

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses kegiatan dalam strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan rumah makan Ayam Geprek “Jenderal” dalam upaya mempertahankan kelangsungan usahanya pada situasi pandemi Covid-19 di kota Jakarta Timur. Metode penelitian yang digunakan yakni deskriptif kualitatif, di mana peneliti sebagai *human instrument* mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti agar menjadi lebih jelas dan bermakna. Sampel dalam penelitian ini adalah seorang pemilik usaha (*owner*) dan seorang pelanggan setia rumah makan Ayam Geprek “Jenderal”. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu wawancara dan dokumentasi yang dilakukan melalui aplikasi “Zoom Meeting” serta observasi kecil di media sosial, cara ini dilakukan mengingat situasi pandemi yang tidak memungkinkan untuk mengambil data secara langsung di lapangan. Untuk menguji validitas data dilakukan dengan meningkatkan ketekunan, triangulasi teknik dan bahan referensi. Sedangkan, pengujian reliabilitas dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses berjalannya penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumah makan Ayam Geprek “Jenderal” menerapkan strategi bauran pemasaran 7P yang disesuaikan dengan situasi pandemi Covid-19, di mana terdapat perbedaan mendasar di dalam implementasinya karena harus menjalankan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah. Hambatan yang dialami rumah makan Ayam Geprek “Jenderal” yaitu kurangnya kemampuan karyawan dalam beradaptasi terhadap perubahan-perubahan aturan kerja yang terjadi selama pandemi ini.

Kata kunci: rumah makan, bauran pemasaran, kelangsungan usaha, covid-19.

ABSTRACT

This research aims to describe the process of activities in the marketing mix 7P strategy implemented by the Ayam Geprek "Jenderal" restaurant in an effort to maintain its business continuity in the Covid-19 pandemic situation in East Jakarta. The research method used is descriptive qualitative, in which the researcher as a human instrument constructs the social situation under study to make it clearer and more meaningful. The sample in this study is a business owner and a loyal customer of Geprek Chicken restaurant "Jenderal". The techniques used to collect data were interviews and documentation conducted through the "Zoom Meeting" application as well as small observations on social media, this method was carried out considering the pandemic situation that made it impossible to collect data directly in the field. To test the validity of the data, it was done by increasing persistence, triangulation of techniques and reference materials. Meanwhile, reliability testing is carried out by auditing the entire research process. The results showed that the Ayam Geprek "Jenderal" restaurant implemented a 7P marketing mix strategy that was adapted to the Covid-19 pandemic situation, where there were fundamental differences in implementation because it had to run the health protocol recommended by the government. The obstacle experienced by the Ayam Geprek "Jenderal" restaurant is the lack of ability of employees to adapt to changes in work regulations that have occurred during this pandemic.

Keywords: *restaurant, marketing mix, business continuity, covid-19.*