responden menyangkut permasalahan-permasalahan yang diteliti. Hasil dari wawancara tersebut dicatat dalam catatan sementara yang dikumpulkan untuk hasil wawancara dan pada akhirnya hasil wawancara tersebut disusun kembali.; (2) teknik dokumentasi yang digunakan dan dilakukan yaitu karena banyak hal dokumen yang dimanfaatkan untuk menguji data tersebut, dan menafsir bahkan meramalkan hasil, dan dilakukan bahan-bahan secara tertulis berupa arsip dan dokumen yang sudah ada dan disamping itu ada beberapa alasan dari penggunaan dokumentasi diantara-Nya dokumen dan *recorder* yang merupakan sumber yang sangat stabil, kaya dan mendorong dan berguna sebagai bukti fisik untuk suatu kejadian yang memiliki sifat alamiah secara nyata sesuai dengan konteks. Adapun dokumentasi yang dilaksanakan oleh peneliti adalah di lokasi penelitian diantara-Nya adalah mendokumentasikan alur dari penelitian. Data adalah bahan penting yang sangat berguna untuk memecahkan permasalahan yang terjadi. Data yang digunakan informasi yang memiliki kaitannya dengan penelitian.; (3) studi pustaka ini diartikan sebagai suatu tindakan untuk mendapatkan informasi dari penelitian sebelumnya dan terdahulu yang sudah harus dikerjakan tanpa memedulikan apakah hasil penelitian menggunakan data primer atau menggunakan data sekunder. Apabila penelitian tersebut yang dilakukan menggunakan penelitian lapangan dan

laboratorium atau di suatu ruangan. Nazir (2011) memberikan penjelasan bahwa studi kepustakaan merupakan teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data dengan melakukan studi penelaahan terhadap sumber-sumber buku, literatur catatan dal laporan yang memiliki hubungannya dengan permasalahan yang akan dipecahkan.

Dalam penyajian data dan analisis data adalah dengan menyuplai dan menyajikan data agar memudahkan dan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan akan terjadi selama melakukan penelitian sedang berjalan. (Sugiyono, 2016). Setelah penelitian berlangsung perlu adanya perencanaan kerja yang berdasarkan apa yang telah didapat dan dipahami. Dalam proses penyajian data selain menggunakan berupa teks secara naratif juga berupa bahasa yang digunakan yaitu bahasa nonverbal seperti bagan dan grafik, denah, matriks dan berupa tabel. Penyajian data yang dilakukan yaitu merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun oleh peneliti berdasarkan kategori dan juga pengelompokan yang dapat diperlukan.; proses penarikan dalam penarikan kesimpulan yaitu yang digunakan teknik analisis data verifikasi data. Verifikasi data yang dilakukan apabila kesimpulan yang awal dikemukakan masih bersifat sementara belum diselesaikan dan dapat berubah bila tidak dibarengi dengan bukti pendukung yang akurat dan kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data yaitu sebagai berikut, apabila kesimpulan yang telah dikemukakan di tahap awal dan didukung dengan bukti yang valid dan sesuai konsisten pada saat penelitian dan kembali kelapangan dalam mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut merupakan yang kredibel dapat dipercaya. Sugiyono (2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan UMKM harus berusaha agar tetap bertahan di tengah pandemi covid-19. Maka strategi yang dilakukan oleh pemilik akun @meatandmeet dengan cara *home service delivery* dan memberikan gratis peminjaman alat makan dan alat masak dan memberikan gratis ongkos kirim dengan kejauhan jarak 10km. namun @meatandmeet menentukan standar dalam pemesanan tidak berlaku untuk pemesanan 1 porsi namun hasil minimal order dengan 4 porsi. @meatandmeet adalah resto yang menjual makanan jepang ada 2 macam menu yaitu makanan yang sedang di gemari masyarakat yaitu makanan jepang suki dan shabu. @meatandmeet berlokasi di jalan cicukang indah 6 no 19 mekar rahayu kecamatan margaasih Bandung dan di jalan asia afrika Bandung.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di @meatandmeet bagaimana caranya agar tetap bertahan di tengah pandemi covid-19 strateginya terutama pada media sosial Instagram dan menekankan pada *home service delivery* dan peminjaman alat masak berikut adalah akun dari @meatandmeet.



Gambar 1. akun Instagram meatandmeet

Strategi dan Pemanfaatan Media Sosial Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Pada gambar 1 ini adalah akun Instagram @meatandmeet di mana pada akun tersebut sudah dideskripsikan secara jelas informasi-informasi bagaimana cara melakukan order dan banyak testimoni yang di unggah pada akun Instagram @meatandmeet sendiri. Akun @meatandmeet memiliki banyak pengikut yaitu sejumlah 4.085 ribu yang membuat pembeli untuk melakukan order karena tidak hanya pengikutnya saja yang banyak namun testimoni yang dimasukkan pada akun @meatandmeet juga banyak. Ketertarikan pembeli di mana akun @meatandmeet menekankan pada *home service delivery* kemudian ada gratis pengiriman dan gratis peminjaman alat masak dan alat makan jadi Pembatasan Sosial Berskala Besar tidak jadi pengaruh untuk tetap berkumpul dengan keluarga bisa menikmati masakan jepang di tengah pandemi covid-19 tanpa harus memikirkan peralat-peralatannya karena bisa di kirim ke rumah masing-masing pemesan.



Gambar 2. hasil pemesanan dari konsumen

Pada gambar 2 tersebut adalah gambar hasil dari pemesan konsumen terlihat pada gambar bahwa menu yang di dapat banyak bisa untuk lebih dari 4 orang dalam ketentuan menu paket tersebut adalah untuk 4 orang namun

bisa dinikmati lebih dari 4 orang. Dari gambar juga terlihat resto meatandmeet memberikan peralatan lengkap mulai dari alat makan hingga kompor serta bumbu-bumbu sesuai dengan pilihan yang dipilih oleh konsumen dan air mineral untuk memasaknya. Waktu untuk *home service delivery* bisa dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen pada standar ketentuan resto meatandmeet memberikan waktu 4 jam namun jika belum selesai bisa lebih tanpa ada biaya tambahan.

Berikut table menu yang di berikan pada akun @meatandmeet yang memiliki 3 tipe menu di sesuaikan dengan keinginan pembeli memilih paket yang mana yang akan di pesan termasuk dengan pilihan bumbu-bumbu.

Tabel 1. menu di resto meatandmeet

<p>Menu paket BBQ dan Shabu pada menu ini untuk 1 porsinya dengan harga Rp 70.000 dengan minimal order harus 4 porsi yaitu menjadi Rp 280.000. dengan harga Rp 280.000 ribu tersebut menu yang di dapat sangat banyak bisa untuk 8 orang. Pada menu BBQ ada beberapa pilihan sauce yaitu Korean sauce, Japanese sauce dan black pepper. Pada menu suki atau shabu yaitu original, tomyum, spicy miso dan sukiyaki.</p>	
--	--

<p>Menu paket BBQ pada menu ini untuk satu porsinya dengan harga Rp 55.000 namun masih sama dengan paket BBQ dan Shabu dalam pemesanan harus order dengan 4 porsi pada menu BBQ ini untuk 4 porsinya dengan harga Rp 220.000 dengan pilihan sauce yaitu Korean sauce, Japanese sauce dan black pepper</p>	
<p>Menu paket Shabu/suki pada menu ini untuk satu porsi dengan harga Rp 45.000 ribu untuk 4 porsi Rp 180.000 dengan pilihan menu suki atau shabu yaitu original, tomyum, spicy miso dan sukiyaki.</p>	

Dari hasil yang diperoleh resto meatandmeet berupaya bertahan di tengah pandemi covid-19 dengan berbagai cara meatandmeet sangat kreatif dan inovatif di mana pandemi covid-19 ini di larang untuk berkumpul banyak orang di sebut dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar resto meatandmeet melakukan *home service delivery* dan memberikan gratis peminjaman alat makan dan alat masak dan memberikan gratis ongkos kirim dengan kejauhan jarak 10km dengan 3 pilihan menu yang ada pada table1. Resto meatandmeet juga memanfaatkan teknologi media sosial melalui Instagram yang memposting hasil testimoni dari 3 menu yang ada pada resto meatandmeet.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa resto meatandmeet di tengah pandemi covid-19 ini mampu untuk bertahan dengan memanfaatkan teknologi media sosial melalui Instagram di mana akun Instagram meatandmeet memiliki banyak pengikut dan banyak hasil- hasil dari pemesan sebelumnya yaitu testimoni dari 3 menu yang ditawarkan pada resto meatandmeet kemudian strategi yang utama adalah *home service delivery* dan memberikan gratis peminjaman alat makan dan alat masak dan memberikan gratis ongkos kirim. Resto meatandmeet untuk bertahan tetap mengikuti protokol kesehatan terkait dengan peraturan pemerintah nomor 21 tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dengan maksud membatasi pergerakan orang untuk berdiam diri dirumah namun tetap dapat menikmati masakan jepang di tengah pandemi covid-19 tanpa harus memikirkan peralatan-peralatannya karena bisa di kirim kerumah masing-masing pemesan.

Saran

Permasalahan Covid-19 tidak dapat dihindari maka saran untuk pemilik resto meatandmeet agar dapat terus bertahan di masa sulit ini dengan berinovatif dengan banyak pilihan menu-menu lainnya dapat terus memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dan untuk mempertahankan *home service delivery* menambah peralatan agar tidak terjadi full pada hari sabtu dan minggu.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrimi, Y., & Khemakem, R. 2012. What Drive Customers to Spread The Word in Social Media. *Journal of Marketing Research and Case Studies*.
- Hendrawan, A., Suchayowati,

Strategi dan Pemanfaatan Media Sosial Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

- H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Batasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*. 4(1), 53-60. <http://www.jurnalstikstarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Moleong, Lexy,. 2002 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nazir, Mohammad, 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Peraturan Pemerintah Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar
- Powers, T., Advincula, D., Austin M, Graiko S., & Snyder, J. 2012. Digital and Social Media in The Purchase Decision Process. *Journal of Advertising Research*
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101-112.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Rahmana, A dkk. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri
- Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(5), 501-509
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Williams, D,L., Crittenden, V,L., Keo, T., & McCarty, P. 2012. The use of social media: an exploratory study of uses among digital natives, *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136