

Strategi Pemasaran Perusahaan Wong Solo Dalam Meningkatkan Pendapatan Setelah Masa Pandemi Covid-19

Ajib Romadhona
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
ajib12@gmail.com

Submitted: 2023-09-15

Revised: 2023-11-20

Accepted: 2023-12-07

ABSTRACT:

Wong Solo Company Marketing Strategy to Increase Revenue After the Covid-19 Pandemic. The background to the restaurant business experiencing a decline in income is the Wong Solo restaurant business. The Wong Solo restaurant business is a restaurant business that is well known in Indonesia. This restaurant, which is synonymous with chili sauce, has many branches in various large provincial areas, one of which is in Palembang, South Sumatra. The aim of this research is to find out the marketing strategy for Wong Solo restaurants to increase income after the Covid-19 pandemic. This type of research is qualitative research. Data collection techniques include observation, interviews and documentation. Then the data analysis technique uses data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that the Wong Solo company's marketing strategy in increasing revenue after the Covid-19 pandemic is carried out by ensuring a 4P system starting from the product: it must be of higher quality and superior among buyers, then price: food package menus so that it creates interest. Strategic place from the Palembang city branch. Then promotion is carried out widely, covering aspects both through social media and directly through word of mouth. Using 4P as a promotional step in addition to getting lots of customers and increasing revenue after the Covid-19 pandemic.

KEYWORDS: Marketing Strategy, Wong Solo Company, Covid-19 Pandemic

Copyright holder:
© Ajib Romadhona. (2023)

Published by: Scidacplus
Journal website: <https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN: 2656-1050 
This article is under:

How to cite:

Ajib Romadhona. (2023). Strategi Pemasaran Perusahaan Wong Solo dalam Meningkatkan Pendapatan Setelah Masa Pandemi Covid 19. Social Science and Contemporary Issues Journal. () <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.413>

PENDAHULUAN

Seiring berjalanya era globalisasi saat ini, banyak peristiwa yang terjadi di berbagai manca negara, terutama di negara Indonesia, salah satunya yaitu yang paling fenomenal adalah menyebarnya sebuah virus yang sangat menggemparkan bahkan membuat resah seluruh penduduk dunia yaitu yang biasa dikenal virus corona (Covid19). Virus corona adalah sebuah virus yang menyerang sistem pernapasan, yang mana

virus ini dapat menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, bahkan hingga dapat menyebabkan kematian. Virus ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menyebar dengan sangat cepat dan dalam beberapa bulan sudah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia. Hal ini menyebabkan beberapa negara, termasuk Indonesia, memberlakukan kebijakan lockdown untuk mencegah penyebaran virus corona, dengan begitu proses belajar, kerja, bahkan banyak perusahaan yang mendapatkan pengaruh besar dalam keuntungan oleh hal tersebut.¹

Pengusaha rumah makan, banyak perusahaan rumah makan yang mengalami penurunan pendapatan secara drastis, hal itu tidak lain karena masyarakat lebih memilih menjaga keselamatan diri, juga demi mentaati aturan pemerintah.

Salah satu dari rumah makan restoran yang mengalami penurunan pendapatan adalah usaha rumah makan Wong Solo. Usaha rumah makan wong solo adalah bisnis rumah makan yang cukup dikenal di Indonesia, rumah makan yang indentik dengan sambalnya ini telah memiliki banyak cabang di berbagai daerah Provinsi besar, salah satunya berada di Palembang Sumatera Selatan, sasaran konsumen rumah makan Wong Solo adalah para pelajar, mahasiswa, perkantoran dan lain sebagainya. Usaha ini berdiri sejak lama dan sudah memiliki banyak cabang rumah makan berada dipusat kota. Akan tetapi, saat ini usaha rumah makan Wong Solo mengalami penurunan pendapatan, tidak hanya usaha rumah makan Wong Solo saja tetapi beberapa usaha-usaha lainnya juga ikut berdampak dikarenakan adanya penyebaran ditengah wabah covid-19. Penyebaran virus pandemi Covid-19 dapat menyebabkan kematian sehingga pemerintah memberikan himbauan

¹Nardi.Sunardi, *Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengan Pandemi Covid 19*, hlm. 2

kepada seluruh masyarakat di seluruh dunia untuk dirumahkan disebut (*Work From Home*) WFH.

Strategi pemasaran adalah jenis rencana yang ditargetkan untuk mencapai hasil yang optimal di bidang pemasaran. Strategi ini sangat penting mengingat sebegus apapun segmentasi, target pasar dan positioning pasar yang dijalankan, tidak akan berhasil jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat, strategi pemasaranlah yang harus dicapai konsumen sebanyak-banyaknya disamping itu tujuan strategi juga digunakan untuk menjatuhkan lawan, atau menghadapi serangan pesaing yang ada dan akan masuk.²

Menurut Kinsey Menentukan segmentasi pasar membantu restoran dan pemilik restoran untuk menentukan strategi yang tepat untuk menarik perhatian dan konsumen. Strategi pemasaran yang disesuaikan dengan segmen pasar sasaran harus mencapai keuntungan maksimal. Setiap operasi restoran sangat berbeda dan berurusan dengan penawaran dan layanan unik yang menarik bagi konsumen. Bahkan dengan strategi dan program yang mendukung, percuma saja jika perusahaan tidak menerapkannya dengan hati-hati. Strategi hanyalah salah satu dari tujuh hal yang perlu dilakukan bisnis dengan benar. Ada unsur strategi, struktur dan sistem, serta gaya(*style*), staff, keterampilan (*skill*) dan nilai bersama (*shared valu*).³

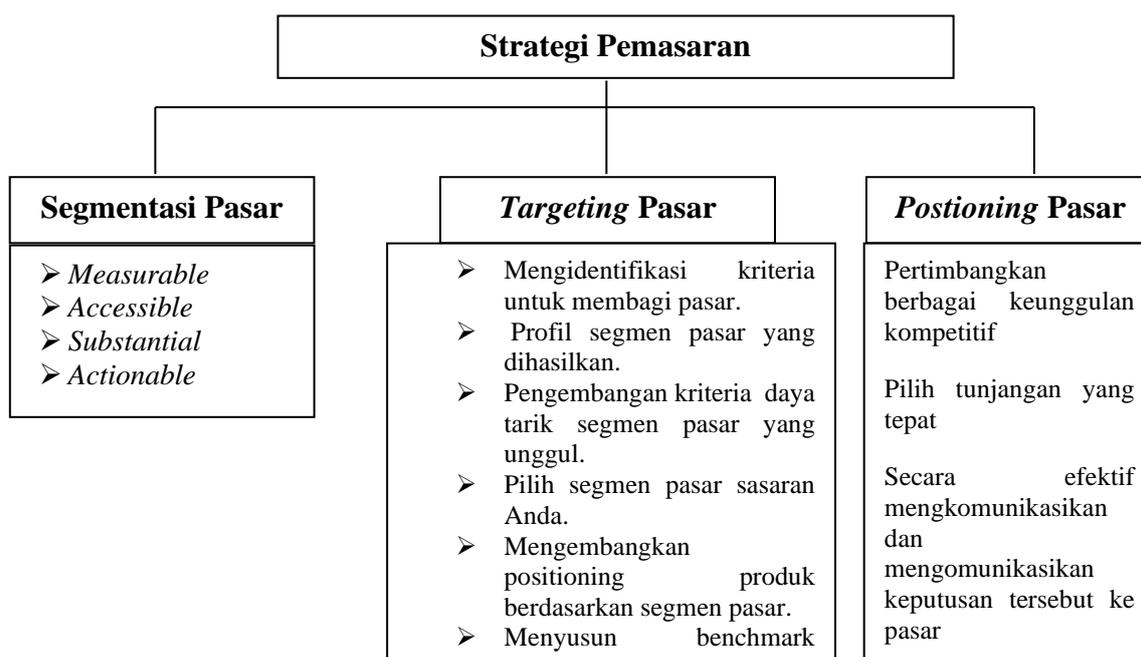
Strategi pemasaran salah satu cara dalam meningkatkan pendapatan didalam suatu perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan setelah wabah pandemi covid-19. Strategi yang tepat sangatlah penting dan diperlukan didalam suatu perusahaan, Strategi adalah sarana umum untuk menunjukkan arah jangka panjang suatu organisasi atau perusahaan, sehingga memerlukan metode dan upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

Meskipun pemasaran sendiri didefinisikan sebagai pelaksanaan pekerjaan yang berkaitan langsung dengan persepsi barang dan jasa

²*Ibid.* hlm 231

³Kinsey, *Pengantar Bisnis Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), hlm.17

dari produsen ke konsumen, arti lain adalah membawa barang dan jasa yang tepat kepada orang yang tepat pada waktu yang tepat dan dengan harga yang wajar. Memberikan promosi dan komunikasi tepat waktu. Dan dalam kombinasi ini, strategi pemasaran menjadi masuk akal. Ini mengacu pada strategi yang terus digunakan produsen barang dan jasa untuk bersaing dipasar. Strategi pemasaran digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, yang terdiri dari keputusan tentang pengeluaran pemasaran perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.⁴ Maka dari latar belakang diatas dapat diketahui bahwa strategi pemasaran sangat penting untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan Wong Solo. Maka dalam hal ini peneliti ingin mengambil judul penelitian **“Strategi Pemasaran Perusahaan Wong Solo dalam Meningkatkan Pendapatan Setelah Masa Pandemi Covid-19”**.



Sumber :Data di olah oleh peneliti, Tahun 2021

Gambar 1
Strategi Komunikasi Pemasaran

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan, Cet 12* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm.186.

Strategi komunikasi sebagai proses komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok bahkan organisasi atau organisasi formal maupun informal, tergantung dari latihan menyampaikan.⁵

METODE

Pendekatan yang diambil data kualitatif karena penelitian bertujuan untuk memahami apa yang dilakukan subjek penelitian, penelitian yang telah dilalui dalam bentuk usaha. Dalam penelitian ini, penulis berharap dapat membantu mengatasi peningkatan pendapatan usaha tunggal dalam konteks pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan metode wawancara atau wawancara, yang dilakukan dengan manajer Rumah Makan Wong Solo dan para konsumen yang sedang melakukan pembelian dirumah makan tersebut. Data sekunder adalah data tambahan dari sumber tertulis, antarlain adalah buku, majalah ilmiah, dokumen resmi, dan lain lainnya.

Metode Pengumpulan Data yakni observasi Pengamatan yang dilakukan langsung pada usaha rumah makan Wong Solo, kemudian wawancara dengan mendapatkan data secara langsung dari 1 orang pengelola SDM gudang dan pengelola marketing rumah makan Wong Solo 1 orang, serta dari karyawan sebanyak 2 orang, wawancara dilakukan secara langsung melalui tanya jawab berdasarkan pertanyaan yang ditentukan (Soerjono Soekanto:2016).⁶ Dan terakhir dokumentasi dikumpulkan berbagai data yang berhubungan dengan judul dalam artikel ini. Kemudian teknik analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

⁵Edi Suryadi. *Strategi komunikasi sebuah analisis teori praktis di era global*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 4

⁶Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm.12

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Strategi Pemasaran Perusahaan Wong Solo dalam Meningkatkan Pendapatan Setelah Masa Pandemi Covid-19

Menurut Sofian Asauri tentang strategi pemasaran sebagai seperangkat tujuan dan sasaran, pedoman atau aturan yang memandu usaha pemasaran perusahaan atau organisasi dari waktu ke waktu.⁷

Manajemen strategi merupakan upaya agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi usaha tersebut dalam jangka panjang. Sesuai dengan sebagai kunci keberhasilan dalam sebuah perusahaan Wong Solo, yaitu:

Dengan strategi pemasaran akan lebih memperkenalkan produk ke masyarakat yang lebih luas. Hal ini tentunya menggunakan manajemen strategi dalam bentuk konsep yang memang dipakai untuk membangun keberlangsung dengan menggunakan perencanaan.⁸

Strategi pemasaran yang terbentuk dalam manajemen sejalan menurut Terry Manajemen aturan adalah proses atau kerangka kerja yang terlibat dalam membimbing atau mengarahkan sekelompok orang menuju tujuan pengetahuan yang relevan dengan bisnis dan mempertahankan bisnis agar terus berkembang dari waktu ke waktu. Dengan strategi pemasaran yang tepat, Anda dapat menjangkau pelanggan baru, mengenal orang yang tidak Anda kenal sebelumnya, dan tertarik pada orang yang sebelumnya tidak minati.

Strategi pemasaran yang dilakukan tepat, maka konsumen akan lebih mengenal produk yang kita tawarkan.⁹

Dalam ilmu manajemen pemasaran menggunakan metode dakwah bil hal sebagai implementasi terkemuka yang mampu mengatasi dunia

⁷Mahmud Moachfoedza, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: CV. Andi Alfabeta, 2019), hlm. 50

⁸Tyok, Staff gudang Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

⁹Amalia, Pramusaji/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

interaksi dalam menentukan strategi pemasaran akan memberikan manfaat terhadap perusahaan rumah makan Wong Solo yang melakukannya, dan akan berdampak terhadap keberhasilan usaha.

Sangat berpengaruh sekali terhadap keberhasilan perusahaan rumah makan Wong Solo sebagai media promosi ke kepada dunia luar.¹⁰

Strategi pemasaran menjadi kunci keberhasilan usaha. Dalam meningkatkan Untuk meningkatkan penjualan melalui penerapan strategi pemasaran apapun, nilai dakwah sangat penting karena tidak berbeda dengan ajaran utama Islam. Dakwah yang sukses adalah dakwah yang efektif mengantarkan umat kepada Umar Marouf Nahi Munkar. Dalam bisnis, dia menekankan sifat kesejahteraan dunia, sebagaimana umat Islam, harus menyeimbangkan antara kedua sisi baik kepada ajaran Islam cara menjalankan usaha hingga berperan penting menentukan langkah dalam menjalankan usaha apalagi bersifat usaha rumah makan Wong Solo saat ini.

Strategi pemasaran dengan digital marketing akan menjangkau dunia luar, dan akan memperkenalkan produk kita ke negara lain. Strategi pemasaran yang tepat akan menciptakan konsumen baru yang akan memberikan keuntungan kepada pengusaha.¹¹ Strategi pemasaran yang tepat dan diimbangi dengan kualitas produk menu makanan yang baik akan menambah kepercayaan pembeli. Pasar semakin luas, dan semakin berani bersaing, meningkatnya pesanan yang berdampak meningkatkan keuntungan dan dunia bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara di analisis peneliti dapat menjelaskan bahwa keberhasilan strategi pemasaran pada perusahaan Wong Solo dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pengenalan produk hingga ke pasar luar, mengingat pesaing semakin banyak dan strategi promosi sangat penting digunakan tidak hanya untuk menghadapi

¹⁰Torik Akbar, Karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

¹¹Yadi, staf gudang/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

situasi pandemi tetapi juga dapat mengatasi berbagai permasalahan dalam menjalankan bisnis rumah makan saat ini.

Dalam hal ini yang dilakukan perusahaan Wong Solo meningkatkan promosi memperkenalkan menu baru dan dengan harga diskon dan sebagai keuntungan lainnya bagi pembeli Untuk mempromosikan produk yang dijual atau diproduksi melalui berbagai media sosial. Apalagi di masa pandemi saat ini, Wong Solo secara langsung maupun tidak langsung menjalankan strategi bisnisnya. Berkomunikasi langsung secara lisan. Strategi korporasi Wong Solo di sini mencakup strategi bisnis melalui penjualan offline dan online yang diadopsi akibat pandemi COVID-19. Wong Solo memiliki menu dan varian rasa yang beragam untuk menarik konsumen.

a. Produk (*Product*)

Produk adalah hal yang kompleks yang dapat disentuh atau tidak. Ini termasuk pengemasan, harga, prestise perusahaan, dan layanan perusahaan yang diterima pembeli untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut buku Lati Kotler, "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk dirasakan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi sebagai produk oleh pasar pemenuhan kebutuhan pasar yang bersangkutan.¹² Hal ini sesuai dengan pertanyaan yang diajukan peneliti kepada narasumber apakah ada strategi khusus dalam menentukan mutu pada usaha rumah makan Wong Solo saat ini:

Dikarenakan adanya pandemi, Rumah Makan Wong Solo harus membatasi pengunjung dan berjualan secara offline, namun Rumah Makan Wong Solo juga memiliki layanan dan penjualan secara online untuk memudahkan pembeli memesan makanan yang ditujukan untuk area Palembang.¹³

¹²Alma Buchari dan Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 90

¹³Wini, Pramusaji/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

Kemudian pertanyaan selanjutnya mengenai bagaimana mempertahankan kualitas pada rumah makan Wong Solo saat menghadapi situasi pandemi covid:

“Kalau dari segi harga makanan atau minuman di rumah makan Wong Solo lebih murah jika dibandingkan dengan tempat makan lainnya. Dengan harga murah dan suasana yang mendukung untuk tempat berkumpul serta pelayanan yang dilakukan sangat baik untuk konsumen. Rumah makan Wong Solo juga menjadi tujuan dari semua kalangan. Dalam proses produksi rumah makan Wong Solo ini melakukan pengolahan aneka makanan dan minuman dengan menyajikan nama-nama menu yang unik sehingga membuat konsumen penasaran dengan nama menu yang ada di rumah makan Wong Solo identik dengan ayam bakar khasnya.”¹⁴

Setelah itu peneliti melakukan wawancara dengan Bapak HRD rumah makan Wong Solo:

Saya akui pendapatan dari penjualan menu di restoran Wong Solo selama ini terus menurun. Penurunan tersebut karena adanya pandemi Covid-19 yang membuat jumlah pengunjung Restoran Wong Solo berkurang. Tetap saja, tidak cukup untuk mengambil kerugian. Berikut adalah beberapa strategi untuk mempertahankan Restoran Wong Solo dalam bisnis kuliner meningkatkan kualitas produk, pelayanan terhadap pelanggan, dan promosi lewat media sosial.¹⁵

Kemudian untuk mempertahankan usaha rumah makan tentunya memastikan kualitas menu terbaik dan menari, seperti pertanyaan dari

¹⁴Yadi, staf gudang/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

¹⁵Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

peneliti apakah menu-menu dari rumah makan Wong Solo sangat menarik bagi anda dan pelanggan lainnya :

Tabel 2

Daftar harga menu rumah makan Wong Solo

No	Menu-menu
1	Paket ayam goreng negeri
2	Paket Ayam Penyet Negeri
3	Paket Ayam Bakar Negeri
4	Paket Lele
5	Paket Ayam Bakar
6	Paket Ayam Penyet
7	Paket Ayam Goreng
8	Paket Ikan Nila Bakar/Goreng
9	Paket Empal
10	Paket Bebek Goreng
11	Tumis Kangkung
12	Tumis Tauge
13	Cah Brokoli
14	Cap Cay
15	Sop Tomyam

Wong Solo Restaurant menyediakan daftar menu dan harga untuk konsumen dan pengunjung untuk memilih sesuai dengan preferensi mereka selama kunjungan mereka. Sebagai karyawan, saya harus bekerja sebaik mungkin. Sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Untuk pengolahan makanan rumah makan Wong Solo ini langsung diproses setelah pengunjung memesan menu tersebut. Menurut saya sebagai karyawan harga yang ada di rumah makan Wong Solo ini terjangkau jika dibandingkan lainnya.¹⁶

¹⁶Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023.

Selanjutnya mengenai Apakah rumah makan Wong Solo memiliki nama sendiri dan nama-nama favorit pada setiap menunya :

Menawarkan hidangan yang tidak ditemukan di banyak kafe lain, Restoran Wong Solo juga menawarkan nama menu yang unik, seperti berbagai daging panggang yang dipadukan. Produk yang dijual, seperti makanan dan minuman, diproduksi segera setelah konsumen memesan menu yang diinginkan. Tentunya menu makanan di Wong Solo ini memiliki ciri khas tersendiri dari berbagai menu memang asli dari kota solo jadi semua nama menu berasal dari bahasa solo,

Pengemasan makanan saat dipesan sangat menarik dan tidak merusak pesanan:

Pengemasan sama seperti rumah makan pada umumnya ada yang menggunakan sterofom ada juga khusus kodak nasi yang dari rumah makan Wong Solo semua tersedia disini, jika pemesanan lebih banyak maka kemasan akan diatur sebaik mungkin begitupun sebaliknya mengingat pemesanan dan pengemasan menjadi loyal tersendiri bagi konsumen dan pelaku bisnis.¹⁷

Tidak hanya itu mengenai pelayanan yang diberikan dari rumah makan Wong Solo baik secara langsung maupun online kepada pembeli :

Dirumah makan Wong Solo ini selain menunya yang berkualitas, pelayanan tempatnya juga estetik. Selain itu Wong Solo menyediakan wifi jadi cocok untuk kalangan milenial saat ini.¹⁸

Analisis penulis mengenai produk yang ditawarkan pada perusahaan Wong Solo yang identik dengan usaha rumah makan ini menentukan menu-menu pilihan yang memang masih mengandung makna khusus solo sehingga identik dengan menu aneka bakaran, penyet dan geprek semua tersebut dirumah makan Wong Solo ini, produk yang menjanjikan

¹⁷Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023.

¹⁸Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023.

membuat pembeli semakin yakin dan percaya atas kualitas makanan, rasa hingga kepada pelayanan yang diberikan dari seluruh staf yang berkaitan dengan rumah makan Wong Solo dan berhasil menjangkau promosi secara luas.

Maka dapat disimpulkan dari hasil observasi dan wawancara mengenai produk pada perusahaan Wong Solo untuk dapat bertahan lama dan berkelanjutan, perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif memerlukan keterpaduan pemikiran dan sistem strategi untuk mencapainya. Keunggulan kompetitif akan tercapai jika perusahaan dapat menawarkan produk atau pelayanan yang unik dan bernilai di pasar.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah nilai atau uang yang ditawarkan pelanggan sebagai imbalan atas produk tertentu yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Sederhananya, harga adalah ukuran nilai yang ditukar pelanggan saat membeli suatu produk. Harga adalah harga atau sesuatu yang harus dibayar oleh seorang pembeli untuk memperoleh suatu produk. Dalam hal penetapan harga, daya beli masyarakat juga harus dipertimbangkan daripada mengandalkan apa yang diinginkan pengecer sendiri. Zeithalm dan Bitner menjelaskan bahwa penetapan harga biasanya memiliki tiga harga dasar: penetapan harga berdasarkan biaya, penetapan harga berdasarkan persaingan, dan penetapan harga berdasarkan permintaan (*demand-based*).¹⁹

Apakah harga yang ditawarkan dari rumah makan Wong Solo sangat terjangkau bagi seluruh masyarakat:

Mengenai harga tentunya kami berupaya menyeimbangi dengan kalangan masyarakat secara luas, pastinya lebih murah dan sesuai dengan menu-menu yang ditentukan. Harga masih sangat terjangkau dan kami selalu berupaya untuk memikirkan mengenai harga agar tidak

¹⁹Alexander dan Charles, *The Portable MBA Pemasaran*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2019), hlm.120

keberatan dikalangan pembeli dan mereka masih berminat berkunjung ke rumah makan ini.²⁰

Iya pastinya karena harga dan kualitas rasa menjadi faktor utama dalam berbisnis makanan, pembeli akan kembali datang jika memenuhi syarat bagi mereka, dengan rasa yang enak dan harga yang murah. Jika kita mematok harga yang tinggi besar kemungkinan pembeli akan sulit berminat maupun kembali datang ke rumah makan ini lagi.²¹

Pernahkah anda mendapatkan komplein dari pembeli mengenai harga menu :

Alhamdulillah hingga detik ini tidak ada masalah mengenai harga, pembeli mengatakan harganya lumayan murah dan kami senang berburu makanan di sini nanti kami akan mencoba kembali menu-menu baru maupun menu lama di rumah makan ini, sedang bisa mencicipi dan menjadi konsumen di rumah makan Wong Solo, nah kalimat ini menjadi loyal bagi Wong Solo, karena dapat membangun dan meningkatkan penghasilan kedepannya.²²

Apakah harga menu di rumah makan Wong Solo sama saja seperti saat sebelum pandemi covid :

Sama saja harganya gak dinaik-naikkan tetap dengan harga yang setara, biasanya saja kami lebih memilih menentukan *buy one get one* disaat pandemi.²³

Hal ini juga diperkuat oleh pembeli menyatakan bahwa:

“Saya merasa puas ketika mendapat pelayanan yang baik dan produk makanan dan minuman yang memuaskan. Meskipun terkadang agak lama pesanan saya datang tapi hal itu dikarenakan ramai sekali

²⁰Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 12 Mei 2023.

²¹Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 12 Mei 2023

²²Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 12 Mei 2023

²³Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 12 Mei 2023

pengunjung apalagi di malam minggu. Karena ketika malam minggu rumah makan Wong Solo. Tapi ketika rumah makan Wong Solo tidak begitu ramai pesanan cepat prosesnya. Jadi saya tidak sampai menunggu lama. Yang membuat saya tertarik dan sering datang ke dira karena makanan di dira memuaskan, harganya ramah dikantong, bisa buat nongkrong bareng teman-teman dan tempatnya yang estetik jadi bisa buat spot foto terbaru.”²⁴

Analisis peneliti mengenai harga yang ditawarkan pada rumah makan Wong Solo termasuk wajar dan murah, paket termahal tidak sampai lima puluh ribu itu juga sudah satu paket, ada sayur asam, nasi, ayam/ikan dan es teh, sekitaran 25 ribuan ke atas hal ini bagi peneliti sudah seimbang dan dengan banyak mendapatkan bonus tambahan pada menu makanan, bisa saha lalapan atau es yang diberikan dengan ukuran yang lebih besar.

Harga sangat mempengaruhi minat pembeli, jika harga yang ditawarkan cukup fantastis akan berdampak pada pembeli dan merugikan pendapatan, dengan harga yang unggul lebih murah serta banyaknya pilihan menu memastikan pendapatan hasil usaha juga akan meningkat baik dalam situasi pandemi covid-19 maupun disaat situasi sudah normal seperti sekarang ini.

c. Tempat (*Place*)

Menempatkan produk berarti menyediakan produk pada tempat (pasar) yang tepat dan di waktu yang tepat pula. Apakah pemilihan tempat cabang di kota Palembang ini sudah termasuk strategi pemasaran :

Iya tepat sekali, di Palembang ini jumlah pembelinya juga lebih banyak dan biasanya dari seluruh lapisan bisa dari yang muda, tua hingga semua sosialita menyukai tempat dan makanan yang kami sajikan.²⁵

²⁴Melsi, Pembeli di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 12 Mei 2023

²⁵Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 13 Mei 2023

Analisis peneliti menjelaskan bahwa mengenai tempat pada usaha rumah makan Wong Solo dapat dikatakan strategis dan tepat sekali dipusat kota dan ditengah keramaian kalangan muda, pada saat menggunakan media online sebagai petunjuk lokasi rumah makan Wong Solo mudah sekali ditemukan.

d. Promosi (*Promotion*)

Apakah seluruh cabang perusahaan Wong Sola melakukan pemasaran dengan menggunakan iklan melalui media:

Iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Strategi promosi yang memanfaatkan teknologi internet seperti media sosial. Dapatkan pelanggan dengan mudah melalui media sosial²⁶

Tidak hanya itu saja, analisis SWOT dari strategi yang dilakukan Subowo, R.HRD meliputi:²⁷

1) *Streaghts* (kekuatan)

Kekuatan dari strategi yang diterapkan oleh Bapak Subowo dari R.HRD adalah perusahaannya mampu bertahan dari pandemi Covid-19 dan mampu menjangkau berbagai kelompok konsumen. Kekuatan strategi yang diterapkan adalah perusahaan mampu bertahan di tengah pandemi COVID-19 dan mampu menjangkau semua segmen konsumen dengan menetapkan harga yang relatif murah.

2) *Weaknesses* (kelemahan)

Kelemahan dari strategi yang diterapkan oleh Bapak Subowo dari R.HRD adalah ketidakpastian jumlah konsumen harian. Kelemahan strategi ini adalah ketidakpastian jumlah konsumen.

3) *Opportunities* (peluang)

²⁶Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 14 Mei 2023

²⁷Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 14 Mei 2023

Peluang yang Diambil dari Strategi yang Diimplementasikan oleh Bapak Subobo dari R.HRD: Selama pandemi COVID-19, pembatasan aktivitas di luar rumah memaksa wanita Muslim untuk memanfaatkan kesempatan ini untuk menyediakan Kami telah memulai layanan pengiriman produk-produk ini. Menyediakan layanan antar untuk mengantarkan barang yang ditawarkan kepada konsumen karena peluang di luar rumah mereka dibatasi selama pandemi COVID-19, sebuah peluang yang diciptakan oleh strategi Cyberni memanfaatkan peluang tersebut.

4) *Treats* (ancaman)

Ancaman strategi wanita muslimah saat cuaca buruk terutama hujan menyebabkan keterlambatan pengiriman produk ke konsumen. Fluktuasi harga komoditas juga menjadi ancaman. Ancaman dari strategi yang mempersulit pengiriman barang ke konsumen dalam cuaca buruk, terutama hujan, atau membuat pasar tidak dapat dibuka dalam cuaca basah.

Apakah selama masa pandemi covid-19 pemasaran dilakukan hanya dari beberapa orang saja secara pribadi :

Pandemi telah mengubah banyak hal, termasuk cara kita berbisnis. Untuk bertahan hidup, perusahaan harus beradaptasi dan mengubah strategi mereka. Kami akan mengembangkan strategi pemasaran produk yang optimal yang memenuhi kebutuhan pelanggan selama krisis COVID-19. Karena pelanggan menghabiskan lebih banyak waktu dan aktivitas di rumah, mereka memanfaatkan media digital untuk promosi daripada mengunjungi toko secara langsung. Kami menghabiskan lebih banyak waktu di ponsel dan menonton TV daripada biasanya. Misalnya, Anda dapat menggunakan ini untuk membuat promosi "beli sekarang" atau mengirimkan notifikasi push ke

ponsel cerdas pelanggan Anda. tulisan “*sending a great promotion to you.*”²⁸

Apakah pemasaran yang dilakukan selama masa pandemi masih tetap bisa meningkatkan hasil pendapatan :

Jika pandemi COVID-19 menyerang saat ini, jenis iklan perlu diubah. Karena kebijakan jarak fisik yang bertujuan meminimalkan penyebaran COVID-19, iklan jenis orang ke orang menjadi tidak efektif. Untuk mencari informasi yang menawarkan barang dan jasa yang membuat Anda merasa lebih aman, sebaiknya beralih ke platform media sosial. Karena dampak promosi produk melalui media sosial, setiap orang diharuskan menjaga jarak fisik sejak pandemi infeksi virus corona baru, sehingga restoran tidak mungkin melakukan promosi produk secara tatap muka. Oleh karena itu, bisnis membutuhkan strategi pemasaran baru untuk bertahan dari pandemi COVID-19. Berbagai platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram disediakan. Oleh karena itu, ada alternatif pemasaran perusahaan Wong Solo. Yaitu dengan mempromosikan bisnis Anda dalam bentuk promosi online melalui Facebook dan Instagram. Facebook dan Instagram sebenarnya memiliki peminat, mulai dari anak muda hingga banyak orang tua, dan bisa terasa lebih efektif. dalam menarik perhatian konsumen.²⁹

Bagaimana strategi promosi yang digunakan dari rumah makan Wong Solo selama masa pandemi covid :

Salah satu strategi pemasaran produk di masa pandemi saat ini adalah dengan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan jangkauan promosi produk atau jasa Anda. Di masa pandemi COVID-19 seperti sekarang ini, media sosial menjadi platform yang paling mudah diakses oleh semua orang. Ditambah lagi, akses media sosial mudah untuk

²⁸ Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 15 Mei 2023.

²⁹Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 15 Mei 2023.

semua kalangan, mulai dari senior hingga anak muda. Tentu saja, karena masa aplikasi yang relatif singkat, iklan media sosial yang lebih agresif dapat meningkatkan pemasaran Anda, meskipun promosi yang Anda jalankan kurang efektif. Makerting, restoran Wong Solo, menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram dalam banyak hal. Mari lebih sering menggunakan Facebook karena mudah melihat grafiknya.³⁰

Apakah *marketing* di rumah makan Wong Solo juga melakukan promosi secara online agar pendapatan tetap meningkat :

Strateginya adalah memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen saat produk dibawa ke pasar dan mempertahankan keunggulan sehingga dapat muncul produk yang lebih berkualitas untuk meningkatkan kepercayaan konsumen di masa mendatang. . Pemanfaatan berbagai media sosial, perekrutan staf pendukung, pemanfaatan promosi konsumen dan sistem komunikasi agar penyebaran promosi produk lebih efektif dan luas. Gunakan menu produk yang berkualitas tinggi, menarik pembeli, dan tersedia untuk masyarakat luas. Selain itu, digunakan desain iklan yang menarik konsumen dan memperluas jangkauan ke kelompok konsumen yang lebih luas. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan setelah pandemi COVID-19.³¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran perusahaan Wong Solo dalam meningkatkan pendapatan setelah masa pandemi covid-19 yaitu dilakukan dengan memastikan 4P sistem mulai dari produk: harus lebih berkualitas dan unggul dikalangan pembeli, kemudian harga: rumah makan Wong Solo memastikan sekali harga yang dipasarkan terjangkau dan adanya menu-

³⁰Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 15 Mei 2023.

³¹ Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 15 Mei 2023.

menu paket makanan sehingga membuat ketertarikan dan rasa keingintahuan dari pembeli dan setelah mencoba rasa dan membayar harga menu makanan tersebut, pembeli akan kembali berkunjung datang ke rumah makan Wong Solo. Tempat strategi dari cabang kota Palembang sangat tepat dan mudah dijangkau oleh pembeli maupun menggunakan bantuan maps dalam pemesanan gojek atau drive thru. Kemudian promosi dilakukan secara luas menjangkau aspek baik melalui media sosial maupun dilakukan langsung dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Dalam menjalankan bisnis perusahaan Wong Solo ini tentunya menggunakan analisis SWOT dengan memperhatikan *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) agar perusahaan Wong Solo dapat meningkatkan pendapatan setelah masa pandemi covid-19 berakhir.

Pembahasan

Dalam meningkatkan penghasilan penjualan produk yaitu perusahaan Wong Solo ini memiliki jenis produk yang dijual yaitu cita rasa dan menu-menu andalan khas solo. Rumah makan Wong Solo ini selalu mengutamakan rasa dan kualitas selera dari pengunjung. Dan yang terpenting Rumah makan Wong Solo ini selalu memberikan informasi terkait kualitas produk kepada konsumen selalu transparan. Rumah makan Wong Solo menyediakan berbagai menu-menu ayam bakar, ayam geprek, ayam penyet dan masih banyak menu-menu istimewa lainnya yang mampu menggugah selera pembeli yang merasa penasaran untuk mencicipi masakan dari Rumah makan Wong Solo.

Harga menu Wong Solo Restaurant tergolong sedang, apalagi mengingat pandemi Covid-19, dan konsisten dengan kualitas produk yang mereka sajikan. Karena Rumah Makan Wong Solo tidak mematok keuntungan terlalu besar hanya berdasarkan prinsip pemasaran dan kelangsungan usaha. Harga yang lebih tinggi mengurangi jumlah konsumen membeli,

maka dari itu kami menawarkan harga standar. Kami menawarkan harga produk kami sekian persen dari harga *supplier* kami.³²

Pada awal berdiri Rumah makan Wong Solo tetap melakukan promosi secara online, begitu pula dengan perkembangannya secara bisnis belum menunjukkan perubahan yang signifikan. Namun, keadaan tersebut tidak menyurutkan motivasi dan perjuangan narasumber yang telah diuraikan pada hasil penelitian sebelumnya, bahkan keadaan tersebut dijadikan meningkatkan motivasi marketing dan staf dari perusahaan Rumah makan Wong Solo untuk bertanggungjawab bersama dalam mengembangkan usaha ini dan meningkatkan pendapatan baik selama masa pandemi maupun setelahnya. Seiring dengan berjalanya waktu, proses membuka cabang dikota Palembang juga menemui rintangan salah satunya 3 tahun terakhir pemulihan pendapatan harus disetarakan dan diseimbangkan agar Rumah makan Wong Solo tetap bertahan hingga detik ini. Selain itu kami memilih tempat yang strategis pastinya, dan Rumah makan Wong Solo ini peneliti merasa cukup strategis dan mudah dijangkau pembeli.

Berkat upaya yang dilakukan selama pandemi COVID-19 dan promosi yang dilakukan Wong Solo Restaurant, kualitas menu utama selalu terjaga. Selain itu, karena dimungkinkan untuk meningkatkan keuntungan dengan menyediakan berbagai menu sebagai produk, penjualan tidak akan berkurang banyak. Selain itu, tentunya Restoran Wong Solo akan mengadakan promosi untuk menjual atau mengiklankan produk di toko Restoran Wong Solo ini. Apalagi sejak pandemi COVID-19, Rumah Makan Wong Solo memprioritaskan sarana promosi ini. media periklanan rumah makan Wong Solo gunakan saat ini yaitu instagram dan *whatsapp* tetapi lebih dominan ke Instagram. Rumah makan Wong Solo sangat mengutamakan media promosi dan media yang Rumah makan Wong Solo gunakan yaitu media Instagram. Pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa konsumen, terutama yang

³² Observasi Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang

enggan keluar rumah, semakin banyak yang berbelanja secara online. Alhasil, restoran Wong Solo kini tidak hanya berfokus pada pengiriman pesanan secara online atau langsung, tetapi juga menjual dan mempromosikan produknya di media sosial Instagram dan Facebook ke Rumah makan Wong Solo.³³

Cara Restoran Wong Solo di Kota Palembang melakukan kegiatan promosi produk yang kami jual biasanya merupakan cara yang menarik untuk mengundang, mempromosikan dan menawarkan hadiah untuk membantu kami memasarkan produk kami. Kami juga melakukan langkah-langkah periklanan sebagai bagian dari strategi *buy one get one* jika beli satu menu mendapatkan menu lainnya maupun adanya menu paketan yang tidak sampai 40-50 ribu sudah mendapatkan paket makan lengkap seperti nasi, ayam/ikan, bakar/goreng, sambal, sayur asam, tempe/tahu dan es teh biasanya kami lakukan di hari tertentu, contohnya pada akhir bulan dan tahun. Tujuannya melakukan strategi melakukan promosi selain untuk mendapatkan pelanggan baru disini juga ingin memperbanyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan setelah masa pandemi covid-19.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran perusahaan Wong Solo dalam meningkatkan pendapatan setelah masa pandemi covid-19 yaitu dilakukan dengan memastikan 4P sistem mulai produk: harus lebih berkualitas dan unggul dikalangan pembeli, kemudian harga: menu-menu paket makanan sehingga membuat ketertarikan. Tempat strategi dari cabang kota Palembang. Kemudian promosi dilakukan secara luas menjangkau aspek baik melalui media sosial maupun dilakukan langsung dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Dalam menjalankan bisnis perusahaan Wong Solo ini tentunya menggunakan analisis SWOT dengan

³³ Observasi Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukanto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang

memperhatikan *streghts* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *treats* (ancaman) hal ini bertujuan untuk mendapatkan banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan setelah masa pandemi covid-19.

REFERENSI

Akbar, Torik. Karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R.Soeprapto No. 12 Kelurahan 26 Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

Alexander & Charles. 2019. *The Portable MBA Pemasaran*. Jakarta: Binarupa Aksara

Amalia, Pramusaji/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R.Soeprapto No. 12 Kelurahan 26 Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

Amstrong, Kotler. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran:terj. Imam Nurmawarman*. Jakarta: Erlangga.

Anog`ara, Pandji. 2019. *Manajemen Bisnis, Cet 4*. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Assauri, Sofyan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Bankir. 2019. Ikatan Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Bank*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Buchari, Alma & Donni Juni. 2018. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Bungin, Burhan. 2017. *Penelitian Kualitatif: komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana.

Dokumentasi sejarah Puspo Wardoyo adalah pendiri Rumah Makan “Áyam Bakar Wong Solo”, Tahun 2019-2022

Edwin, Mustafa Nasution. 2014. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group,

Ginting, Nembah F, Hartimbun. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.

Gunara, Thorik & Utus Hadiono Sudibyo. 2017. *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: PT. Karya Kita.

Hurriyati, Ratih. 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Ismail, Muhammad Yusanto dkk. 2012. *Menggaga Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Perss.

Kasmir. 2017. *Kewairausahaan, Cet 12*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kinsey. 2018. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Manan, Anwar Latif. 2019. *Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Jakarta Timur)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.

Melsi, Pembeli di Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R.Soeprapto No. 12 Kelurahan 26 Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang, *Wawancara*, 12 Mei 2023

Observasi Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R.Soeprapto No.12, Kelurahan 26 Ilir Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang,

Oliver, Sandra. 2017. *Strategi Public Relation*. Jakarta: Erlangga.

Rianto, Nur Al Arif. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Soekanto, Soerjono. 2016. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangga.

Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R.Soeprapto No. 12 Kelurahan 26 Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang, *Wawancara*, 13 Mei 2023

Subowo, R.HRD di Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R.Soeprapto No. 12 Kelurahan 26 Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang, *Wawancara*, 14 Mei 2023

Sunardi, Nardi. *Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi UMKM Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengan Pandemi Covid 19*.

Suryadi, Edi. 2018. *Strategi komunikasi sebuah analisis teori praktis di era global*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu & Irawan. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Tri Widodo, *Analisis Inovasi Produk, Pemasaran dan Kolaborasi (IP2K) kunci Keberhasilan UMKM Pasca Covid-19, Jurnal STIE Semarang, Vol. 14 No. 3 Edisi Oktober 2022. ISSN: 2085-5656-e-ISSN: 2252-7826. 86*

Tyok, Staff gudang Rumah Makan Wong Solo Jalan Jaksa Agung R. Soeprapto No. 12 Kelurahan 26 Kecamatan Ilir Barat 1, Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

Wibisono S.Kom, Manajer *Marketing* di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 15 Mei 2023.

Wini, Pramusaji/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023

Yadi, staf gudang/karyawan di Rumah Makan Wong Solo Jl. R. Sukamto Kecamatan. Ilir Timur II kota Palembang, *Wawancara*, 11 Mei 2023