



PERKEMBANGAN *INFORMATION TECHNOLOGY* USAHA RESTORAN DI SOLO

Andi Asrihapsari¹
Titik Setyaningsih²
Doddy Setiawan³

Universitas Sebelas Maret^{1,2,3}

andiasrihapsari@staff.uns.ac.id¹; titiks_dream@yahoo.com²;
doddy.setiawan@staff.uns.ac.id³

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out the development of information technology in restaurant businesses in the Solo region. The sampling method uses purposive sampling, with criteria: 1) restaurants are in the Solo region, and 2) data during the study period can be obtained. While the data collection method uses questionnaire survey. 200 questionnaires were distributed to restaurants in the Solo area. By returning the questionnaire through WhatsApp media, 30 questionnaires were collected. This type of research is qualitative research, which wants to reveal the IT development of restaurant businesses in Solo. Data is processed using Microsoft Excel 2016 application, which is divided into two stages, namely compiling data in the form of diagrams and analyzing data. Based on the results of the study, which indicated a percentage of 50-90%, IT facilities adopted by the majority of restaurants in Solo to support restaurant performance included: 1) Wi-Fi facilities, 2) non-cash payment facilities, 3) IT facilities related to payments orders, 4) online transportation partner facilities, 5) IT cashier facilities, 6) online media facilities. Based on these findings, it is good for the restaurant as soon as possible to start doing the gradual adoption of information technology (according to the research results), so that they can survive in the increasingly fierce competition.

Keywords: qualitative research, IT in restaurant

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan *information technology* usaha restoran di wilayah Solo. Metoda pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria 1) restoran ada di wilayah Solo, dan 2) data selama periode penelitian dapat diperoleh.

Sedangkan metoda pengumpulan datanya menggunakan survei kuesioner. Kuesioner sebanyak 200 disebar ke restoran yang ada di wilayah Solo. Dengan pengembalian kuesioner melalui media WhatsApp, sebanyak 30 kuesioner berhasil dikumpulkan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Data diolah dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel 2016, yang mana dibagi menjadi dua tahapan, yaitu menyusun data dalam bentuk diagram dan menganalisis data. Berdasarkan hasil penelitian, yang mana ditunjukkan dengan persentase sebesar 50-90%, fasilitas IT yang diadopsi oleh mayoritas restoran di Solo untuk menunjang performa restoran meliputi: 1) fasilitas Wi-Fi, 2) fasilitas pembayaran non tunai, 3) fasilitas IT terkait pembayaran pesanan, 4) fasilitas mitra transportasi *online*, 5) fasilitas IT kasir, 6) fasilitas media *online*. Berdasarkan temuan tersebut, baiknya restoran sesegera mungkin mulai melakukan secara bertahap adopsi teknologi informasi di atas (sesuai hasil penelitian), agar dapat tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Kata kunci: deskriptif, fasilitas IT resto

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan para pemilik usaha lebih kreatif dalam mengambil keputusan strategis untuk terus dapat bertahan dalam persaingan. Begitu juga yang terjadi pada usaha restoran. Berdasarkan Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI No. 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran, usaha restoran merupakan usaha yang menyediakan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat yang tetap (tidak berpindah-pindah) dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

Perkembangan teknologi yang pesat berdampak juga pada usaha restoran, seperti sistem pembayaran yang bergeser ke Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), menyediakan fasilitas untuk memanjakan konsumen berupa *Free Hotspot*, transaksi order makanan yang bergeser ke *online* melalui aplikasi GoJek atau Grab, dan pemanfaatan media *online*. Untuk itu, agar usaha restoran dapat terus bersaing, mereka harus dapat mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi pada bidangnya.

Tabel 1
Jumlah APMK Beredar

Periode	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Kartu Kredit	14.785.382	14.817.168	15.091.684	16.043.347	16.863.842	17.406.327	17.244.127
Kartu ATM	3.623.992	4.533.187	6.292.164	7.189.917	7.330.388	8.361.351	8.815.007
Kartu ATM + Debet	59.761.318	73.219.365	83.170.125	98.638.287	112.948.818	127.786.999	155.663.442

Sumber: <https://www.bi.go.id/id/statistik>

Tabel 2
Infrastruktur APMK

Periode	2013	2014	2015	2016	2017
Mesin ATM	75.877	90.678	99.286	103.419	106.653
Mesin EDC	634.729	842.651	1.005.193	1.050.248	1.237.309
Merchant	343.215	462.327	567.554	602.460	698.482

Sumber: <https://www.bi.go.id/id/statistik>

Tabel 3
Transaksi Belanja menggunakan Kartu Debet

Periode		2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tunai	Volume	1.954.555.337	2.350.561.632	2.644.726.305	2.900.306.606	3.250.580.959	3.459.513.980
	Nominal	1.422.385.342	1.674.210.377	1.920.780.690	2.100.785.443	2.353.443.247	2.528.879.411
Belanja	Volume	184.880.398	242.845.289	292.054.983	348.746.229	424.288.872	501.215.442
	Nominal	110.703.020	147.112.907	180.640.902	210.386.400	251.846.504	286.214.063
Transfer Intrabank	Volume	536.886.936	653.930.855	800.440.985	967.589.246	1.099.605.802	1.226.678.216
	Nominal	1.270.110.689	1.507.368.122	1.705.169.655	1.847.494.430	2.121.257.752	2.317.677.980
Transfer Antarbank	Volume	147.785.639	262.870.884	340.473.891	357.745.552	422.036.819	505.818.914
	Nominal	261.880.991	468.679.033	638.482.190	739.128.162	897.365.143	1.067.666.182
Total	Volume	2.824.108.310	3.510.208.660	4.077.696.164	4.574.387.633	5.196.512.452	5.693.226.552
	Nominal	3.065.080.042	3.797.370.438	4.445.073.437	4.897.794.435	5.623.912.646	6.200.437.636

Sumber: <https://www.bi.go.id/id/statistik>

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen (Saputra & Wongsosudono, 2017; Putro *et al.*, 2014; Negara *et al.*, 2014; Mandasari & Tama, 2011). Dalam menunjang kualitas pelayanan tersebut, restoran dapat

menerapkan tiga hal, yaitu keefektifan pramusaji, keramahan dan pengetahuan mengenai isi menu restoran (Hubels & Banuhapsari, 2001). Selain dengan cara tersebut, restoran juga dapat menggandeng IT untuk meningkatkan performanya dalam proses pemesanan (*order*). Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan restoran terkait hal ini, pertama adalah pengadaan aplikasi pemesanan secara *online* melalui mobile browser. Langkahnya sangat mudah, smartphone terkoneksi dengan Wi-Fi kemudian buka browser untuk masuk ke aplikasi. Dengan aplikasi ini konsumen bisa langsung mengetahui total pembayaran tagihannya (Defrina & Lestari, 2017). Kedua, proses pemesanan dapat juga dengan pemesanan makanan melalui internet dengan multi outlet (Supriyanto & Kirana, 2008). Ketiga, bekerja sama atau menjadi mitra transportasi *online* seperti Grab dan Go-Jek, yang mana mereka menerapkan sistem bagi hasil (Syahid & Panca, 2018).

Media *online* mempunyai peran yang sangat penting dalam usaha restoran. Melalui media ini, jarak yang jauh antara konsumen dengan penjual akan terasa sangat dekat dengan hanya bermodalkan smartphone dan internet. Salah satu peran dari media *online* adalah sebagai media promosi. Komunikasi (melalui media *online*) dan pemasaran berhubungan sangat erat ketika semakin banyak perusahaan bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen (Aziz & Ubaidilah, 2015). Media promosi berbasis website akan mempermudah proses promosi sehingga biaya promoosi bisa lebih efisien, serta membantu menarik konsumen untuk datang ke restoran (Kusumawati, 2013).

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa perkembangan teknologi terjadi sangat cepat, salah satunya yang terjadi pada alat pembayaran Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun, baik dalam hal jumlah kartu yang beredar, infrastruktur, maupun penggunaannya untuk berbagai transaksi. Tetapi kondisi usaha restoran di lapangan memperlihatkan sebaliknya, para pengusaha UMKM baru sebagian kecil menggunakan IT (Wardoyo, *et al.*, 2015). Apabila para pemilik usaha restoran tidak segera mengikuti perkembangan teknologi APMK dikhawatirkan usahanya tidak dapat mengikuti persaingan dikarenakan tertinggal dalam mengikuti perkembangan sistem pembayaran yang mulai bergeser dari pembayaran tunai menjadi APMK.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan *information technology* usaha restoran di wilayah Solo.

LANDASAN TEORI

Definisi *IT fashion* mengacu pada penelitian Wang (2010) yaitu “*a transitory collective belief that an information technology is new, efficient, and at the forefront of practice.*” Wang (2010) mengakui delapan inovasi yang dianggap sebagai *IT fashion* antara tahun 1993 dan 2002, yaitu *application service provider, business process reengineering, customer relationship management, data warehouse, e-commerce, enterprise resource planning, groupware, dan knowledge management*. Staw & Epstein (2000) menyatakan bahwa analisis longitudinal yang mengukur teknik manajemen populer antara tahun 1990-1992 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara teknik manajemen populer dengan perubahan kinerja perusahaan dari waktu ke waktu. Asrihapsari (2012) dalam penelitiannya mengatakan bahwa adopsi *information technology fashion* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dan reputasi perusahaan.

Penelitian ini akan memperkuat perkembangan usaha restoran di Solo. Model penelitian yang disusun untuk menyikapi dampak perubahan iklim usaha akan menjadi model kebijakan yang direkomendasikan kepada pihak terkait. Harapannya, dalam setiap perencanaan tata kelola restoran selalu dimasukkan perkembangan IT yang memiliki nilai ekonomi (*economical value*) sehingga dua nilai tambah dapat diperoleh dengan satu tindakan. Bisnis yang telah ada akan mendapatkan hati dari setiap konsumennya yang juga mulai mengarah ke masyarakat yang sadar dengan perkembangan IT, sehingga dapat meningkatkan potensi ekonomi daerah dan memperkuat partisipasi masyarakat dalam menciptakan usaha yang sehat di kota Solo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yang bertujuan menyajikan gambaran secara lengkap mengenai perkembangan IT yang diadopsi oleh usaha restoran di Solo. Alat bantu untuk menggambarkan perkembangan IT tersebut yaitu dengan statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan statistik yang membahas mengenai pengumpulan, pengolahan, penyajian, serta penghitungan nilai-nilai dari suatu data lalu diinterpretasikan dalam bentuk tabel, diagram, atau grafik (Sunyoto, 2016 dan Qudratullah, 2017). Untuk itu, tahapan-tahapan dari penelitian ini meliputi:

- a. Perencanaan penelitian.
- b. Observasi (mengumpulkan materi *content* kuesioner penelitian).
- c. Penyebaran dan pengumpulan kuesioner (amplop kuesioner diberikan kepada manajemen restoran dan pengumpulan kuesioner yang telah terisi dilakukan melalui WhatsApp).
- d. Pengolahan, penyajian, penghitungan nilai-nilai dari data dan digambar dalam bentuk tabel dan diagram menggunakan Microsoft Excel (Lee, 2012).
- e. Analisis data.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha restoran di Indonesia. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan pada usaha restoran di wilayah Solo. Metoda pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan dua kriteria:

- a. usaha restoran berada di wilayah Solo, dan
- b. data selama periode penelitian pada usaha restoran ini dapat diperoleh.

Metode pengumpulan datanya menggunakan survei kuesioner, yang mana jenis survei kuesioner yang digunakan adalah *pick up survey*.

Dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data penelitian ini menggunakan:

- a. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data yang langsung didapat peneliti dari manajemen restoran adalah melalui proses wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner.

- b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data yang tidak langsung

didapat peneliti dari manajemen restoran adalah melalui buku menu, brosur, dan kuitansi dari restoran terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mengirim amplop yang berisi kuesioner yang ditujukan kepada 200 restoran di Solo secara acak. Untuk pengembalian kuesioner, peneliti memberikan petunjuk kepada responden untuk mengirimkan foto kuesioner yang telah terisi lengkap (3 halaman) via WhatsApp. Hasil dari menyebarkan kuesioner tersebut menghasilkan 30 kuesioner yang dikembalikan dalam keadaan terisi lengkap, seperti yang disajikan pada tabel 4.

Tabel 4
Kuesioner Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebarkan	200
2	Kuesioner yang tidak kembali	170
3	Kuesioner yang kembali	30

Fasilitas IT yang Diadopsi Restoran di Solo

Tabel 5
Fasilitas *Information Technology* (IT) yang Diadopsi Restoran di Solo

NO.	RESTO	FASILITAS					
		WI-FI	NON-TUNAI	IT-BAYAR PESANAN	MITRA TRANSPORT ONLINE	IT KASIR	MEDIA ONLINE
1	Sampel 1	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
2	Sampel 2	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
3	Sampel 3	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia
4	Sampel 4	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
5	Sampel 5	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
6	Sampel 6	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
7	Sampel 7	Tidak Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
8	Sampel 8	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia

NO.	RESTO	FASILITAS					
		WI-FI	NON-TUNAI	IT-BAYAR PESANAN	MITRA TRANSPORT ONLINE	IT KASIR	MEDIA ONLINE
9	Sampel 9	Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
10	Sampel 10	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
11	Sampel 11	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
12	Sampel 12	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
13	Sampel 13	Tidak Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
14	Sampel 14	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
15	Sampel 15	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
16	Sampel 16	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
17	Sampel 17	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
18	Sampel 18	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
19	Sampel 19	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
20	Sampel 20	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia
21	Sampel 21	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
22	Sampel 22	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
23	Sampel 23	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
24	Sampel 24	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
25	Sampel 25	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
26	Sampel 26	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia
27	Sampel 27	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia
28	Sampel 28	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
29	Sampel 29	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
30	Sampel 30	Tersedia	Tersedia	Tidak Tersedia	Tersedia	Tersedia	Tersedia
Tersedia		50%	73%	70%	70%	73%	90%
Tidak Tersedia		50%	27%	13%	30%	27%	10%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sumber: Data yang Diolah

Tabel 5 menunjukkan bahwa untuk menunjang performa mayoritas restoran di Solo mengadopsi IT dengan persentase 50-90% , fasilitas IT yang diadopsi oleh mayoritas restoran di Solo meliputi:

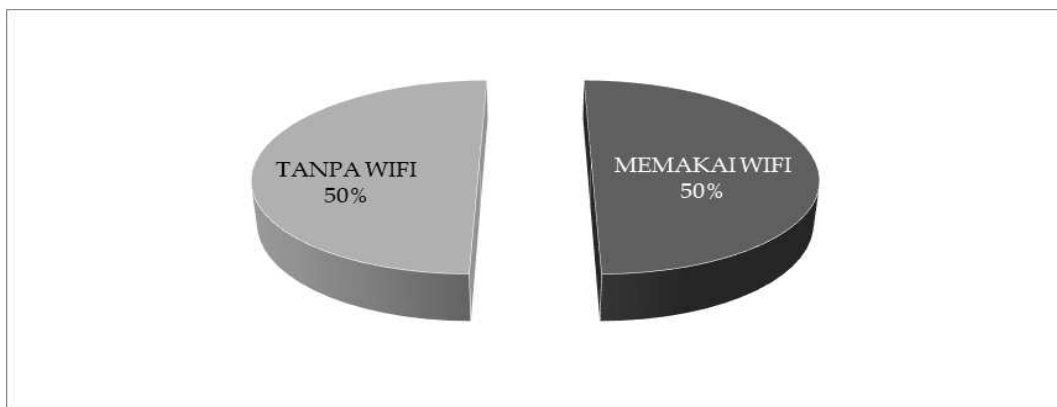
1. Fasilitas Wi-Fi.
2. Fasilitas pembayaran non tunai.
3. Fasilitas IT terkait pembayaran pesanan.
4. Fasilitas mitra transportasi *online*.
5. Fasilitas IT kasir.
6. Fasilitas media *online*.

Penjelasan lebih rinci terkait dengan fasilitas IT yang diadopsi restoran di Solo adalah sebagai berikut ini.

Fasilitas Wi-Fi

Hasil dari kuesioner 30 restoran menunjukkan bahwa sebesar 50% restoran memilih untuk menyediakan fasilitas Wi-Fi untuk menarik pelanggan dan 50% lainnya memilih tidak menyediakan. Menyediakan fasilitas Wi-Fi dapat menjadi nilai tambah bagi bisnis restoran. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat para pelaku bisnis khususnya restoran harus memiliki strategi yang bagus untuk menarik perhatian pelanggan. Salah satunya adalah dengan menyediakan fasilitas Wi-Fi bagi para pelanggannya. Meski terkadang harga menu yang disediakan mahal, tapi apabila restoran menyediakan fasilitas Wi-Fi, maka konsumen akan betah berjam-jam berada di restoran. Berikut ini gambaran terkait dengan fasilitas Wi-Fi restoran di kota Solo.

Diagram 1
Fasilitas WIFI



Fasilitas Pembayaran Non Tunai

Berikut ini gambaran terkait dengan fasilitas pembayaran non tunai restoran di kota Solo. Di-era milenial ini, fenomena perubahan gaya transaksi jual beli sudah sangat terasa. Belanja tanpa menggunakan uang tunai sudah menjadi hal yang biasa. Sebagai gantinya mereka menggunakan kartu debit, kartu kredit dan uang elektronik untuk melakukan transaksi. Fenemona perubahan gaya transaksi ini dikenal dengan istilah *cashless society* atau masyarakat tanpa uang tunai. Hal tersebut mendorong pemilik bisnis khususnya restoran untuk memberikan layanan pembayaran non tunai. Hasil dari kuesioner 30 restoran menunjukkan bahwa sebesar 73% restoran menyediakan pembayaran non tunai dan 27% restoran hanya menerima pembayaran tunai.

Diagram 2
Fasilitas Pembayaran Non Tunai

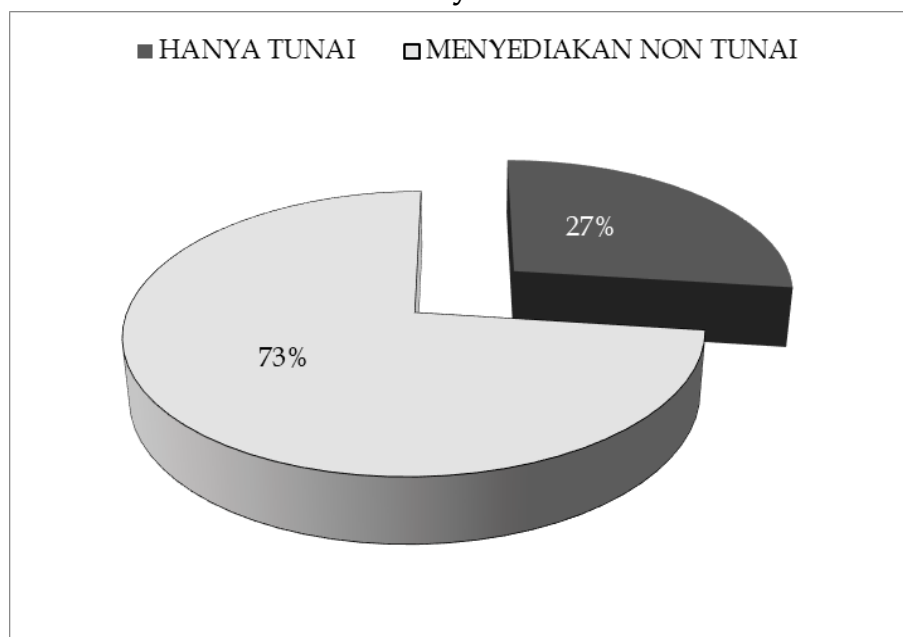
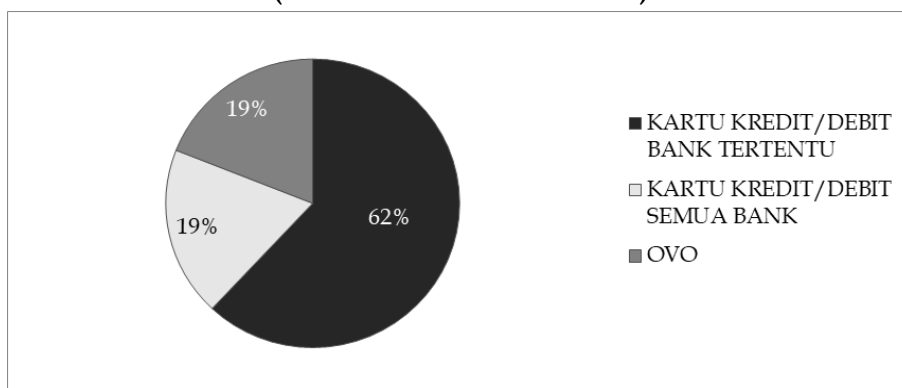


Diagram 3 menggambarkan rincian dari fasilitas pembayaran non tunai yang digunakan oleh restoran di Solo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 62% restoran menyediakan pembayaran dengan kartu debit/kredit semua bank sedangkan hanya sebesar 19% restoran yang menyediakan kartu debit/kredit bank tertentu dan menggunakan uang elektronik yaitu OVO.

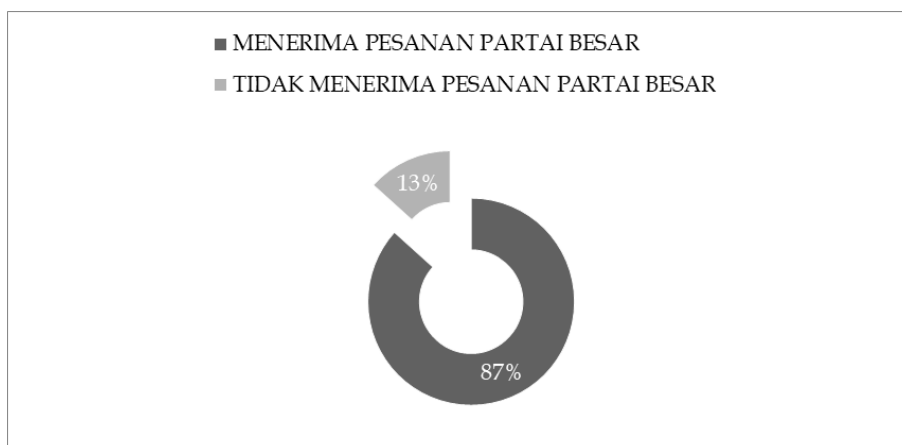
Diagram 3
Fasilitas Pembayaran Non Tunai yang Digunakan
(Rincian: Non Tunai 73%)



Fasilitas IT terkait Pembayaran Pesanan

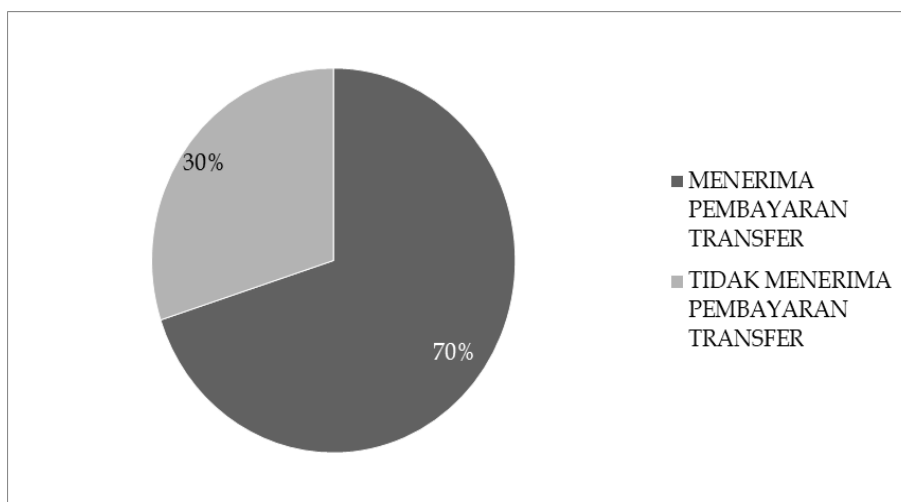
Berikut ini gambaran terkait dengan Fasilitas Pesanan Partai Besar restoran di kota Solo. Salah satu strategi bisnis yang bagus adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pelayanan yang buruk terhadap konsumen dapat menghambat kelancaran bisnis. Salah satu layanan yang perlu disediakan restoran adalah dengan mampu menyediakan Fasilitas Pesanan Partai Besar. Alasan pentingnya menyediakan layanan tersebut pertama menunjukkan performa restoran, dengan mampu menerima pesanan dalam partai besar kinerja restoran akan dinilai baik oleh konsumen. Yang kedua menarik pelanggan baru, dengan cara melakukan promosi tidak langsung lewat konsumen yang memesan makanan. Penelitian menunjukkan sebesar 87% restoran menyediakan Fasilitas Pesanan Partai Besar dan sisanya sebesar 13% tidak melayani.

Diagram 4
Fasilitas Pesanan Partai Besar



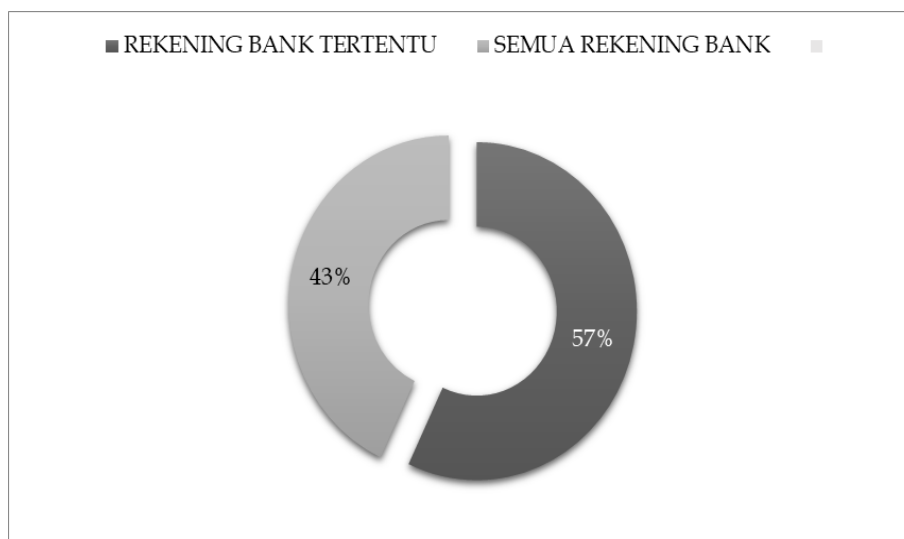
Tersedianya layanan dalam partai besar, nilai nominal transaksi pun juga akan besar. Pembayaran secara tunai dengan jumlah besar akan menimbulkan banyak risiko bagi pembawa uang seperti pencopetan, perampokan dan kejahatan lainnya yang berbahaya. Dengan adanya transfer maka risiko kehilangan uang akan berkurang. Selain itu, dengan adanya fasilitas pembayaran via transfer akan membuat konsumen merasa lebih nyaman karena dapat melakukan efisiensi waktu dan tenaga. Dengan fasilitas transfer juga memudahkan konsumen dalam mengirimkan uang dimanapun berada. Penerimaan pembayaran melalui transfer sangat dibutuhkan dalam bisnis restoran hal itu ditunjukkan melalui hasil penelitian bahwa sebesar 70% restoran menerima transfer dari pelanggan dan 30% lainnya tidak menerima.

Diagram 5
Fasilitas Pembayaran Partai Besar
(Rincian: Menerima Pesanan Partai Besar 87%)



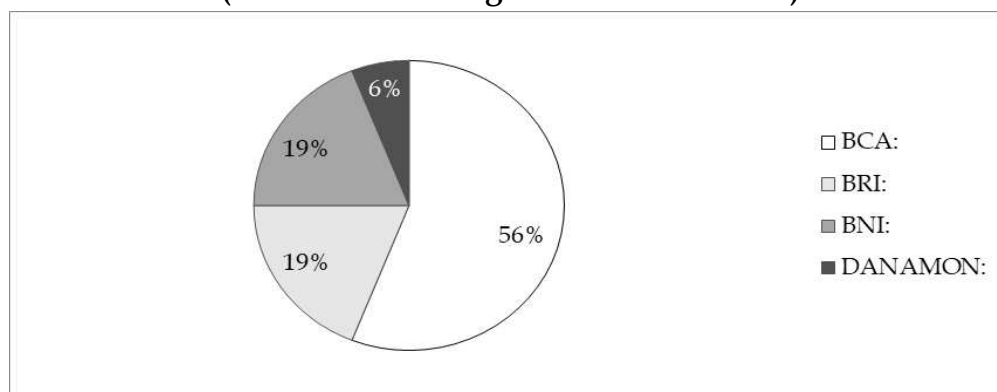
Berikut ini gambaran terkait dengan fasilitas pembayaran pesanan via transfer restoran di kota Solo. Pengiriman uang lewat bank melalui jasa transfer sangat memberikan banyak keuntungan bagi bank dan nasabah. Oleh karena itu hampir seluruh bank menyediakan jasa transfer. Konsumen restoran biasanya berasal dari berbagai jenis bank yang berbeda, jasa transfer antar rekening dari bank berbeda biasanya mendapatkan tambahan biaya potongan. Oleh sebab itu beberapa restoran hanya menerima transfer dari bank-bank tertentu saja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 57% restoran menerima transfer dari rekening tertentu saja, sedangkan 43% menerima dari semua bank.

Diagram 6
Fasilitas Pembayaran Partai Besar - Via Transfer
(Rincian: Menerima Pembayaran Transfer 70%)



Dari 57% restoran yang menerima transfer dari rekening tertentu di atas, penelitian menunjukkan bahwa 56% restoran menggunakan rekening bank BCA. Gambar di bawah ini adalah daftar nama bank yang sering digunakan untuk pembayaran via transfer.

Diagram 7
Fasilitas Pembayaran Pesanan - Via Transfer Bank Tertentu
(Rincian: Rekening Bank Tertentu 57%)

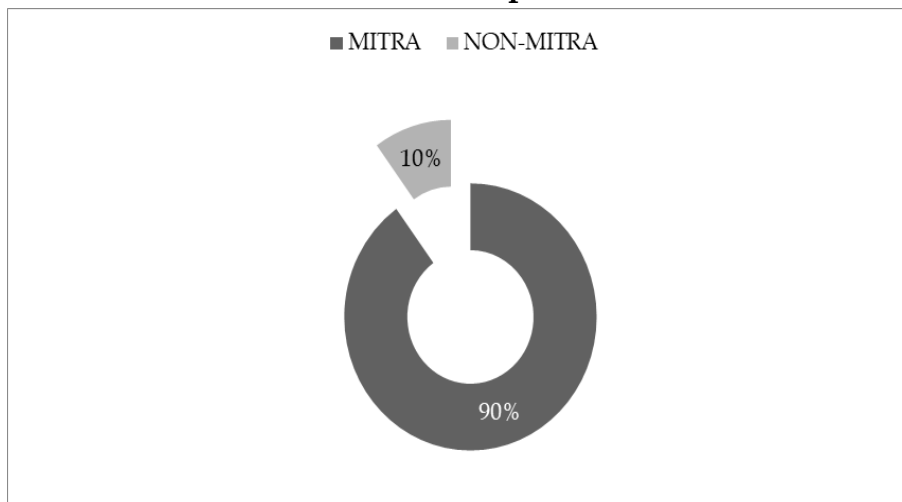


Fasilitas Mitra Transportasi Online

Berikut ini gambaran terkait dengan fasilitas mitra transportasi *online* restoran di kota Solo. Biasanya sebuah restoran tak hanya menyuguhkan makanan untuk santap di lokasi, tapi juga menyediakan jasa layanan pesan antar. Akan tetapi, menyediakan jasa layanan pesan antar bagi restoran

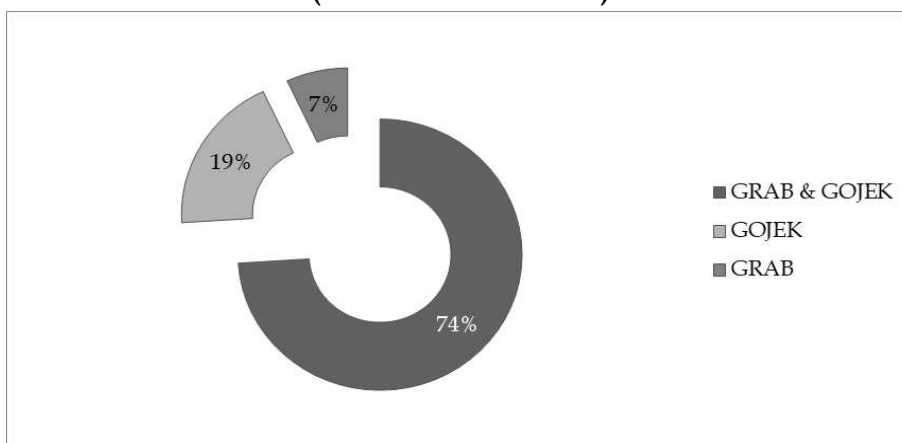
harus menambah jumlah pekerja dan tentunya kendaraan dan beban bahan bakar lainnya. Salah satunya restoran dapat bekerja sama dengan perusahaan transportasi *online* yang menyediakan jasa antar, misalnya Grab dan Go-Jek. Dari hasil penelitian hanya sebesar 10% restoran tidak bekerjasama dengan transportasi *online*, sedangkan sisanya yaitu 90% restoran bekerjasama dengan transportasi *online*.

Diagram 8
Fasilitas Mitra Transportasi Online



Dari 90% restoran yang bekerja sama dengan transportasi *online* di atas, penelitian menunjukkan bahwa 74% restoran mengoptimalkan kerja sama dengan semua transportasi *online* yang ada, yaitu Go-Jek dan Grab. Diagram 7 di bawah ini menunjukkan fasilitas mitra transportasi *online* yang disediakan restoran di Solo.

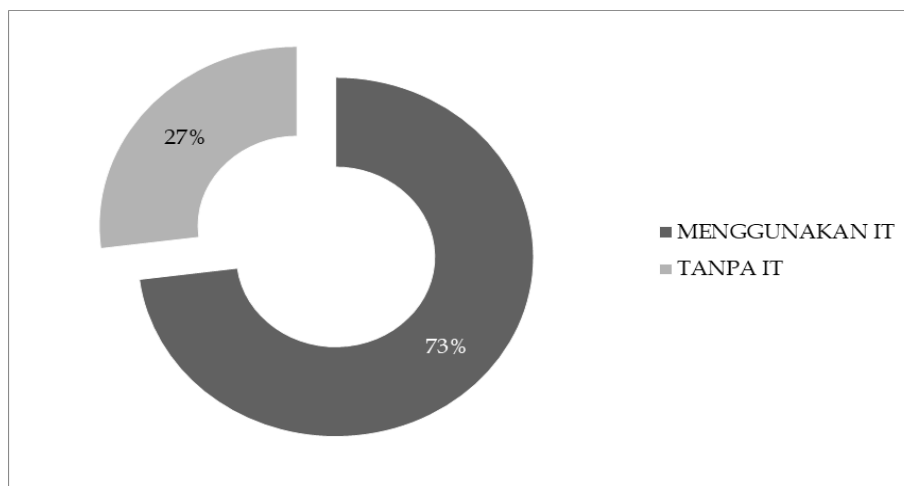
Diagram 9
Fasilitas Transportasi Online yang Digunakan
(Rincian: Mitra 90%)



Fasilitas IT Kasir

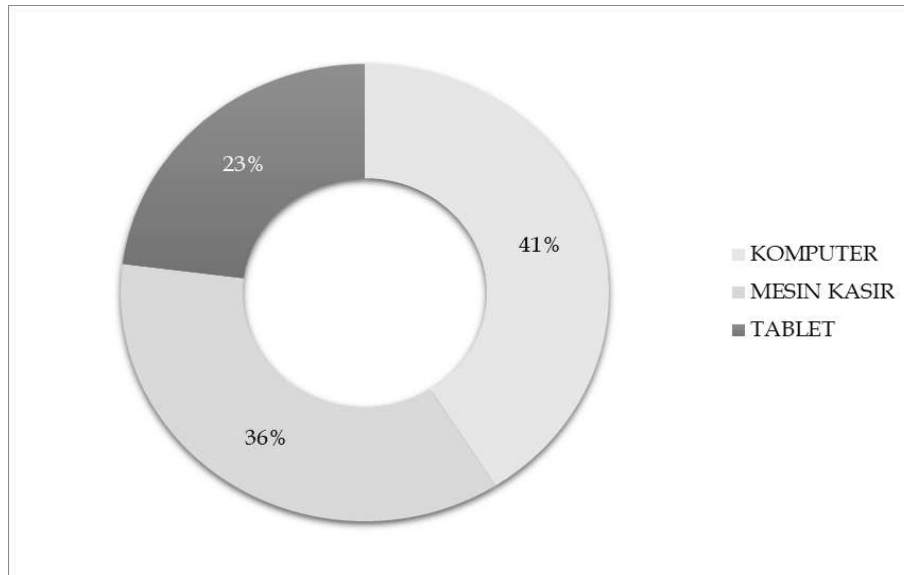
Teknologi yang semakin canggih memudahkan manusia dalam berbagai aktivitas. Bagi para pembisnis kemudahan pengelolaan pesanan dari pelanggan baik menerima dan mencatat pesanan bisa digantikan dengan aplikasi atau *software* kasir yang lebih mudah. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 73% restoran memanfaatkan sistem kasir yang berbasis IT, sedangkan sisanya yaitu 27% masih menggunakan sistem manual. Hal ini ditunjukkan oleh diagram di bawah ini.

Diagram 10
Fasilitas IT Kasir



Dari 73% restoran yang memanfaatkan sistem kasir yang berbasis IT pada diagram 8, menunjukkan bahwa sebagian besar restoran menggunakan komputer sebagai IT kasir, yaitu sebesar 41%.

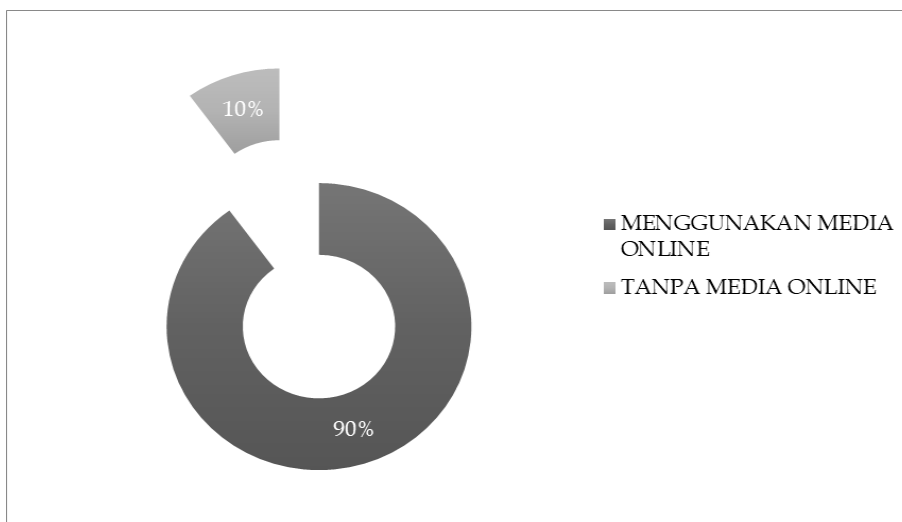
Diagram 11
Fasilitas IT Kasir yang Digunakan
(Rincian: Menggunakan IT 73%)



Fasilitas Media Online

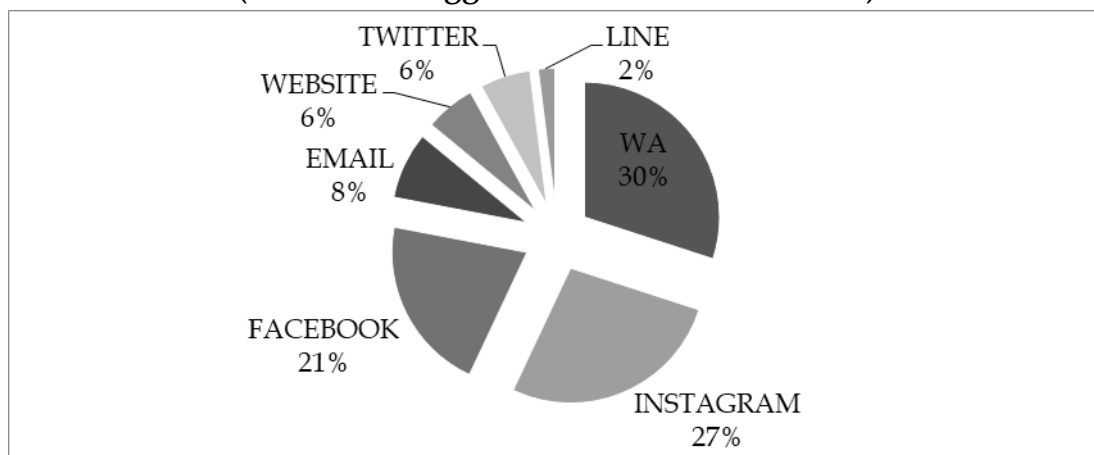
Perkembangan teknologi juga mempengaruhi bidang *marketing*. Aktivitas promosi sekarang tidak hanya dilakukan dengan cara langsung atau hanya melalui media tv, radio, dan lain-lain. Namun sekarang ini pemanfaatan media *online* seperti email, web, dan media sosial atau jejaring *online* dinilai lebih ampuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% restoran menggunakan media *online*, seperti yang ditunjukkan pada diagram 10.

Diagram 12
Fasilitas Media



Dari 90% restoran yang menggunakan media *online* di atas, penelitian menunjukkan sebagian besar restoran menggunakan media *online* berupa WhatsApp (30%), Instagram (27%), dan Facebook (21%). Berikut ini hasil dari penelitian pemanfaatan media *online* pada bisnis restoran.

Diagram 13
Fasilitas Media Online
(Rincian: Menggunakan Media Online 90%)



PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas IT yang diadopsi oleh mayoritas restoran di Solo untuk meningkatkan performa restoran meliputi:

1. Fasilitas Wi-Fi.
2. Fasilitas pembayaran non tunai. Mayoritas resto menggunakan fasilitas kartu debit/kredit bank tertentu.
3. Fasilitas IT terkait pembayaran pesanan. Mayoritas resto menggunakan fasilitas via transfer rekening bank tertentu.
4. Fasilitas mitra transportasi *online*. Mayoritas resto melakukan kerja sama dengan semua transportasi *online* yang ada (Go-Jek dan Grab).
5. Fasilitas IT kasir, mayoritas resto menggunakan komputer.
6. Fasilitas media *online*, mayoritas resto menggunakan WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

Saran

Berdasarkan temuan di atas, sebaiknya restoran segera melakukan adaptasi terhadap kondisi lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar memperlihatkan bahwa kita memasuki era digital, yang mana teknologi informasi mulai mendominasi di setiap aktivitas masyarakat. Untuk itu baiknya restoran sesegera mungkin mulai melakukan secara bertahap adopsi teknologi informasi, supaya dapat tetap bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrihapsari, Andi. 2012. Pengaruh Adopsi *IT Fashion* terhadap Kinerja Perusahaan dan Legitimasi Perusahaan. Tesis, Universitas Gadjah Mada.
- Aziz, Abdul & Ubaidillah. 2015. Peran Iklan, Promosi Penjualan dan Acara Khusus Pada *Brand Awareness Restaurant Dixie Easy Dining* Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu* 6 (2): 40-45.
- Defriana, D. & D.P. Lestari. 2017. Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman *Online* Berbasis *Mobile Browser* pada Restoran Tiga Saudara. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer* 22(3): 158-170.
- Hubeis, Musa, & S. A. Banuhapsari. 2001. Penerapan Teknik Penyusunan Menu di Restoran Bengawan Solo Hotel Sahid Jaya. *Jurnal Teknol dan Industri Pangan* 12(2):133-140.

- Kusumawati, Tyas. 2013. Pembuatan Media Promosi Berbasis Website pada Graha Prima Restaurant Pacitan. *Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika Dan Komputer FT Universitas Surakarta* 2(1): 7-12.
- Lee, Christopher. 2012. *Rahasia Fungsi Excel 2007 dan 2010*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Mandasari, Vina & B. A. Tama. 2011. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Restoran Cepat Saji melalui Pendekatan *Data Mining*: Studi Kasus XYZ. *Jurnal Generic* 6 (1): 25-28.
- Negara, I Dewa Gede Dirga, A. B. Tjandrarini, & Sulistiowati. 2014. Rancang Bangun Aplikasi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dewi Sinta Hotel And Restaurant. *Jurnal Sistem Informasi* (3) 1: 27-32.
- Panca, Anang. 2018. Cara Daftar dan Sistem Biaya Bagi Hasil Go-Food. <https://harga.web.id/cara-daftar-dan-sistem-biaya-bagi-hasil-go-food.info>. 24 november 2018 (02.30).
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 *Standar Usaha Restoran*. 10 Juli 2014. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 968. Jakarta.
- Putro, Shandy Widjoyo, Hatane Samuel, Ritzky Karina M.R., & Brahmana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2(1): 1-9.
- Qudratullah, Mohammad Farhan. 2017. *Statistik Nonparametrik Terapan: Teori, Contoh Kasus, dan Aplikasi dengan IBM SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Saputra, A. & C. Wongosudono. 2017. Analisis Pengaruh Penerapan *E-commerce* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis* 27(1): 53-62.
- Staw, B. M., & L. D. Epstein. 2000. What Bandwagons Bring: Effects of Popular Management Techniques on Corporate Performance, Reputation, and CEO Pay. *Administrative Science Quarterly* (45:3). Hlm 523-556.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Statistika Deskriptif dan Probabilitas*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Supriyanto, Antok & B. S. Kirana. 2008. Sistem Informasi Manajemen Pemesanan Makanan Cepat Saji melalui Internet dengan Multi Outlet. *Seminar Nasional Informatika*. Yogyakarta: 342-348.
- Syahid. 2018. Cara Mendaftar sebagai Partner Grab Food. <http://majels.com/Cara-Mendaftar-Sebagai-Partner-Grab-Food.html>. 24 November 2018 (03.10).
- Wang, Ping. 2010. *Chasing the Hottest It: Effects of Information Technology Fashion on Organizations*. *MIS Quarterly* (34:1). Hlm 63-85.

Andi Asrihapsari, Titik Setyaningsih, & Daddy Setiawan: Perkembangan Information Technology Usaha Restoran di Solo

Wardoyo, L. Sularto, & T. Yunitasari. 2015. Analisis Penggunaan dan Kebutuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Restoran Skala Kecil di Jabodetabek. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA) Padang*. 5 Mei: 176-182.

<https://www.bi.go.id/id/statistik>. Diakses 30 Juli 2018.