

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Usaha

Lesehan Nirwana Bambu (LNB) adalah sebuah resto lesehan yang berlokasi di Jl. Demuk No. 17 Desa Kalangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dan merupakan satu-satunya resto yang menyediakan spot foto dengan nama Nirwana Colouris Night (NCN). Penambahan fasilitas spot foto ini bertujuan agar berbeda dengan resto-resto lainnya dan para konsumen lebih tertarik untuk berkunjung ke Nirwana Bambu, selain tujuan tersebut ada tujuan lain yaitu agar para konsumen tidak hanya mampir makan saja tetapi agar menjadi sebuah tempat favorit wisata kuliner para konsumen. NCN itu sendiri adalah sebuah spot foto ketika konsumen berkunjung pada malam hari, spot foto ini berbentuk jembatan kecil disamping kolam dimana jembatan ini dihiasi lampu- lampu yang berwarna warni yang indah ketika malam hari, sesuai dengan namanya yaitu Nirwana Colouris Night.

2. Sejarah Lesehan Nirwana Bambu Tulungagung

Usaha wisata kuliner ini didirikan pada tahun 2010 yang ditangani dan dikelola oleh anggota keluarga tanpa ada campur tangan dari orang lain. Awal mula berdirinya usaha ini gazebo atau tempat lesehannya masih

berjumlah 4 dan hanya menggunakan 3 orang karyawan saja untuk pengelolaan awalnya. Bisnis ini memanfaatkan media sosial instagram dan facebook sebagai media promosi penjualan untuk menarik minat konsumen. Promosi yang dilakukan melalui media sosial dirasa cukup efektif karena sesuai dengan perkembangan dan perilaku konsumen sekarang ini sehingga pada saat ini Lesehan Nirwana Bambu menjadi sebuah tempat makan yang lebih besar dan bagus.

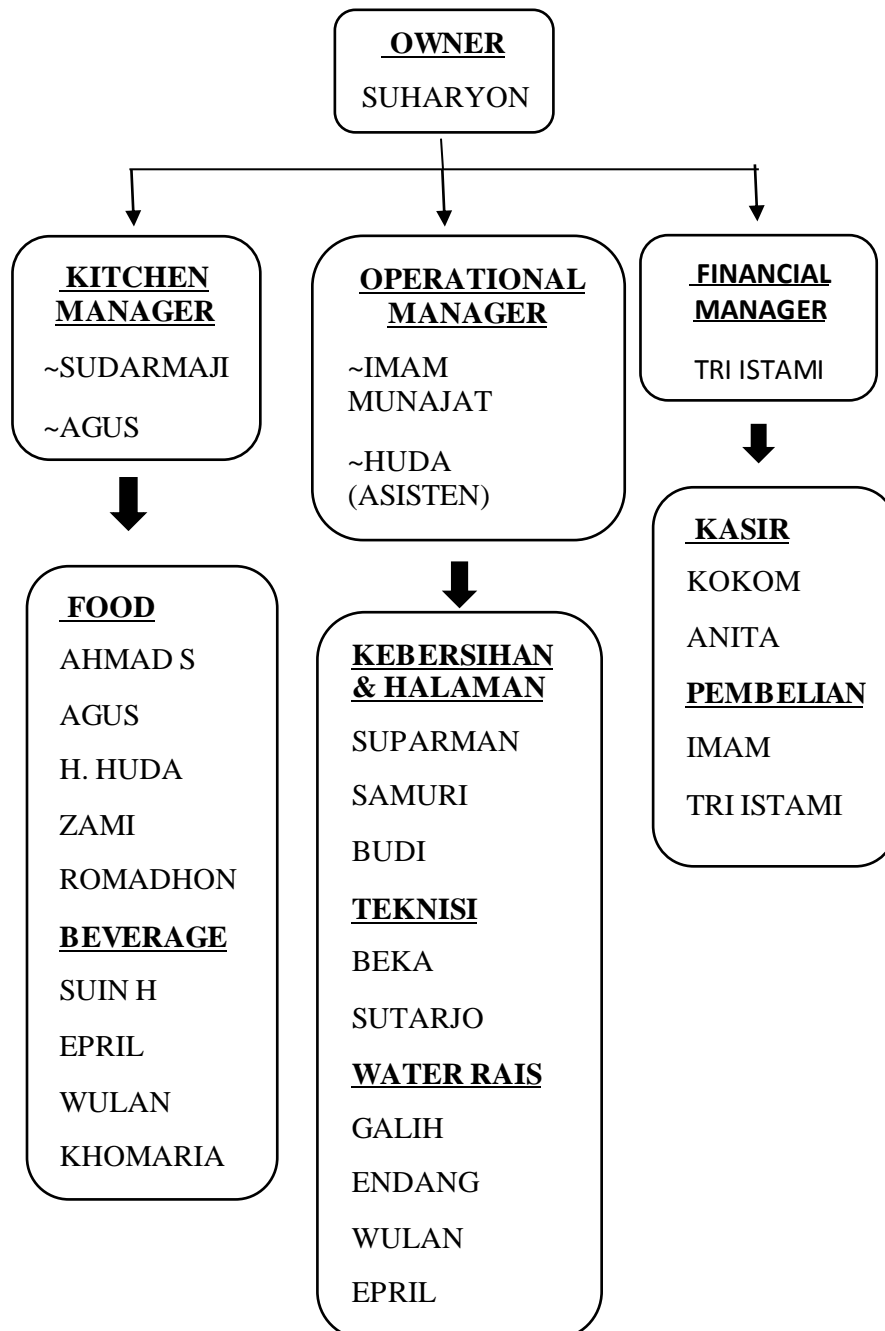
Terdapat banyak faktor yang dipertimbangkan untuk memilih lokasi, yang pertama karena memang pendiri sudah memiliki tanah di tempat tersebut, Kemudian untuk posisi atau letak rumah makan Nirwana Bambu ini memilih tempat yang sangat strategis yang terlatak di antara Kota Tulungagung dengan kota Blitar yang mana dari masing-masing kota hanya berjarak sekitar 15 KM dengan kota Tulungagung serta berjarak 29 KM dengan kota Blitar, dan yang terakhir lokasi Lesehan Nirwana Bambu ini berada lokasi yang padat penduduk yang memudahkan untuk mencari SDM atau karyawan di Lesehan Nirwana Bambu.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah salah satu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang telah di

tetapkan. Rumah makan Lesehan Nirwana Bambu menerapkan stuktur organisasi yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.2
Struktur Organisasi



4. Visi misi

Visi

Menjadikan Lesehan Nirwana Bambu sebagai rumah makan terpercaya dan profesional dengan mengutamakan kepuasan pelanggan melalui kualitas makanan, minuman serta memberikan pelayanan terbaik.

Misi

- a. Menciptakan kualitas produk makanan yang sehat, higienis, dan bercita rasa.
- b. Ketepatan waktu dalam pelayanan.
- c. Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan sebagai salah satu keunggulan dalam bersaing.

5. Tujuan usaha

- a. Mendapatkan keuntungan
- b. Meningkatkan jumlah penjualan.
- c. Memberikan kemudahan dalam melayani kebutuhan pokok.

B. Paparan Data

1. Paparan Tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Strategi pemasaran yang dilakukan dalam mempertahankan bisnisnya di masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan 4 konsep pemasaran yaitu Produk, Price, Place dan Promotion.

a. Strategi Produk

Dalam kondisi pandemi Covid-19 ini Lesehan Nirwana Bambu mengeluarkan produk baru.

Tabel 4.1

Triangulasi Strategi Produk yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Jadi pada saat kondisi pandemi Covid-19 seperti ini kondisi Lesehan Nirwana Bambu lumayan sepi oleh karena itu kita harus memiliki strategi agar mendapatkan pelanggan, salah satunya dengan berinovasi menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yaitu berbagai aneka menu makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan). Disamping itu, produk-produk Lesehan Nirwana Bambu juga dilengkapi dengan variasi menu dan rasa. ⁵²
Informan 2	Di Lesehan Nirwana Bambu ini kita selalu memberikan produk yang fresh, dan bumbu-bumbu pilihan, jadi bahan-bahan yang dijual buat hari ini belanjanya juga hari ini jadi tetap segar. ⁵³
Informan 3	Dulu saya sering beli makanan dipinggir jalan, saya pikir beli di Lesehan Nirwana Bambu itu mahal karena tempatnya yang sangat mewah. Setelah saya mencoba membeli ternyata harganya cukup murah, selain itu banyak menu dan varian rasa minuman yang membuat saya tertarik. ⁵⁴
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, Lesehan Nirwana Bambu sangat mengutamakan kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas produk yang diterapkan membuat menu menu dengan varian baru. Maka akan menarik minat beli konsumen dan juga dapat meningkatkan penjualan.

⁵² Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁵³ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁵⁴ Wawancara dengan Mas Doni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

b. Strategi Harga

Harga merupakan suatu elemen marketing mix yang memiliki peran penting bagi suatu perusahaan, karena harga menempati posisi khusus dalam marketing mix, serta berhubungan erat dengan elemen lainnya. Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam melaksanakan kebijakan harga adalah menetapkan harga dasar produk, menentukan potongan harga, pembiayaan ongkos kirim, dan lain-lain yang berhubungan dengan harga. Agar suatu produk dapat bersaing dipasaran maka pengusaha dapat melakukan penetapan harga dalam hubungan dengan pasar, yaitu apakah mengikuti harga dibawah pasaran atau di atas pasaran. Penetapan harga yang tepat, mampu menjadikan kegiatan pemasaran berjalan dengan baik dan optimal terhadap barang-barang yang ditawarkan.

Tabel 4.2

Triangulasi Strategi Harga yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Kami menetapkan harga dengan melakukan riset lapangan terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui besarnya harga pasar terhadap produk yang sejenis dengan produk yang dihasilkan oleh Lesehan Nirwana Bambu. Dalam hal penetapan harga, Lesehan Nirwana Bambu hanya memiliki satu harga untuk semua kalangan konsumen. Harga yang ditetapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu sudah diperhitungkan yang disesuaikan dengan biaya produksi, operasional, dan keuntungan. ⁵⁵
-------------------	--

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Informan 2	Menurut saya soal harganya sudah sesuai dengan kantong, tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. ⁵⁶
Informan 3	Kita selama pandemi menggunakan sistem promo mas, promo per item makanan minuman dan promo paket keluarga. Selain itu kami juga ada gratis delivery untuk setiap arah yang paling banyak pembelian. ⁵⁷
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa Lesehan Nirwana Bambu berusaha memberikan harga terbaik yang tentunya tetap dapat dijangkau oleh semua kalangan dan tetap mempertahankan kualitas produk yang baik. Untuk dapat bertahan di masa pandemi.

c. Strategi Tempat

Pendistribusian produk dalam pemasaran bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen kepada konsumen, sehingga produk dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Agar barang sampai dengan cepat, strategi distribusi yang dilakukan oleh Lesehan Nirwana Bambu adalah menggunakan sistem delivery. Dengan lokasi yang cukup strategis. Sehingga memudahkan layanan jasa delivery untuk konsumen.

Tabel 4.3

Triangulasi Strategi Tempat yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Lokasi kami cukup strategis sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan resto kami. Dan juga untuk konsumen yang tidak bisa datang ke resto kami menyediakan layanan antar atau delivery baik diantar langsung oleh karyawan maupun menggunakan grab.
-------------------	--

⁵⁶Wawancara dengan Mas Beny (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁵⁷Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

	Dalam pengiriman produk untuk sampai ke konsumen kami tetap menerapkan protokol kesehatan Covid-19 yaitu semua karyawan menggunakan <i>faceshield</i> dan sarung tangan, sehingga produk yang kami jual aman dan tidak terkontaminasi virus corona. ⁵⁸
Informan 2	Karena lokasi Lesehan Nirwana Bambu ini sangat strategis dengan rumah saya. Dan kalau tidak sempat mampir, memesan makanan maupun minuman bisa diantar langsung ke rumah. ⁵⁹
Informan 3	Dengan memanfaatkan lokasi yang strategis akan mempermudah pendistribusian suatu produk. Saat pandemi Covid-19 ini konsumen lebih banyak beraktifitas di dalam rumah jadi distribusi dengan sistem delivery menjadi sebuah peluang baru. ⁶⁰
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, strategi tempat/distribusi yang diterapkan Lesehan Nirwana Bambu adalah dengan memilih lokasi yang strategis yaitu berada di dekat pusat keramaian serta distribusi yang baik agar keberlangsungan kegiatan usaha bisa terus dijaga.

d. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk mengenalkan produk kepada konsumen maupun pada pasar sasaran. Bentuk-bentuk promosi dapat digunakan melalui periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan promosi penjualan (*sales promotion*). Lesehan Nirwana Bambu dalam promosi produknya menggunakan cara periklanan (*advertising*) yang dikatakan.

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁵⁹ Wawancara dengan Mas Beny (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁶⁰ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Tabel 4.4

Triangulasi Strategi Promosi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Kita melakukan promosi dengan memanfaatkan media online seperti facebook, instagram, dan grab dalam meningkatkan penjualan. Selain itu kita juga melayani pemesanan melalui whatsapp. Jadi disetiap struk itu ada nomekontaknya jadi konsumen bisa langsung memesan lewat whatsapp. ⁶¹
Informan 2	Saya tau dari instagram mas, disitu cukup lengkap kita bisa langsung liat tampilan dan harga produknya. Kadang juga pesan lewat grab selain banyak promonya juga gampang mesannya. ⁶²
Informan 3	Strategi promosi yang kita lakukan dengan menggunakan media ini mendapatkan tanggapan positif dari konsumen. Banyak konsumen yang bertanya-tanya mengenai produk kita, dan alhamdulillah banyak yang respon. Apalagi saat pandemi Covid-19 ini, banyak pesanan yang menggunakan sistem delivery. ⁶³
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, promosi yang diterapkan Lesehan Nirwana Bambu dengan memanfaatkan media yang ada. Cara yang digunakan yaitu melalui berbagai macam media sosial. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini dapat dimanfaatkan sebagai media dalam memberitahu kepada konsumen tentang produk yang akan dipasarkan dan tentunya lebih cepat diterima.

e. Strategi Orang

Strategi Orang disini tidak hanya konsumen saja, namun seluruh SDM yang terlibat, termasuk karyawan hingga tim bisnis.

⁶¹ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁶² Wawancara dengan Mas Doni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁶³ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Karyawan lesehan nirwana bambu dituntut untuk selalu ramah, sopan, rapi, dan mampu bekerja sesuai dengan tugas yang telah dibagi sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen.

Tabel 4.5

Triangulasi Strategi Orang yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Karyawan disini harus teliti dalam melayani konsumen dan harus siap siaga dalam melayani dan menanggapi segala keluhan konsumen. ⁶⁴
Informan 2	Kalo disini biasanya berusaha menghafal nama-nama konsumen agar lebih akrab. ⁶⁵
Informan 3	Hal lain yang dilakukan karyawan harus mengetahui informasi mengenai ketersediaan produk, harga produk, dan halnya juga produk lainnya. ⁶⁶
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, karyawan lesehan nirwana bambu mengutamakan pelayanan agar konsumen lebih nyaman dan puas saat mengunjungi lesehan nirwana bambu.

f. Strategi Proses

Strategi proses merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Di Lesehan Nirwana Bambu ini memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan dan konsumen, maka pemilik usaha menetapkan strategi

⁶⁴ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 April 2022

⁶⁵ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁶⁶ Wawancara dengan Mas Joni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

proses pelayanan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen.

Tabel 4.6

Triangulasi Strategi Proses yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Proses memasak langsung di dapur lesehan nirwana bambu dan untuk sarana prasarana disini lengkap, semua barang tersedia ⁶⁷
Informan 2	Proses pemesanan menggunakan grab dan via whatsapp. ⁶⁸
Informan 3	Proses transaksi mudah, saat delivery bisa menggunakan sistem bayar ditempat maupun transfer ⁶⁹
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, proses pemesanan dan order sangat mudah, apalagi saat pandemi saat ini.

g. Strategi Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta konsumen berinteraksi. Kenyamanan dan keberhasilan merupakan hal yang wajib dalam suatu usaha bisnis, apalagi sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner.

⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 April 2022

⁶⁸ Wawancara dengan Ibu Nanik (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁶⁹ Wawancara dengan Mas Joni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

Tabel 4.7

Triangulasi Strategi Bukti Fisik yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Penataan disini tempat berada di teras rumah dan dalam rumah. Untuk pengunjung lainnya seperti wifi juga ada guna membuat pelanggan nyaman dan betah. ⁷⁰
Informan 2	Kalau berbicara tentang dekorasi saya sangat menyukai karena tidak hanya untuk makan saya tetapi juga bisa refreshing bersama keluarga. ⁷¹
Informan 3	Penataan lesehan nirwana bambu disini kami lebih memaksimalkan tematnya, agar anak kecil bisa lebih nyaman dan betah. ⁷²
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, lesehan nirwana bambu menciptakan dekorasi yang maksimal untuk penataan ruangan baik serta fasilitas lainnya.

2. Paparan Tentang Kendala yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Dengan adanya produk dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan yang diinginkan. Dalam

⁷⁰ Wawancara dengan Mas Joni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Nanik (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁷² Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 April 2022

memasarkan produk pasti tidak akan berhasil apabila memiliki hambatan, apalagi dimasa pandemi Covid-19.

Tabel 4.8
Triangulasi Kendala Produk yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Produk Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Faktor penghambat yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi ini, biasanya produk yang laku hanya itu-itu saja. ⁷³
Informan 2	Pembeli yang dibawa pulang tidak membeli minuman, kalau minumannya kita langsung buat banyak jadi kalau tidak habis ya dibuang, berbeda dengan macam-macam olahan ayam yang bisa disimpan di freezer. ⁷⁴
Informan 3	Seperti umumnya yang kita ketahui konsumen maunya simple, apalagi yang terbiasa beli di pinggir jalan pasti pesannya hanya itu-itu saja. ⁷⁵
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa pada strategi pemasaran produk hambatan yang terjadi adalah produk yang laku biasanya hanya itu-itu saja sehingga produk yang lain jarang diminati. Karena produk yang laku itu memiliki harga yang terjangkau jadi membuat konsumen lebih tertarik. Selain itu menjual minuman secara terpisah juga menjadi hambatan pada saat melakukan pemasaran produk Lesehan Nirwana Bambu.

2) Harga

⁷³ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁷⁴ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁷⁵ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Harga merupakan sejumlah uang yang konsumen bayarkan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam penetapan harga pasti banyak yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha termasuk hambatan yang terjadi ketika sesudah menetapkan harga suatu produk tersebut.

Tabel 4.9

Triangulasi Kendala Harga yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Harga Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Hambatan yang terjadi pada strategi harga adalah karena disini penentuan harga produk ketika harga bahan baku dipasar mengalami peningkatan, maka hanya mengurangi porsi produk yang dijual sehingga harga produk yang dijual sesuai dengan daftar menu awal, harga produk yang dijual tetap. ⁷⁶
Informan 2	Bahan baku di pasaran sejak pandemi meningkat, tetapi penjualan semakin menurun karena keterbatasan pengunjung. ⁷⁷
Informan 3	Harga-harga bahan baku seperti tak menentu ada yang naik ada yang turun, maka dari itu kami memaksimalkan produksi agar harga tetap seperti menu. ⁷⁸
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa, kendala yang dihadapi dari segi harga adalah karena harga bahan baku dipasar mengalami peningkatan, maka hanya mengurangi porsi produk yang dijual sehingga harga produk yang dijual

⁷⁶ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁷⁷ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁷⁸ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

	sesuai dengan daftar menu awal. Jadi adanya peningkatan atau penurunan harga bahan baku di pasar tidak berpengaruh pada harga produk yang dijual Lesehan Nirwana Bambu.
--	---

3) Promosi

Promosi merupakan cara sebuah perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada konsumen. Dengan adanya promosi maka konsumen yang akan dituju akan tepat sasaran. Namun, dalam melakukan promosi juga tidak mudah seperti yang direncanakan. Terdapat beberapa hambatan.

Tabel 4.10

Triangulasi Kendala Promosi yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Promosi Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Hambatan pada saat promosi yang tidak terorganisir. Jadi kita ini kan tidak ada manajemen pemasaran atau admin sosial media, jadi seperti di Instagram itu jarang diupdate bahkan tidak terurus karena tidak ada yang mengelola. ⁷⁹
Informan 2	Karena adanya kondisi pandemi Covid-19 ini promosi dengan menyebarkan brosur tidak diperbolehkan karena menghindari kontak langsung dengan konsumen, jadi melalui media sosial adalah jalan satu-satunya untuk melakukan promosi di masa pandemi Covid-19 ini. ⁸⁰

⁷⁹ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁸⁰ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Informan 3	Kendala keterbatasan promosi secara langsung dikarenakan PSBB, maka dari itu kita hanya promosi melalui media sosial. ⁸¹
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu atas promosi produk yang dilakukannya adalah tidak adanya yang petugas khusus yang bertanggung jawab mengelola pemasaran melalui media sosial membuat pemasaran di media sosial menjadi kurang maksimal.

4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada di sekitar. Dengan berjalannya usaha Lesehan Nirwana Bambu terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi setelah penentuan tempat usaha tersebut.

Tabel 4.11

Triangulasi Kendala Tempat yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Tempat Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Hambatan yang kita hadapi pada saat pandemi Covid-19 ini disini lokasinya strategis, mudah dijangkau, juga nyaman dan cukup luas, akan tetapi semenjak adanya pandemi Covid-19 ini karena adanya aturan pemerintah agar tidak boleh makan ditempat
-------------------	--

⁸¹ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

	jadi harus dibawa pulang. Selain itu untuk jam buka restonya juga dibatasi, yang awalnya jam 9 pagi-10 malam sekarang cuma bisa sampai jam 8 malam. ⁸²
Informan 2	Sebenarnya tempat ini kan sudah cukup strategis mas, tapi karena adanya aturan pemerintah untuk tempat makan hanya boleh menyediakan pesanan dibawa pulang jadi kita mengikuti aturan pemerintah saja. ⁸³
Informan 3	Meski lokasinya mudah dijangkau pengunjung, tetapi pengunjung hanya dibatasi dikarenakan protokol pemerintah bahwa tidak diperbolehkan berkerumun di tempat umum. ⁸⁴
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa mendirikan suatu usaha kita tidak dapat memungkiri akan adanya kendala-kendala yang dihadapi dan harus siap dengan kemungkinan yang akan terjadi. Dalam hal ini Lesehan Nirwana Bambu sudah memiliki tempat yang bagus dan strategis akan tetapi karena adanya pandemi Covid-19 restoran menjadi sepi karena adanya aturan pemerintah untuk tidak makan ditempat.

5) Orang

Dalam melakukan keputusan pembelian, banyak faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan adanya strategi ini dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan. Namun saat ini pandemi Covid-19 ini lesehan nirana bamboo memiliki hambatan.

⁸² Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁸³ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁸⁴ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Tabel 4.12

Triangulasi Kendala Orang yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Promosi Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Banyak karyawan yang melakukan cuti karena faktor adanya Covid-19 dan konsumen banyak yang melakukan order take away saja, jadi pegawai yang masuk hanya tertentu. ⁸⁵
Informan 2	Terkadang ada orderan yang ketinggalan karena chatnya terlalu dibawah. ⁸⁶
Informan 3	Karena banyak pemesanan yang dibawa pulang maka sebagian karyawan berfikir akan turun gaji dan ada pula yang berfikir mereka akan dipecat. ⁸⁷
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu bahwa karyawan banyak yang nganggur dan hanya mendapatkan orderan delivery.

6) Strategi Proses

Secara umum, proses meliputi prosedur, mekanisme, kegiatan rutin dan rutinitas-rutinitas dimana suatu jasa dapat disampaikan dengan baik kepada konsumen. Oleh karena itu untuk dapat memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan dan

⁸⁵ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku Kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁸⁶ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku Owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁸⁷ Wawancara dengan Mas Agus (selaku Food Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

konsumen, maka pemilik menerapkan strategi proses pelayanan. Namun ditengah pandemi ini memiliki sedikit hambatan.

Tabel 4.13

Triangulasi Kendala Proses yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Promosi Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Proses pelayanan agak sedikit lama datangnya, mungkin karena banyak orderan delivery. ⁸⁸
Informan 2	Saat delivery order terkadang konsumen tidak memberikan uang pas kepada kami, sehingga kami mengalami kesulitan untuk uang kembaliannya. ⁸⁹
Informan 3	Datangnya pesanan makanan kadang lama, mungkin banyaknya orderan. ⁹⁰
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu ini adalah telatnya pesanan yang datang karena banyaknya orderan.

7) Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Kenyamanan dan keberhasilan merupakan hal yang wajib dalam suatu bisnis, namun saat adanya pandemi Covid-19 ini leshan nirwana bambu memiliki sedikit hambatan.

⁸⁸ Wawancara dengan Mas Doni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁸⁹ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku Owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁹⁰ Wawancara dengan Mas Beny (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

Tabel 4.14

Triangulasi Kendala Bukti Fisik yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Promosi Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Penatan kurang sempurna karena tidak banyak pengunjung yang datang jadi lampu lampu banyak dimatikan dan banyak debu. ⁹¹
Informan 2	Banyak sarang laba laba mungkin kerepoan dalam melayani take away. ⁹²
Informan 3	Untuk toilet lebih dijaga lagi, saya rasa saat pandemi jarang adanya air. ⁹³
Kesimpulan	Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu adalah banyak tempat yang tidak keurus.

Suatu perusahaan pasti ada kendala yang dialami baik kecil maupun besar. Hal ini bisa diselesaikan dengan manajemen yang ada di perusahaan tersebut. Jika kendala-kendala yang dihadapi tidak diselesaikan dengan baik, maka akan berdampak sistematis terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan.

3. Paparan Tentang Solusi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

⁹¹ Wawancara dengan Mas Doni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁹² Wawancara dengan Mas Joni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

⁹³ Wawancara dengan Ibu Nanik (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

1) Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Ketika produk mengalami hambatan maka harus segera ada penyelesaian untuk kelangsungan usaha tersebut.

Tabel 4.15

Triangulasi Solusi Produk yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Produk Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Solusi untuk mengatasi masalah untuk produk agar yang terjual tidak hanya satu produk saja kami menerapkan sistem paket membuat konsumen lebih tertarik. ⁹⁴
Informan 2	Memberikan promo kepada konsumen agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk kami yang jarang laku. ⁹⁵
Informan 3	Biasanya kan konsumen malas membaca menu yang sangat banyak, jadi untuk mempermudah disini kita menggunakan sistem paket, dengan sistem paket konsumen bisa langsung membeli beberapa item dengan harga yang lebih murah. ⁹⁶
Kesimpulan	Pernyataan dari pendapat tersebut adalah hambatan ketika produk yang terjual hanya 1 atau 2 jenis produk saja, Lesehan Nirwana Bambu menerapkan sistem paket agar bisa menjual lebih dari 1 produk saja akan tetapi harganya tetap terjangkau sehingga menarik minat konsumen untuk membeli paket tersebut.

2) Harga

⁹⁴ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁹⁵ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁹⁶ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Harga merupakan penentu untuk konsumen dalam membeli salah satu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika penetapan harga mengalami hambatan pasti akan mengakibatkan penurunan penjualan.

Tabel 4.16

Triangulasi Solusi Harga yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Harga Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Untuk mengatasi hambatan ketika harga bahan baku mengalami kenaikan biasanya hanya dikurangi sedikit, biasanya yang sering mengalami kenaikan itu pada cabainya mas, jadi kalau pas harganya normal kita kasih 2-3 sendok sambalnya, kalau pas mahal ya cuma kita kasih 1 sendok saja. ⁹⁷
Informan 2	Disini untuk menghindari kerugian dari kenaikan harga bahan baku biasanya hanya dengan mengurangi porsi yang diberikan. ⁹⁸
Informan 3	Kita hanya mengurangi porsi agar harga tetap sesuai dengan harga menu awal. ⁹⁹
Kesimpulan	Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa solusi dalam mengatasi kendala apabila harga bahan baku mengalami kenaikan yaitu dengan mengurangi porsinya. Jadi hal tersebut tidak mempengaruhi harga jual produk.

3) Promosi

⁹⁷ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁹⁸ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

⁹⁹ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

Promosi merupakan suatu cara dalam kegiatan pemasaran produk yang akan dipasarkan dapat diketahui oleh konsumen yang akan membeli barang pada sebuah usaha. Ketika promosi mengalami kendala maka akan mengakibatkan lambatnya penjualan.

Tabel 4.17

Triangulasi Solusi Promosi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Promosi Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Untuk mengatasi hambatan dalam promosi itu, disini kita promosi secara individu. Jadi semuanya melakukan promosi melalui media sosial masing-masing melalui whatsapp, instagram dan facebook masing-masing karyawan. Selain efisien dan hemat waktu, juga lebih hemat karena tidak perlu mengeluarkan biaya. ¹⁰⁰
Informan 2	Disini kita melakukan promosi melalui akun media sosial masing-masing, selain lebih flexibel jangkauannya kan jadi bisa jadi lebih banyak. ¹⁰¹
Informan 3	Kita melakukan promosi lewat media sosial mas, jadi konsumen juga lebih mudah untuk mengetahui semua produk kami tanpa harus datang ke sini. ¹⁰²
Kesimpulan	Dalam menghadapi hambatan saat melakukan promosi, berdasarkan penjelasan Bapak Suharyono tersebut dapat diketahui bahwa untuk mendukung strategi promosi yang dilakukan tetap berjalan dengan baik bisa dilakukan oleh setiap karyawan, dengan banyaknya individu yang terlibat

¹⁰⁰ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

¹⁰¹ Wawancara dengan Mbak Wulan (selaku waiterrais Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

¹⁰² Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

	dalam promosi tersebut membuat promosi yang dilakukan oleh Lesehan Nirwana Bambu akan lebih maksimal.
--	---

4) Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Ketika ada kendala dengan lokasi penjualan maka harus segera mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 4.18

Triangulasi Solusi Tempat yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Tempat Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Dalam mengatasi hambatan ketika mengalami masalah dengan tempat usaha kita berencana untuk memaksimalkan sistem delivery, jadi saat pandemi ini karena tidak diperbolehkan makan ditempat dan hanya bisa dibawa pulang. ¹⁰³
Informan 2	Karena adanya aturan pemerintah untuk tidak makan ditempat maka, disini kami memanfaatkan sistem delivery, dengan memanfaatkan lokasi yang strategis, jadi untuk delivery bisa menjangkau ke desa-desa lainnya. ¹⁰⁴
Informan 3	Jadi peluang buat memaksimalkan penjualan, kita memaksimalkan sistem deliverynya, yang

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

¹⁰⁴ Wawancara dengan Mas Huda (selaku asisten operational manager Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

	membuat konsumen lebih nyaman karena tidak perlu keluar rumah. ¹⁰⁵
Kesimpulan	Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa semenjak adanya aturan pemerintah tentang social distancing dan tidak boleh makan di tempat membuat beberapa restoran cepat saji termasuk Lesehan Nirwana Bambu berinisiatif untuk lebih memaksimalkan sistem delivery. Dengan adanya sistem delivery tersebut membuat konsumen lebih nyaman karena lebih praktis konsumen tidak perlu keluar rumah barang akan diantar sesuai alamat konsumen.

5) Orang

Orang adalah semua pelaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli, dan berfungsi sebagai penyedia jasa yang diberikan. Ketika ada kendala dengan lokasi penjualan maka harus segera mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 4.19
Triangulasi Solusi Orang yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Tempat Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Saya akan menambahkan insentif tambahan bagi karyawan yang rutin dan tetap semangat untuk melakukan pekerjaan. ¹⁰⁶
Informan 2	Saya sering melakukan motivasi kepada karyawan seperti memberikan gaji tambahan jika karyawan mampu bekerja dengan baik. ¹⁰⁷

¹⁰⁵ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 18 November 2021

¹⁰⁶ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku Owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

Informan 3	Kami menambahkan nomor admin agar pelayanan dan respon lebih cepat ¹⁰⁸
Kesimpulan	Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa owner lesehan nirwana bambu sering memberikan motivasi dan sangat memperhatikan karyawannya

6) Proses

Proses adalah suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika ada kendala dengan lokasi penjualan maka harus segera mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 4.20
Triangulasi Solusi Proses yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Tempat Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Diperbanyak untuk karyawan yang delivery. ¹⁰⁹
Informan 2	Kami menyediakan snack tambahan seperti kerupuk untuk penukaran kembalian yang tidak ada. ¹¹⁰
Informan 3	Lebih cekatan lagi untuk pengiriman yang lewat whatsapp. ¹¹¹
Kesimpulan	Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa banyaknya orderan saat pandemi saat ini, tetapi karyawan lesehan nirwana bambu masih bisa menangani kendala apapun.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku Owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

¹⁰⁸ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

¹⁰⁹ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku Owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

¹¹⁰ Wawancara dengan Bapak Suharyono (selaku Owner Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

¹¹¹ Wawancara dengan Mbak Anita (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

7) Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan lingkungan, warna, tata letak, dan fasilitas tambahan yang terkait dengan tampilan sebuah produk yang ditawarkan. Ketika ada kendala dengan lokasi penjualan maka harus segera mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut.

Tabel 4.21
Triangulasi Solusi Bukti Fisik yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Tempat Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Informan 1	Kami selaku karyawan membagi tugas untuk bersih-bersih lebih giat lagi meskipun tidak banyak pengunjung yang datang. ¹¹²
Informan 2	Mungkin tempat lebih diperhatikan lagi kebersihannya, sebenarnya sudah cukup mewah tapi lebih baik lagi kalau tiap hari dibersihkan. ¹¹³
Informan 3	Untuk karyawan tetaplah memberikan pelayanan yang lebih baik meskipun ditengah pandemi Covid-19. ¹¹⁴
Kesimpulan	Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa kebersihan di tempat usaha adalah nomor 1, meskipun pandemi tetap mengutamakan kebersihan.

C. Analisis Data

¹¹² Wawancara dengan Mbak Kokom (selaku kasir Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

¹¹³ Wawancara dengan Ibu Nanik (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

¹¹⁴ Wawancara dengan Mas Joni (selaku konsumen Lesehan Nirwana Bambu), pada 28 Januari 2022

Umumnya semua aktifitas di suatu lembaga maupun perusahaan pasti membutuhkan perencanaan kerja yang sistematis. Segala kegiatan tersebut akan terjadwal secara sistematis jika mempunyai rancangan kerja dalam mencapai tujuan lembaga maupun perusahaan, mulai dari struktur organisasi lembaga, jadwal kegiatan, rencana tindak lanjut, maupun rencana kerja yang dilakukan dan yang tidak dilakukan kedepannya.

1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu di Tengah Pandemi Covid-19

Strategi pemasaran yang dilakukan dalam mempertahankan bisnis Lesehan Nirwana Bambu di masa pandemi Covid-19 mengeluarkan produk baru dan juga tetap mempertahankan kualitas produk, harga dimulai dari kalangan bawah menengah maupun atas, tempat yang sangat strategis, menggunakan media sosial akan lebih mudah untuk merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga penjualan produk akan menjadi lebih maksimal.

2. Kendala yang Dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu dalam menerapkan strategi pemasaran di tengah pandemi Covid-19 yang terjadi

adalah produk yang laku biasanya hanya itu-itu saja, harga sudah diperhitungkan dari awal meskipun harga bahan baku mengalami peningkatan padahal produk yang dijual tetap sama, promosi produk yang dilakukan tidak adanya yang petugas khusus yang bertanggungjawab mengelola pemasaran melalui media sosial, adanya pandemi Covid-19 kondisi restoran menjadi sepi karena adanya aturan pemerintah untuk tidak makan ditempat.

3. Solusi yang Diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu Agar Mampu Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19

Solusi yang diterapkan oleh Lesehan Nirwana Bambu agar bisa menjual produk lainnya yaitu dengan menggunakan sistem paket akan tetapi tetap dengan harga terjangkau, ketika harga bahan baku di pasar mengalami peningkatan maka hanya mengurangi porsi produk yang dijual sehingga harga produk yang dijual sesuai dengan daftar menu awal, membuat kebijakan untuk promosi bisa dilakukan oleh setiap karyawan, semenjak adanya aturan pemerintah tentang sosial distancing dan tidak boleh makan ditempat maka memaksimalkan sistem delivery.