

**Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Kuliner Midal Tanta One  
Di Paslaten Satu Kecamatan Tomohon Timur**

*Utilization of Social Media in the Development of Midal Tanta One Culinary Business  
In Paslaten Satu, East Tomohon District*

**Zefanya Arnold Tarkinio Rumimper, Yolanda P. I. Rori, Jane S. Tambas  
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi**

**ABSTRACT**

*This study aims to describe the utilization of social media on Midal Tanta One's culinary business in Paslaten One Village, East Tomohon District. This research was conducted from July to September. The data collection method is to use interviews and documentation methods. The data collected in this study are primary data obtained from direct interviews with respondents through questionnaires or questionnaires and secondary data in the form of other information related to this research through literature studies. Social media provides various options for people to enjoy information, with the utilization of social media in the development of midal tanta one culinary business can increase consumers in culinary businesses. The presence of technology certainly brings good changes in the efficiency of the culinary business, because the use of this technology makes it easier for people to sell and buy food and drinks more easily and faster.*

*Keywords: social media; literature study; technology*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan Untuk mendiskripsikan pemanfaatan media sosial terhadap usaha kuliner Midal Tanta One di Kelurahan Paslaten satu Kecamatan Tomohon Timur. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juli sampai September 2023. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan metodewawancara dandokumentasi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari wawancara langsung kepada responden melalui kuesioner atau daftar pertanyaan dan data sekunder berupa informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini melalui studi literatur. Media sosial memberikan berbagai opsi kepada masyarakat untuk menikmati informasi, dengan adanya pemanfaatan sosial media dalam pengembangan usaha kuliner midal tanta one dapat meningkatkan konsumen pada usaha kuliner. Kehadiran teknologi tentunya membawa perubahan baik dalam efesiensi bisnis kuliner, karena penggunaan teknologi ini memudahkan masyarakat untuk menjual dan membeli makanan serta minuman dengan lebih mudahdan lebih cepat.

Kata Kunci: media sosial; studi literatur; teknologi

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan dunia yang dinamis dan terus menunjukkan kemajuan begitu pesat dalam segala aspek kehidupan seperti pada era kekinian atau modern telah menyebabkan banyak perubahan sosial yang terjadi dikalangan masyarakat (Marpaung, 2018). Pengaruh teknologi menjadikan begitu bergantung akan kehadirannya, terlebih setelah kemunculan internet sehingga dengan mudah memperoleh informasi. Munculnya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Peluang terhadap media sosial tidak berhenti hanya pada usaha produk. Usaha jasa maupun pariwisata juga mulai menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan.

Pemanfaatan teknologi bagi pengembangan usaha kuliner menjadi strategi yang dapat mendorong inklusivitas dan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan (Sari, 2018). Namun ditemui permasalahan yang juga menjadi kendala bagi sebagian besar pelaku usaha kuliner yaitu kurangnya pemahaman dan pengetahuan dalam menggunakan dan mengoperasikan teknologi informasi, seperti kurangnya pengetahuan dalam menggunakan dan mengoperasikan media sosial (Baidhowi & Sei, 2022). Faktor tersebut menyebabkan pelaku usaha belum memanfaatkan pemasaran secara digital, karena masih minimnya pengetahuan, belum mengerti dan memahami cara mempromosikan bisnis kuliner yang digeluti dan berbagai faktor lainnya.

Midal atau bubur Manado adalah salah satu makanan khas Indonesia dari Manado. Ada juga yang mengatakan midal adalah makanan khas Minahasa, Sulawesi Utara. Midal merupakan campuran berbagai macam sayuran lalu dicampur dengan mie, sehingga makanan ini bisa

menjadi makanan pergaulan antar kelompok masyarakat di Manado. Midal biasanya disajikan untuk sarapan pagi berserta berbagai perlengkapan hidangannya. Walaupun demikian, midal umumnya tetap dapat ditemukan diberbagai rumah makan diluarwaktu sarapan.

Hal tersebut dialami oleh beberapa pelaku usaha kuliner yang ada di daerah-daerah kabupaten/kota salah satunya daerah kota Tomohon, Kecamatan Tomohon Timur, Kelurahan Paslaten 1. Permasalahan yang saat ini dialami oleh masyarakat yang mengembangkan usaha kuliner seperti makanan tradisional Midal di Kelurahan Paslaten 1 adalah masih terdapat pelaku- pelaku usaha yang belum memahami dan mengetahui peranan teknologi Informasi melalui pemasaran secara digital sementara itu teknologi Informasi menjadi dasar dan modal utama bagi pelaku usaha kuliner di daerah ini agar lebih dikenal dan diminati banyak orang. Melalui inovasi dan kreatifitas dari pelaku usahakuliner ini akan membantu pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, terlebih khusus dalam mewujudkan perekonomian dan bisnis di wilayah Tomohon Timur.

### Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mendiskripsikan pemanfaatan media sosial terhadap usaha kuliner Midal Tanta One di Kelurahan Paslaten satu Kecamatan Tomohon Timur.

### Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sebagai bahan kajian yang ada khususnya dibidang teknologi dan usaha kuliner.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai September 2023. Mulai dari proses persiapan sampai dengan

penyusunan laporan hasil penelitian di Kelurahan Paslaten 1 Kecamatan Tomohon Timur Kota Tomohon

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis Penelitian studi kasus dengan sampel usaha kuliner milik tante one yang menjual Midal dan Mie Kuah.

### **Teknik Pengumpulan Sampel**

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dimana peneliti memilih 1 usaha kuliner berupa makanan tradisional Midal Kelurahan Paslaten 1 Kecamatan Tomohon Timur.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi atau pengamatan langsung terhadap fakta lapangan serta wawancara dengan pelaku usaha kuliner.

### **Konsep Pengukuran Variabel**

Variabel- variabel yang di ukur dalam penelitian ini adalah:

1. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana efektifitas komunikasi.
2. Media sosial sebagai sarana atau media promosi.
3. Pemanfaatan media sosial untuk pengembangan usaha kuliner.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, yang mana data hasil wawancara kemudian dideskripsikan dalam bentuk kata-kata.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Usaha**

Usaha Kuliner Midal Tanta One merupakan salah satu usahakuliner yang ada di Provinsi Sulawesi Utara yang berlokasi Kelurahan Paslaten 1 Kecamatan Tomohon Timur Kota Tomohon yang telah berdiri sejak Tahun 2009 milik Bapak Didi

Pangemanan. Saat pertama menjalankan bisnis ini hanya bisa menampung untuk lima sampai enam konsumen yang bisa makanditempat inidan banyak para konsumen lain mengantri diluar untuk bergantian makan ditempat ini.

Dengan berjalannya waktu Midal Tanta One sudah bisa menampung banyak konsumen dengan membangun tempat usaha tersebut dan usaha kuliner tersebut sudah menjadi terkenal di Kota Tomohon dan sekitarnya. Usaha ini pertamanya hanya memiliki dua varian saja yaitu Midal dan Mie Kuah tapi pemilik ingin belajar hal baru dan akhirnya usaha kuliner Midal Tanta One sudah memiliki banyak varian menu yaitu Midal Purba, Midal Bator, Mie Kuah Ba Campur, Mie Kuah Tulang, Mie Goreng, Midal Purba dan Mie Kuah Cakalang. Bisnis Usaha Kuliner Midal Tanta One sudah memiliki satu tenaga kerja yang merupakan warga Kelurahan Paslaten 1 Kecamatan Tomohon Timur.

### **Media Sosial Sebagai Sarana Efektifitas Komunikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha sudah menggunakan sosial media berupa facebook grup, whatsapp bisnis dan Grabfood tetapi kurangnya tenaga kerja jadi pemilik usaha sudah tidak lagi menggunakan grabfood. Sosial media yang sekarang digunakan adalah facebook grup dan Whatsaap Bisnis.

Pemilik usaha sudah tidak menggunakan aplikasi grabfood dengan alasan kurangnya tenaga kerja dan dalam aplikasi grabfood ada potongan pajak dari grabfood sehingga harga makanan dariusaha kuliner midal tante one menjadi mahal. Dengan begitu pemilik usaha kuliner midal tidak mendapatkan konsumen berbasis online.

Cara pemilik usaha midal tante one untuk meningkatkan efesiensi adalah dengan menggunakan Facebook grup dengan memposting jam operasional dan memposting daftar menu dan pemilik melakukan pesan antar gratis biaya ongkos kirim kalau memasan lebih dari tiga

pesanan yang dijual tapi dalam kota dan untuk yang diluar kota bisa langsung datang ditempat.

Dengan memposting jam operasional konsumen yang diluar kota dapat mengetahui dari jam berapa sampai jam berapa usaha kuliner midal tanta one buka. Dengan media sosial sebagai sarana komunikasi pemilik usaha kuliner memakai cara pesan antar gratis ongkir dalam memesan makanan lebih dari tiga pesanan dengan begitu konsumen akan memesan banyak menu agar mendapatkan gratis ongkir.

Pesan antar gratis ongkir ini digunakan pemilik usaha kuliner midal tanta one sudah berjalan dua tahun dan pemilik usaha kuliner midal tanta one bisa mendapatkan banyak konsumen berbasis online.

#### **Media Sosial sebagai Sarana atau Media Promosi**

Berdasarkan hasil penelitian, pemilik usaha midal tanta one bisa mendapatkan pelanggan yang lebih banyak karena mempromosikan usaha kuliner tersebut disosial media lewat Facebook Grup dan Whatsaap bisnis.

Pemilik usaha midal tanta one mempromosikan lewat facebook grup jualbli makanan khusus area tomohon, jual beli makanan Tomohon. Didalam grup tersebut terdapat berbagai macam usaha kuliner. Dengan memposting usaha kuliner di grup facebook bisa mendapatkan pembeli yang ingin membeli makanan tersebut.

Setelah mendapatkan pembeli, pembeli memesan pesanan dengan menghubungi lewat nomor whatsapp yang telah tercantum diposting tersebut lalu pembeli akan memilih makananyang akandi pesan lewat whatsapp bisnis. Dalam whatsapp bisnis sudah tercantum katalog menu atau menu makanan yang akan dipesan, jadi konsumen bisa memilih menu makananan dengan mudah. Setelah konsumen memilih pesanan, pemilik usaha kuliner midal tanta

one akan menerima pesanan tersebut dan pesanan akan diproses, setelah selesai diproses, makanan tersebut akan dikirim melalui kurir dari pemilik usaha kuliner midal tanta one atau ojek langganan usaha kuliner midal tanta one, kemudian konsumendapat membayar makanan tersebut kepada kurir yang mengantar makanan tersebut.

#### **Media Sosial sebagai Pengembangan Usaha Kuliner**

Berdasarkan hasil penelitian, pemilik usaha midal tanta one memakai whatsapp bisnis dengan cara reservasi. Konsumen dapat memesan makanan sebelum meraka tiba ditempat tersebut. Konsumen dapat menghubungi pemilik usaha kuliner tanta one lewat whatsapp bisnis dengan dua cara yang pertama konsumen dapat menelpon lalu memesan makanan dan yang kedua konsumen dapat memesan lewat fitur yang disediakan di whatsapp bisnis dengan bisa memilih menu-menu makanan yang akan dipesan laluditambahdikeranjang setelahitu klik pesan, pesanan yang dipesan akan diterima oleh pemilik usaha kuliner midal tanta one setelah itu pesanan akan diproses. Jadi dengan begitu Ketika konsumen sampai maka konsumen tidak perlu menunggu atau memesan ketika sampai di tempat tersebut.

Dengan adanya whatsapp bisnis dapat mempermudah usaha kuliner midal tanta one dan semua makanan yang dipesan bisa diketahui melalui aplikasi whatsapp. Pemilik usaha kuliner sangat terbantu denga nadanya sosial media karena bisa mempermudah dan mempercepat usaha kuliner mereka.

Media sosial juga dapat meningkatkan kualitas dalam pelayanan dari usaha kuliner midaltanta one karena dengan adanya media sosial para pekerja usaha kuliner midal tanta one akan menambah wawasan akan teknologi informasi komunikasi, karena semakin lama mereka memakai media sosial para pekerja akan lebih memahami media sosial

yang mereka gunakan dan pengalaman untuk pelanggan pada usaha kuliner media sosial juga dapat memberikan pengalaman baru seperti dengan adanya cara pesan ke whatsapp bisnis, pesan antar gartis ongkir minimal tiga menu pemesanan, sehingga untuk para konsumen juga dipermudah karena dengan adanya media sosial, sehingga para konsumen akan menyebarkan informasi pengalaman mereka saat memesan atau membeli makanan pada usaha kuliner midal tanta

one dan untuk pemilik usaha kuliner Midal Tanta One bisa lebih menjagkau banyak konsumen dalam kota Tomohon maupun luar kota.

### **Pengunjung Usaha Kuliner Midal Tanta One**

Berdasarkan hasil penelitian, pengunjung yang datang berkunjung terbagi atas pembeli yang menggunakan media sosial dan yang datang langsung. Data selengkapnya disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Pengunjung

Hari	Media Sosial	%	Datang Langsung	%	Jumlah
Senin	25	5.53	45	9.95	70
Selasa	25	5.53	35	7.74	60
Rabu	20	4.42	32	7.08	52
Kamis	20	4.42	30	6.64	50
Jumat	30	6.64	70	15.49	100
Sabtu	45	9.95	75	16.60	120
Total	165	36.5	287	63.5	452

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada hari senin sampai selasaterlihat konsumen yang datang langsung lebih banyak dari konsumen yang memakai sosial media facebook grup dan whatsappbisnis kemudian pada hari rabudan kamis terjadi penurunan konsumen pada konsumen yang memakai media sosial dan datang langsung ditempat. Pada hari Jumat dan Sabtu terjadi kenaikan konsumen pada konsumen yang memakai media sosial dan konsumen yang

datang langsung ditempat. Jadi usaha kuliner Midal Tanta One mendapatkan banyak konsumen dari media sosial dan konsumen yang datang langsung ke tempat, sehingga dapat meningkatkan keuntungan dari media sosial dan memperluas konsumen dari luar Kota Tomohon. Adapun terdapat perbedaan jumlah pembelian dari berbagai menu yang disediakan. Data daftar menu yang paling banyak diminati selengkapnya disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Daftar Menu yang Paling Banyak Diminati Pengunjung

Menu	Jumlah Porsi per Hari
Midal	15
Midal Purba	8
Mie Ba	15
Mie Ba Purba	7
Mie Tulang Brenebon	15
Mie Cakalang	5
Mie Goreng Cakalang	5
Mie Goreng Ba	10
Jumlah	80

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa menu yang paling diminati ada tiga menu yaitu midal, mie ba dan mie tulang brenebon mendapat 15 konsumen di tiap menu karena tiga menu ini memang yang menjadi menu awal ketika baru pertama menjalankan usaha kuliner tersebut, Lalu mie goreng ba menjadi menu kedua yang paling diminati. Untuk midal purba dan

mie bapurba menjadi menu ketiga yang diminati di midal tanta one karena tidak semua orang memakan purba, dan menu yang paling sedikit diminati adalah mie cakalang dan mie goreng cakalang karena para konsumen biasanya memakan daging. Gambaran jumlah pengunjung yang datang berdasarkan sosial media disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Media Sosial yang Digunakan Usaha Kuliner Midal Tanta One 1 Hari

Jenis Media Sosial	Pengunjung
Facebook Grup	5
Whatsapp Bisnis	20
Pesan Antar Gratis Ongkir	20

Sumber: Data primer diolah (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa media sosial yang paling sedikit digunakan oleh konsumen yaitu Facebook grup karena di Facebook Grup banyak dengan informasi pemilik usaha berupa jam operasional usaha kuliner Midal Tanta one, jadi para konsumen hanya melihat informasi yang diposting di Facebook Grup kemudian baru para konsumen memesan pesanan mereka melalui whatsapp bisnis.

dan membeli makanan serta minuman dengan lebih mudah dan lebih cepat.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan yaitu perlu adanya sarana pelatihan tentang sosial media sebagai pemanfaatan untuk mengembangkan usaha kuliner karena masih minimnya pengetahuan akan media sosial bagi banyak kalangan.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemilik usaha menerapkan sosial media berupa Facebook Grup dan Whatsapp Grup dengan adanya media sosial sebagai sarana efektifitas komunikasi, promosi, dan pengembangan usaha kulinier, Midal Tanta One bisa mendapatkan banyak pengunjung, dapat dilihat konsumen yang sebelum memakai media sosial dan setelah memakai media sosial, pemilik usaha kuliner Midal Tanta One mendapatkan keuntungan sebesar 36,5% setelah memakai sosial media untuk pengembangan usaha kuliner. Kehadiran teknologi membawa perubahan baik dalam efisiensi bisnis kuliner, karena penggunaan teknologi ini memudahkan masyarakat untuk menjual

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baidhowi, M. M., & Sei, M. (2022). Pendampingan Digitalisasi UMKM Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Support Sistem*, 39.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh penggunaan gadget dalam kehidupan. *KOPASTA: Journal of the Counseling Guidance Study Program*, 5(2).
- Sari, N. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif bidang kuliner khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51-60.