



## Analisis Meta Business Suite Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Dan Penjualan Di Restoran Copas Suburban Dining Gading Serpong, Kabupaten Tangerang

Siti Umriah <sup>1\*</sup>, Joko Prasetyo <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

\*Penulis Korespondensi: [sitiumriah20@gmail.com](mailto:sitiumriah20@gmail.com), [dosen01924@unpam.ac.id](mailto:dosen01924@unpam.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the utilization of Meta Business Suite as a promotional medium to increase customer visits and sales at Copas Suburban Dining Restaurant, Gading Serpong, Tangerang Regency. This research is motivated by the increasing competition in the culinary business and the important role of social media as an effective digital marketing tool. Meta Business Suite is used by the restaurant management to manage promotional content, schedule posts, manage advertisements, and analyze promotional performance through Instagram and Facebook platforms. This research uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation, in-depth interviews with management and marketing staff, documentation, and SWOT analysis. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The first study showed that the use of Meta Business Suite had a positive impact on increasing awareness, engagement, and promotional reach at Copas Suburban Dining Restaurant. The second study found that promotional effectiveness was not fully optimal due to obstacles such as changes in social media algorithms, limited advertising budgets, and increasingly fierce business competition. The third study concluded that Meta Business Suite plays a significant role as a digital promotional medium, but requires a planned strategy and ongoing evaluation to optimally increase visits and sales*

**Keywords:** *Meta Business Suite, Promotional Media, Instagram, Customer Visits, Sales*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Meta Business Suite sebagai media promosi dalam meningkatkan kunjungan dan penjualan di Restoran Copas Suburban Dining Gading Serpong, Kabupaten Tangerang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan bisnis kuliner serta pentingnya media sosial sebagai sarana promosi digital yang efektif. Meta Business Suite digunakan oleh pihak manajemen restoran untuk mengelola konten promosi, menjadwalkan unggahan, mengelola iklan, serta menganalisis kinerja promosi melalui platform Instagram dan Facebook. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan tim pemasaran, dokumentasi, serta analisis SWOT. Data dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan hasil yang pertama bahwa pemanfaatan Meta Business Suite memberikan dampak positif terhadap peningkatan awareness, engagement, dan jangkauan promosi Restoran Copas Suburban Dining. Hasil penelitian kedua efektivitas promosi belum sepenuhnya optimal karena adanya kendala seperti perubahan algoritma media sosial, keterbatasan anggaran iklan, dan persaingan usaha yang semakin ketat. Dan hasil penelitian ketiga hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Meta Business Suite berperan penting sebagai media promosi digital, namun memerlukan strategi yang terencana dan evaluasi berkelanjutan agar mampu meningkatkan kunjungan dan penjualan secara optimal

**Kata kunci:** Meta Business Suite, Media Promosi, Instagram, Kunjungan, Penjualan

### LATAR BELAKANG

Dengan kemajuan teknologi, penggunaan media sosial telah berdampak besar pada bidang bisnis, perkembangan internet telah membawa perubahan signifikan dalam cara

kita berkomunikasi dan berinteraksi, penggunaan teknologi informasi dan media sosial menjadi salah satu cara efektif dalam melakukan promosi produk atau layanan. Hal ini dikarenakan media sosial memungkinkan sebuah bisnis untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Di sisi lain, penggunaan teknologi informasi juga memudahkan sebuah perusahaan dalam mengelola dan mengoptimalkan proses bisnis mereka, termasuk dunia kuliner.

Meta Business Suite merupakan media promosi yang sedang ramai digunakan pada zaman sekarang, dikarenakan pada masa sekarang masyarakat sering menggunakan media sosial Instagram dan Facebook.

Instagram adalah salah satu platform terkemuka yang menawarkan berbagai fitur seperti *Stories*, *Feed*, *Reels* yang sangat memudahkan proses promosi bagi pelaku bisnis.

Restoran Copas Suburban Dining merupakan salah satu restoran yang berada di kawasan Gading Serpong yang mulai beroperasi sejak 23 Februari 2023, yang mengusung nama Copas sebagai identitasnya. Nama “Copas” yang merupakan singkatan dari “*coffe passion*” mencerminkan semangat inovatif dan adaptasi budaya Asia ke dalam menu *fusion* yang menggabungkan cita rasa Thailand, Singapura, dan bahan lokal Indonesia.

Konsep restoran ini sangat menarik dan memiliki daya tarik visual yang *Instagramable*, yang mengusung tema dengan warna *terracota* sehingga mampu menarik perhatian kalangan Milenial dan generasi Z. Selain mengandalkan kualitas menu dan estetika tempat, restoran ini aktif memanfaatkan Instagram sebagai media promosi utama. Dengan memanfaatkan Meta Business Suite pihak manajemen restoran dapat mengatur jadwal konten, menyusun target iklan, serta menganalisis kinerja promosi secara langsung dan tepat waktu

Berikut di bawah ini data performa Instagram Restoran Copas Suburban Dining pada Tahun 2025

**Tabel 1.1**  
**Data Performa Instagram Restoran Copas Suburban Dining Tahun 2025**

No.	Bulan	<i>Followers</i> (Total)	<i>Engagement</i> Rate	<i>Reels</i> & Post <i>Views</i>	<i>Views</i> Non- <i>followers</i>	Pertambahan <i>Followers</i>
1.	Januari	12.000	3,2%	87.000	73.080	50
2.	Februari	12.050	3,3%	79.000	59.250	132

*Analisis Meta Business Suite Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Dan Penjualan Di Restoran Copas Suburban Dining Gading Serpong, Kabupaten Tangerang*

3.	Maret	12.128	3,6%	73.000	51.500	350
4.	April	12.532	2,1%	47.000	34.780	64
5.	Mei	12.596	2,3%	136.000	115.600	41
6.	Juni	12.637	1,1%	76.000	62.320	71
7.	Juli	12.728	3,1%	88.000	75.680	91
8.	Agustus	12.819	2,9%	94.670	42.601	195
9.	September	13.014	2,3%	174.017	78.307	489
10.	Oktober	13.503	2,9%	460.059	441.656	597
11.	November	14.100	3,1%	342.000	287.280	475
12.	Desember	14.575	3,7%	402.334	354.053	401

**Sumber Data: Pengolahan Data Sekunder 2025**

Berdasarkan data performa Instagram Copas Suburban Dining Tahun 2025 dapat diketahui bahwa bulan Desember menjadi salah satu periode dengan capaian engagement dan jumlah tayangan tertinggi.

Dari aspek jumlah pengikut, pada Januari 2025 tercatat sebanyak 12.000 akun, kemudian mengalami kenaikan secara bertahap hingga mencapai 14.575 akun pada bulan Desember. Hal ini mengindikasikan adanya tren pertumbuhan audiens yang cukup stabil, meskipun peningkatannya tidak terlalu signifikan di setiap bulannya.

Indikator engagement rate memperlihatkan adanya pergerakan yang fluktuatif. Nilai tertinggi dicapai pada bulan Desember sebesar 3,7%, disusul oleh bulan Maret sebesar 3,6%. Sementara itu, angka terendah terdapat pada bulan Juni sebesar 1,1%, yang menunjukkan tingkat interaksi audiens terhadap konten lebih rendah dibanding bulan lainnya.

Dari data kegiatan promosi dapat di simpulkan bahwa bulan Desember 2025 menjadi bulan dengan jumlah promosi terbanyak, di antaranya Early Bliss (Bundling Coffe + Appatizer), Lunch Set From 146k, Only 78k (happy hours 11.00 s/d 14.00), Favorite (Bundling 1-4), Buy Balinese Deep Fried Duck Free Mix Vegetable, Paket Christmas 4pax Rp. 399.999, Paket Christmas 3pax Rp. 329.999.

**Tabel 1.3**  
**Data Sales Penjualan di Restoran Copas Suburban Dining**  
**Tahun 2023 - 2025**

No	Bulan	Sales Penjualan 2023	Sales Penjualan 2024	Sales Penjualan 2025
1	Januari	-	Rp. 314.426.941	Rp. 363.195.950
2	Februari	Rp. 123.934.945	Rp. 291.218.560	Rp. 346.170.500
3	Maret	Rp. 398.095.448	Rp. 383.981.654	Rp. 476.360.170
4	April	Rp. 543.880.487	Rp. 332.963.017	Rp. 304.446.740

*Analisis Meta Business Suite Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Dan Penjualan Di Restoran Copas Suburban Dining Gading Serpong, Kabupaten Tangerang*

No	Bulan	Sales Penjualan 2023	Sales Penjualan 2024	Sales Penjualan 2025
5	Mei	Rp. 398.095.448	Rp. 287.912.453	Rp. 292.128.980
6	Juni	Rp. 375.253.659	Rp. 267.843.904	Rp. 224.418.498
7	Juli	Rp. 385.567.435	Rp. 273.925.976	Rp. 287.122.130
8	Agustus	Rp. 418.536.893	Rp. 291.578.256	Rp. 240.490.372
9	September	Rp. 389.492.921	Rp. 266.984.478	Rp. 229.877.572
10	Oktober	Rp. 369.544.387	Rp. 268.987.435	Rp. 287.002.880
11	November	Rp. 398.767.813	Rp. 317.963.974	Rp. 323.247.975
12	Desember	Rp. 517.524.081	Rp. 472.139.748	Rp. 496.030.121
	Total	Rp. 4.318.693.517	Rp.3.769.917.396	Rp. 3.870.491.889

**Sumber Data: Pengolahan Data Sekunder 2025**

Berdasarkan data penjualan dari tahun 2023 hingga 2025 di atas, dapat diidentifikasi adanya fluktuasi yang cukup nyata pada tingkat penjualan bulanan. Pola tersebut menunjukkan bahwa kinerja penjualan restoran dipengaruhi oleh faktor musiman (*seasonal effect*) serta faktor internal manajemen operasional dan strategi pemasaran digital.

**Tabel 1.4**  
**Data Jumlah Pengunjung Restoran Copas Suburban Dining Tahun 2023 - 2025**

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung 2023	Jumlah Pengunjung 2024	Jumlah Pengunjung 2025
1	Januari	-	2.552	2.421
2	Februari	574	2.428	2.307
3	Maret	3.167	2.745	3.175
4	April	4.376	2.870	2.029
5	Mei	3.842	2.613	1.947
6	Juni	3.569	2.857	1.532
7	Juli	3.681	2.935	2.073
8	Agustus	3.947	3.373	1.924
9	September	3.785	2.732	1.737
10	Oktober	3.431	2.823	2.062
11	November	3.978	2.611	2.251
12	Desember	4.196	3.717	3.390
	Total	38.546	34.256	26.848

**Sumber Data: Pengolahan Data Sekunder 2025**

**Tabel 1.5**  
**Data Budget Promosi Meta Business Suite Restoran Copas Suburban Dining Tahun 2023 – 2025**

No.	Bulan	Tahun 2023	Tahun 2024	Tahun 2025
1	Januari	-	Rp. 7.500.000	Rp. 4.065.400
2	Februari	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 3.236.000
3	Maret	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 7.679.500
4	April	Rp. 7.500.000	Rp. 7.500.000	Rp. 4.278.000
5	Mei	Rp. 7.500.000	Rp. 7.701.000	Rp. 4.713.000
6	Juni	Rp. 7.500.000	Rp. 1.000.000	Rp. 1.901.000
7	Juli	Rp. 7.500.000	Rp. 1.367.980	Rp. 4.764.000

8	Agustus	Rp. 7.500.000	Rp. 1.807.000	Rp. 6.450.000
9	September	Rp. 7.500.000	Rp. 2.619.300	Rp. 1.160.000
10	Oktober	Rp. 7.500.000	Rp. 2.945.500	Rp. 2.250.000
11	November	Rp. 7.500.000	Rp. 4.176.309	Rp. 3.850.000
12	Desember	Rp. 7.500.000	Rp.8.985.296	Rp. 7.850.000

**Sumber Data: Pengolahan Data Sekunder 2025**

**Tabel 1.6**  
**Data Target Pemasaran Restoran Copas Suburban Dining**  
**Tahun 2023 - 2025**

No.	Tahun	Target	Realisasi
1	2023	100%	89,97%
2	2024	100%	78,54%
3	2025	100%	80,64%

**Sumber Data: Pengolahan Data Sekunder 2025**

Berdasarkan data tabel mengenai kunjungan dan penjualan di Restoran Copas Suburban Dining, terlihat adanya tren fluktuatif baik dalam jumlah kunjungan maupun tingkat sales dari tahun ke tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi promosi melalui platform digital yang telah diterapkan belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan traffic konsumen

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Media Sosial**

Media sosial memiliki karakteristik utama berupa keterbukaan, kemudahan akses, serta kemampuan menjangkau audiens secara luas tanpa batasan geografis. Fitur-fitur seperti komentar, like, share, dan direct message menjadikannya media yang interaktif dan mendorong percakapan dua arah. Selain itu, media sosial juga memungkinkan personalisasi konten, sehingga setiap pengguna dapat menerima informasi yang relevan dengan minat dan kebiasaan mereka

### **Instagram Marketing**

Instagram Marketing adalah salah satu bentuk digital marketing yang memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk menjalankan aktivitas pemasaran dan promosi produk, jasa, atau merek secara efektif. Instagram, yang dikenal dengan fokus pada konten visual berupa foto dan video, memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk membangun brand awareness, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mendorong penjualan produk secara langsung maupun tidak langsung

### **Meta Business Suite**

Meta Business Suite adalah sebuah platform manajemen bisnis yang dikembangkan oleh Meta Platforms Inc. (perusahaan induk dari Facebook, Instagram, dan WhatsApp) untuk memberikan solusi terpadu dalam pengelolaan aktivitas pemasaran dan komunikasi digital di berbagai kanal media sosial milik Meta. Platform ini dirancang khusus untuk membantu pelaku usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar, dalam mengelola seluruh aspek kehadiran digital mereka secara efisien dan terintegrasi.

### **Strategi Promosi Digital**

Strategi Promosi Digital adalah serangkaian perencanaan dan pelaksanaan aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui media dan platform digital guna mencapai tujuan pemasaran tertentu, seperti meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), menarik pelanggan baru, membangun loyalitas pelanggan, serta meningkatkan penjualan produk atau layanan. Strategi ini memanfaatkan teknologi digital dan internet sebagai media utama dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey yang mempergunakan teknik ini pada tahun 1960-an ketika ia menginisiasi sebuah proyek penelitian yang dikerjakan di Stanford Research Institute. Sejak saat itu, perlahan analisis SWOT mulai dikenal luas oleh kalangan luas dan perlahan digunakan oleh para pebisnis pada masa itu untuk memanfaatkan metode analisis ini demi menumbuhkan sekaligus mengembangkan perusahaan mereka masing-masing

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et al (2019:218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Menurut Sholihah (2020:15) penelitian kualitatif merupakan proses observasi atau pengamatan objek secara mendalam menggunakan pengalaman sebagai dasar analisisnya. Metode ini kerap digunakan dalam penelitian ilmu sosial.

Menurut Moleong (2018:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara

deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan metode alamiah

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pembahasan Wawancara**

Berdasarkan hasil wawancara dengan General Manager, Marketing, Purchasing, serta karyawan operasional dan pelanggan, diketahui bahwa Meta Business Suite telah dimanfaatkan sebagai media utama dalam kegiatan promosi Restoran Copas Suburban Dining, khususnya melalui platform Instagram.

General Manager menyampaikan bahwa tim marketing secara rutin memantau data insight seperti jangkauan, interaksi, dan respon audiens terhadap konten yang diunggah. Data tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan jenis konten dan waktu unggah yang dinilai paling efektif. Namun, analisis yang dilakukan masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya mendalam.

Dari sisi marketing, Meta Business Suite dinilai sangat membantu dalam membaca performa konten dan iklan secara detail, termasuk demografi audiens, jam aktif, serta efektivitas biaya iklan. Informasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan strategi promosi selanjutnya agar lebih tepat sasaran. Meski demikian, perubahan algoritma Instagram menjadi salah satu kendala yang cukup memengaruhi konsistensi hasil promosi.

Bagian purchasing menyampaikan bahwa dampak promosi melalui Meta Business Suite dirasakan secara tidak langsung melalui peningkatan kebutuhan bahan baku dan operasional. Namun, koordinasi terkait rencana promosi belum selalu disampaikan secara rinci, sehingga penyesuaian stok masih banyak bergantung pada pengalaman sebelumnya. Hal ini menyebabkan beberapa kali terjadi ketidaksesuaian antara lonjakan permintaan dengan kesiapan stok.

Dari sisi operasional seperti kasir dan waiters, promosi di media sosial dinilai mampu meningkatkan jumlah pelanggan, terutama pada jam dan periode tertentu. Namun, masih ditemukan kendala berupa keterbatasan informasi detail promosi yang diterima karyawan lapangan, sehingga berpotensi menimbulkan miskomunikasi dengan pelanggan.

Sementara itu, hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan berkunjung. Konten visual, suasana restoran, serta promo menjadi faktor utama yang menarik perhatian pelanggan, meskipun sebagian pelanggan tetap mengandalkan rekomendasi dari orang terdekat

### **Temuan Utama Penelitian**

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, informan pendukung, serta hasil observasi lapangan, peneliti menemukan beberapa temuan utama terkait pemanfaatan Meta Business Suite sebagai media promosi dalam meningkatkan kunjungan dan penjualan di Restoran Copas Suburban Dining.

#### **1. Meta Business Suite Berperan sebagai Alat Monitoring Promosi Digital**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Meta Business Suite telah dimanfaatkan secara aktif sebagai alat monitoring promosi digital melalui Instagram. Tim marketing menggunakan fitur insight untuk memantau performa konten, iklan berbayar, serta demografi audiens. Hal ini membantu restoran dalam memahami jenis konten yang diminati pelanggan dan waktu promosi yang paling efektif.

Namun, pemanfaatan tersebut masih berfokus pada pemantauan hasil (output), belum sepenuhnya digunakan sebagai alat perencanaan strategis berbasis data (input) dalam jangka panjang.

#### **2. Promosi Digital Meningkatkan Awareness dan Kunjungan, namun Belum Optimal terhadap Penjualan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui Meta Business Suite berkontribusi positif terhadap peningkatan awareness dan kunjungan pelanggan, terutama dari konsumen baru yang mengetahui Copas Suburban Dining melalui Instagram. Hal ini diperkuat oleh pernyataan karyawan operasional dan pelanggan yang menyatakan bahwa konten visual dan promo menjadi alasan utama mereka datang ke restoran.

Namun demikian, peningkatan penjualan belum selalu sebanding dengan tingginya engagement di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa promosi digital belum sepenuhnya terintegrasi dengan strategi penjualan di restoran.

3. Terdapat Kesenjangan antara Analisis Promosi dan Kesiapan Operasional

Temuan penting lainnya adalah adanya ketidaksesuaian antara hasil promosi di media sosial dengan kesiapan operasional restoran. Beberapa informan menyampaikan bahwa lonjakan kunjungan akibat promosi tidak selalu diikuti oleh kesiapan stok bahan baku dan kapasitas pelayanan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa hasil analisis Meta Business Suite belum sepenuhnya dikomunikasikan dan dimanfaatkan secara lintas divisi, khususnya antara tim marketing, purchasing, dan operasional.

4. Koordinasi Internal Menjadi Faktor Kunci Efektivitas Pemanfaatan Meta Business Suite

Penelitian menemukan bahwa efektivitas pemanfaatan Meta Business Suite sangat dipengaruhi oleh kualitas koordinasi internal. Informasi promosi yang belum disampaikan secara detail dan tepat waktu kepada bagian purchasing dan karyawan lapangan berpotensi menimbulkan hambatan dalam pelayanan dan pengelolaan stok.

Koordinasi yang masih bersifat reaktif, bukan proaktif, menyebabkan beberapa bagian menyesuaikan kondisi operasional setelah promosi berjalan, bukan sebelum promosi dilaksanakan.

2. Preferensi Pelanggan terhadap Konten Experience dan Informasi yang Jelas

Dari sisi pelanggan, temuan penelitian menunjukkan bahwa konten yang menampilkan pengalaman bersantap, suasana restoran, serta rekomendasi menu lebih berpengaruh dibandingkan sekadar promosi harga. Pelanggan juga mengharapkan informasi menu, harga, dan promo yang disajikan secara ringkas dan mudah ditemukan.

Hal ini menunjukkan bahwa Meta Business Suite memiliki potensi besar untuk mengarahkan strategi konten yang lebih berorientasi pada pengalaman pelanggan, bukan hanya pada aspek promosi sesaat.

### 3. Meta Business Suite Memiliki Potensi Strategis yang Belum Dimaksimalkan

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa Meta Business Suite memiliki potensi strategis sebagai alat promosi dan pengambilan keputusan di Restoran Copas Suburban Dining. Namun, pemanfaatannya masih terbatas pada fungsi operasional promosi, belum sepenuhnya terintegrasi dalam perencanaan bisnis dan strategi jangka panjang.

### **Perspektif Peneliti**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta analisis terhadap pemanfaatan Meta Business Suite di Restoran Copas Suburban Dining, peneliti memandang bahwa penggunaan Meta Business Suite sebagai media promosi digital memiliki peran yang strategis dalam mendukung peningkatan kunjungan dan penjualan restoran.

Peneliti melihat bahwa Meta Business Suite telah dimanfaatkan secara aktif sebagai alat untuk memantau performa promosi, khususnya melalui platform Instagram. Pemanfaatan ini memberikan kemudahan bagi pihak manajemen dalam memahami respon audiens terhadap konten yang diunggah, serta membantu dalam menentukan arah promosi yang lebih relevan dengan preferensi pelanggan. Namun, peneliti menilai bahwa pemanfaatan tersebut masih berada pada tahap operasional dan belum sepenuhnya dimaksimalkan sebagai dasar perencanaan strategis jangka panjang.

Dari perspektif peneliti, salah satu permasalahan utama yang muncul adalah adanya kesenjangan antara hasil analisis promosi digital dengan implementasi di lapangan. Tingginya engagement di media sosial tidak selalu diiringi dengan kesiapan operasional, baik dari segi stok bahan baku, kapasitas pelayanan, maupun pemahaman karyawan terhadap detail promosi yang sedang berlangsung. Kondisi ini menunjukkan bahwa hasil analisis Meta Business Suite belum sepenuhnya terintegrasi dengan pengambilan keputusan lintas divisi.

Peneliti juga menilai bahwa koordinasi internal menjadi faktor penentu keberhasilan pemanfaatan Meta Business Suite. Tanpa adanya komunikasi yang terstruktur antara tim marketing, purchasing, dan operasional, data yang dihasilkan dari Meta Business Suite berpotensi hanya menjadi informasi, bukan sebagai dasar tindakan strategis. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih kolaboratif agar setiap bagian dapat mempersiapkan diri sebelum promosi dijalankan.

Selain itu, peneliti memandang bahwa potensi Meta Business Suite tidak hanya terletak pada peningkatan jangkauan dan interaksi, tetapi juga pada kemampuannya dalam mendukung perencanaan promosi yang lebih terukur dan berkelanjutan. Apabila data insight dapat dimanfaatkan secara konsisten dan dikaitkan dengan kondisi operasional restoran, maka Meta Business Suite dapat berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan yang lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, peneliti berpendapat bahwa pemanfaatan Meta Business Suite di Restoran Copas Suburban Dining telah memberikan dampak positif, namun masih memerlukan pengembangan dalam hal pendalaman analisis data dan integrasi strategi. Perspektif ini menjadi dasar bagi peneliti untuk menyusun analisis IFAS, EFAS, dan SWOT sebagai upaya merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi restoran

### **Analisis Faktor Internal (IFAS)**

Analisis IFAS bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kondisi internal Restoran Copas Suburban Dining mendukung pemanfaatan Meta Business Suite sebagai media promosi. Faktor internal diperoleh dari hasil wawancara dengan General Manager, Marketing, Purchasing, serta karyawan operasional

**Tabel 4.12**  
**IFAS Pemanfaatan Meta Business Suite di Copas Suburban Dining**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Strengths (Kekuatan)</b>			
Penggunaan Meta Business Suite untuk monitoring promosi digital	0,15	4	0,60
Konten visual dan konsep restoran yang menarik	0,15	4	0,60
Tim marketing aktif dan adaptif terhadap tren media sosial	0,10	3	0,30
Media sosial efektif meningkatkan awareness dan kunjungan	0,10	3	0,30
<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>			
Analisis data Meta Business Suite masih bersifat deskriptif	0,20	2	0,40
Koordinasi promosi dengan purchasing dan operasional belum optimal	0,15	2	0,30
Promosi belum selalu selaras dengan kesiapan stok dan kapasitas	0,10	2	0,20
Ketergantungan pada pengalaman dibanding data prediktif	0,05	2	0,10
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,80</b>

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS, diperoleh total skor sebesar 2,80. Nilai ini menunjukkan bahwa kondisi internal Copas Suburban Dining berada pada kategori cukup kuat, khususnya dalam pemanfaatan Meta Business Suite sebagai media promosi. Kekuatan utama terletak pada konsistensi penggunaan media sosial dan kualitas konten visual, sementara kelemahan masih ditemukan pada aspek pendalaman analisis data dan integrasi lintas divisi.

#### **Analisis Faktor Eksternal (EFAS)**

Analisis EFAS dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi efektivitas pemanfaatan Meta Business Suite sebagai media promosi. Faktor eksternal diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan, pengamatan terhadap kondisi restoran, serta perkembangan tren media sosial dan persaingan bisnis kuliner.

**Tabel 4.13**  
**EFAS Pemanfaatan Meta Business Suite di Copas Suburban Dining**

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Opportunities (Peluang)</b>			
Tingginya penggunaan Instagram sebagai referensi kuliner	0,15	4	0,60
Fitur Meta Business Suite menyediakan data insight dan iklan terukur	0,15	3	0,45
Tren konsumen menyukai konten visual dan experience restoran	0,10	4	0,40
Peluang menjangkau konsumen baru melalui Instagram Ads	0,10	3	0,30
<b>Threats (Ancaman)</b>			
Persaingan restoran di kawasan Gading Serpong semakin ketat	0,20	3	0,60
Perubahan algoritma Instagram yang sulit diprediksi	0,15	2	0,30
Ketidaksesuaian promosi online dengan kondisi operasional	0,10	2	0,20
Ketergantungan pada media sosial sebagai kanal promosi utama	0,05	2	0,10
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,95</b>

Hasil perhitungan EFAS menunjukkan total skor sebesar **2,95**, yang mengindikasikan bahwa Copas Suburban Dining memiliki peluang eksternal yang cukup besar dalam pemanfaatan Meta Business Suite. Tingginya minat konsumen terhadap konten digital dan media sosial menjadi peluang utama, meskipun terdapat ancaman berupa persaingan ketat dan dinamika algoritma media sosial yang memerlukan strategi promosi yang adaptif

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi dalam menentukan strategi yang tepat. Dalam penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk menganalisis pemanfaatan Meta Business Suite sebagai media promosi dalam meningkatkan kunjungan dan penjualan di Restoran Copas Suburban Dining.

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi

perusahaan, dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi. Pendekatan ini membantu perusahaan dalam menentukan posisi strategis dan arah pengembangan yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat penting dalam perencanaan pemasaran karena mampu membantu perusahaan memahami kemampuan internalnya sekaligus merespons dinamika lingkungan eksternal. Dengan memahami keempat unsur SWOT, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pasar.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat penting dalam perencanaan pemasaran karena mampu membantu perusahaan memahami kemampuan internalnya sekaligus merespons dinamika lingkungan eksternal. Dengan memahami keempat unsur SWOT, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pasar.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pemanfaatan Meta Business Suite yang lebih optimal bagi Restoran Copas Suburban Dining. Analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis restoran dalam menghadapi persaingan serta memaksimalkan peluang digital marketing yang tersedia

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Meta Business Suite sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Kunjungan dan Penjualan di Restoran Copas Suburban Dining Gading Serpong, Kabupaten Tangerang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Meta Business Suite telah dimanfaatkan secara aktif sebagai media promosi digital, khususnya melalui platform Instagram. Pemanfaatan Meta Business Suite dilakukan oleh tim marketing untuk memantau

- data insight seperti jangkauan, interaksi, performa konten, serta efektivitas iklan berbayar. Data tersebut digunakan sebagai dasar evaluasi dalam menentukan jenis konten dan waktu promosi yang dinilai paling efektif. Namun demikian, analisis yang dilakukan masih bersifat deskriptif dan belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai dasar perencanaan strategis jangka panjang
2. Pemanfaatan Meta Business Suite terbukti berkontribusi terhadap peningkatan awareness dan kunjungan pelanggan, terutama konsumen baru yang mengetahui Copas Suburban Dining melalui media sosial. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan karyawan operasional dan pelanggan yang menyatakan bahwa konten visual, suasana restoran, serta promosi di Instagram menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan berkunjung. Akan tetapi, peningkatan engagement di media sosial belum selalu berbanding lurus dengan peningkatan penjualan, sehingga promosi digital masih perlu didukung oleh strategi penjualan dan pelayanan di restoran
  3. Penelitian menemukan adanya kesenjangan antara hasil analisis promosi digital dengan kesiapan operasional restoran. Lonjakan kunjungan akibat promosi tidak selalu diikuti dengan kesiapan stok bahan baku dan kapasitas pelayanan. Kondisi ini disebabkan oleh koordinasi lintas divisi yang belum optimal, khususnya antara tim marketing, purchasing, dan operasional, sehingga hasil analisis Meta Business Suite belum sepenuhnya dimanfaatkan secara terintegrasi
  4. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal (IFAS) diperoleh skor total sebesar 2,80, yang menunjukkan bahwa Copas Suburban Dining memiliki kondisi internal yang cukup kuat, terutama pada aspek pemanfaatan media sosial dan kualitas konten visual. Sementara itu, hasil analisis lingkungan eksternal (EFAS) menunjukkan skor total sebesar 2,95, yang menandakan bahwa peluang eksternal, seperti tingginya penggunaan Instagram dan minat konsumen terhadap konten visual, lebih dominan dibandingkan ancaman yang dihadapi
  5. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Copas Suburban Dining berada pada Kuadran I (Strength–Opportunities). Posisi ini mencerminkan bahwa restoran memiliki kekuatan internal yang mampu dimanfaatkan secara optimal untuk menangkap peluang eksternal yang tersedia. Dengan demikian, strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi agresif, yaitu dengan memaksimalkan pemanfaatan

Meta Business Suite melalui penguatan konten berbasis pengalaman pelanggan, pemanfaatan data insight untuk promosi yang lebih tepat sasaran, serta peningkatan koordinasi internal agar promosi digital dapat berdampak lebih optimal terhadap kunjungan dan penjualan restoran

## **DAFTAR REFERENSI**

- Budianto. (2022). Strategi Digital Marketing pada Restoran Cepat Saji Menggunakan Facebook dan Instagram Ads. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Strategi Digital*, 7(2), 134–146. Universitas Diponegoro.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lestari, D., & Maulana, A. (2023). Analisis Peran Media Sosial terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen Restoran di Bandung. *Jurnal Bisnis Digital dan Inovasi*, 3(1), 21–35. Universitas Telkom.
- Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran X di Jakarta. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 5(2), 112–124. Universitas Indonesia.
- Siregar, M., & Pratama, D. (2022). Efektivitas Meta Business Suite dalam Pengelolaan Konten Digital UMKM di Jakarta Selatan. *Jurnal Komunikasi Digital Terapan*, 6(1), 45–58. Universitas Sahid Jakarta.
- Yuliana. (2020). Pemanfaatan Instagram Stories dan Reels sebagai Strategi Promosi Restoran Kafe Urban Jakarta. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 4(3), 89–101. Universitas Bina Nusantara.