

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salero Basamo merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang berdiri sejak tahun 1977 dan juga termasuk rumah makan terlama yang ada di Gunungsitoli. Awalnya Bapak Ahmad Koto sebagai pemilik rumah makan Salero Basamo yang hanya menjual sarapan pagi. Dan setelah Bapak Ahmad Koto meninggal dunia, usaha tersebut di wariskan kepada anaknya yang bernama Deswita. Dan kemudian usaha tersebut di kembangkan oleh anaknya lalu merenovasinya menjadi rumah makan yang besar sehingga tempat itu para pelanggan atau pembeli merasa nyaman saat makan ataupun membeli.

4.1.2 Hari dan Jam kerja

Sistem kerja di rumah makan Salero Basamo sama seperti usaha lainnya memiliki jam waktu kerja *full* satu minggu. Akan tetapi pada moment liburan otomatis rumah makan Salero Basamo diliburkan. Jam kerja mulai dari jam 8.00 wib sampai 22.00 wib dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jam kerja Salero Basamo Kota Gunungsitoli

No	Hari	Jam kerja
1	Senin	08:00 wib-22.00 wib
2	Selasa	08:00 wib-22.00 wib
3	Rabu	08:00 wib-22.00 wib
4	Kamis	08:00 wib-22.00 wib
5	Jum'at	08:00 wib-22.00 wib
6	Sab'tu	08:00 wib-23.00 wib
7	Minggu	08:00 wib-23.00 wib

Sumber: Salero Basamo, 2023

Dari tabel 4.1.1 tentang jam kerja rumah makan Salero Basamo, dapat di uraikan bahwa karyawan bekerja setiap hari tanpa pergantian shift.

4.1.3 Visi Misi Rumah Makan Salero Basamo Kota Gunungsitoli

Dalam sebuah perusahaan kuliner sangat penting visi dan misi untuk menunjang pertumbuhan sebuah usaha dalam menunjukkan jati diri perusahaan sesungguhnya. Visi dan Misi sebuah perusahaan merupakan salah satu hal yang membentuk inti bisnis juga berfungsi sebagai contoh dan pedoman bagi setiap pekerjanya. Visi dan Misi akan membentuk arah bisnis, menetapkan tujuan jangka panjang, dan mewujudkan apa yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun visi dan misi rumah makan Salero Basamo yang berdasarkan hasil peneliti yaitu sebagai berikut:

a. Visi rumah makan Salero Basamo

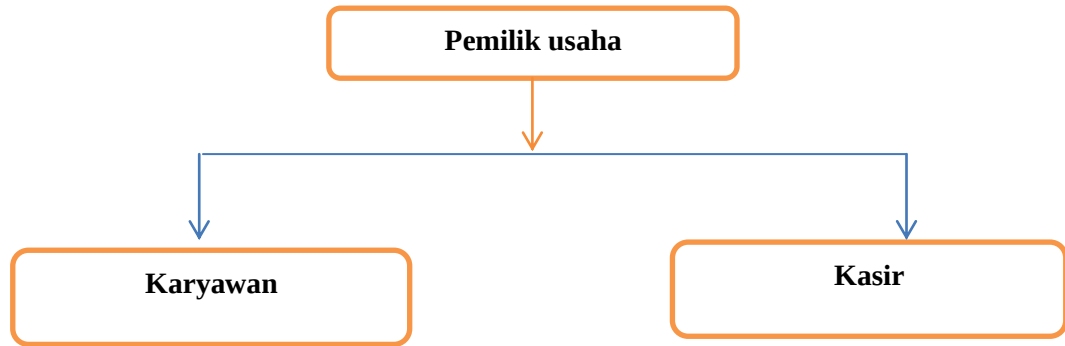
Menjadi usaha makanan cepat saji yang dikenal luas oleh masyarakat dengan citra positif sebagai hidangan menyehatkan.

b. Misi rumah makan Salero Basamo

- Menyediakan menu makanan dengan bahan-bahan berkualitas.
- Menawarkan menu makanan dengan harga terbaik.
- Menghadirkan pelayanan terbaik yang membuat konsumen mesra puas.

4.1.4 Struktur Organisasi Rumah Makan Salero Basamo

Salero Basamo merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual berbagai makanan. Struktur organisasi merupakan gambaran untuk mencapai tujuan dan memudahkan mengkoordinasi, komunikasi atas semua aktivitas yang bertanggung jawab dalam tugasnya masing-masing. Adapun struktur organisasi yang ada pada rumah makan Salero Basamo di Kota Gunungsitoli dapat di lihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1
Struktur organisasi Salero Basamo

4.1.5 Uraian Tugas Dan Tanggung jawab

a. Pemilik usaha, mempunyai tugas sebagai berikut:

- Bertanggung jawab terhadap kelangsungan rumah makan Salero Basamo Kota Gunungsitoli baik jangka panjang maupaun jangka pendek.
- Mengkoordinir dan melakukan pengawasan terhadap karyawan.
- Berkewajiban untuk memberi tempat kerja yang adli bagi karyawannya
- Meningkatkan dan ikut dalam mengambil semua langkah yang di perlukan untuk kemajuan usahanya supaya sukses.

b. Karyawan

- Memberikan rekomendasi menu pada konsumen
- Mencatat pesanan dan memastikan kecepatan pesanan pelanggan
- Bekerjasama dalam staf lainnya
- Stand by dan memperhatikan customer
- Dan memperhatikan kebersihan.

c. Kasir

- Memastikan kelancaran proses transaksi dengan konsumen
- Memastikan jumlah uang yang dibayar pelanggan sesuai dengan nota

- Menerima pesanan dan memeriksa kelengkapan pesanan pelanggan.

4.1.6 Profil Dan Informan kunci

Dalam penelitian ini peneliti telah melakukan observasi untuk menentukan informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Informan yang telah diambil berjumlah 6 orang. Sedangkan untuk informan kunci ada 3, informan kunci ini merupakan informan yang dapat menjelaskan dan memberikan informasi berdasarkan pertanyaan penelitian yaitu Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha Rumah Makan Salero dalam mempertahankan keeksistensian di tengah persaingan Rumah Makan yang sejenis di Kota Gunungsitoli? Dan Bagaimana cara mempertahankan keberadaan Rumah Makan Salero Basamo di tengah pesaing usaha lainnya?

Berdasarkan hasil dari penelitian ini peneliti mendapatkan gambaran profil dari informan sebagai berikut:

1. Ibu Deswita (Pemilik usaha rumah Salero Basamo)



2. Kak Rini (Sebagai karyawan rumah makan Salero Basamo)



3. Ibu nujlan (sebagai pelanggan rumah makan Salero)



4.2 Analisis Data

Rumah Makan Salero Basamo adalah salah satu rumah makan yang berada di Jl. Tepi pantai Kota Gunungsitoli tepatnya berada dekat taman Yaahowu. Rumah Makan Salero Basamo ini sudah berdiri sejak tahun 1977. Usaha ini di dirikan oleh orang tua dari Ibu Deswita yang hanya dengan menjual sarapan pagi, dan setelah orang tua dari Ibu Deswita meninggal usaha tersebut di kembangkan menjadi rumah makan besar dengan mengikuti perkembangan zaman yang semakin meningkat. Meskipun banyak usaha rumah makan sejenis yang menyediakan menu yang sama namun Rumah Makan Salero Basamo ini tetap bisa mampu dalam mempertahankan keeksistensiannya. Observasi ini dilakukan di Rumah Makan Salero Basamo selama beberapa hari dan Wawancara juga dilakukan terhadap pemilik usaha rumah makan, karyawan, dan pelanggan ruama makan tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka pertanyaannya adalah menganalisis keberhasilan usaha warung makan Salero Basamo dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan dengan warung makan sejenis. Jika informan mengetahui permasalahan tersebut, maka akan muncul pertanyaan mengenai keberhasilan perusahaan tersebut, namun Restoran Salero Basamo berhasil tetap bertahan meski mendapat persaingan dari warung makan serupa. Dengan pertanyaan penelitian Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha Rumah Makan Salero dalam mempertahankan keeksistensian di tengah persaingan Rumah Makan yang sejenis di Kota Gunungsitoli? Bagaimana cara mempertahankan keberadaan Rumah Makan Salero Basamo di tengah pesaing usaha lainnya?. Dengan hasil wawancaranya sebagai berikut:

4.3 Analisis Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti di tempat penelitian secara langsung dengan mendatangi langsung informan kunci dan informan pendukung yaitu untuk mengetahui keberhasilan usaha rumah makan salero basamo di Kota Gunungsitoli.

Pertanyaan penelitian: Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha Rumah Makan Salero dalam mempertahankan keeksistensian di tengah persaingan Rumah Makan yang sejenis di Kota Gunungsitoli? Dan bagaimana cara mempertahankan keberadaan rumah Makan Salero Basamo ditengah persaingan usaha lainnya

Informan I

Ibu Deswita (Pemilik Rumah Makan Salero Basamo)

Faktor-faktor yang saya gunakan untuk mempertahankan keeksistensian rumah makan saya yaitu mulai dari bahan, dengan menggunakan yang masih fresh atau segar yang kita beli langsung dari pedagang dipasar, kualitas yang masih sehat dan rempah-rempah untuk mempertahankan cita rasa makanan agar rasanya tetap terjaga tidak berubah-ubah, dan kita juga menerima saran dari pelanggan apabila ada yang menginginkan menu baru kita berusaha berinovasi dengan produk yang diinginkan pelanggan dengan sebaik mungkin.

Kita menjual makanan berbagai jenis dengan harga yang bisa dibilang cukup terjangkau dan tidak mengurangi cita rasa makanan sedikitpun yaitu dengan harga Rp.13.000. sampai dengan Rp.20.000

Untuk melakukan promosi, kita menggunakan sosial media khususnya whastapp dan juga facebook yang kita pakai untuk mempromosikan produk-produk, browsur, juga sudah bisa di pesan. Pelayanan yang kita berikan dengan mengutamakan sopan santun nggak norak dan juga ramah tamah. Kalo dari segi tempat dan lokasi, lokasi sudah terlihat strategis berada di area Taman Kota yang merupakan salah satu pusat kuliner di Gunungsitoli, yang kebetulan tempatnya berada di pinggir jalan dan orang-orang yang lewat bisa melihatnya dan mudah dijangkau dimana-mana, Lalu tempat kita memiliki tempat duduk yang cukup banyak.

Informan II

Kakak Rini (Karyawan Rumah Makan Salero Basamo)

Produk kita gunakan bahan-bahan yang berkualitas baik dengan yang masih segar serta cita rasa yang masih terjaga tanpa mengurangi sedikitpun rempah-rempah yang digunakan. Untuk harga Makanan dengan varian rasa dengan harga yang sama yaitu Rp. 13.000, sampai dengan Rp.20.000 jadi cukup terjangkau.

Melakukan promosi disosial media seperti whatsapp dan facebook, browser juga, sehingga yang memesan makanan dapat menghubungi nomor telepon rumah makan, ataupun bisa datang langsung kerumah makan Salero Basamo.

Untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan, kami telah menyediakan beberapa fasilitas seperti toilet, tv, kipas angin dan tempat yang luas.

Pertanyaan penelitian: faktor apa saja yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian di Rumah Makan Salero Basamo?

Informan III

Pelanggan

Alasan saya suka membeli makanan di Rumah Makan Salero Basamo ini karena disini cocok harganya dan juga kualitas produknya terjaga dengan rasa yang cocok dan enak. Untuk harganya sih sudah pas nggak terlalu mahal dan juga cukup terjangkau, dengan rasa makanan yang berbeda. Saya melakukan pembelian seminggu sekali karena sumber proteinnya, jadi diusahakan seminggu sekali makan Dengan produk yang disajikan saya meras puas karena disini selain harganya terjangkau cita rasa dan juga enak.

Selain itu kalo kita makan ditempat ini kita dapat mengambil Makanan sepuasnya. Pelayanan disini sih bagus, Terus juga orang-orangnya ramah, cepat juga, dan kita juga gak menunggu lama. Biasanya kan kalau di Rumah makan lain kadang nunggu lama, nunggu dulu, nunggu dipanggil dulu gitu kan baru nyamperin, kalau

disini kan engga. Kita duduk dan kita langsung mengambil makanan sendiri.

Saya Tahu rumah makan Salero Basamo ini dari temen. Waktu itu kan lagi pada ngumpul karena arisan nih, terus pada lapar, diajakin deh ke Rumah Makan Salero Basamo. Tempatnya nyaman dan juga lokasi strategis, karna didepannya juga taman kota, pandangannya juga ya sangat indah.

4.3.1 Kategori Data

Kategori Data faktor mempertahankan keeksistensian Rumah Makan Salero Basamo

Tabel 4.2.1
Kategori Data

Pertanyaan	Informasi						Kategori
	Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Pelanggan 1	Pelanggan 2	Pelanggan 3	
1. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha Rumah Makan Salero dalam mempertahankan keeksistensian di tengah persaingan Rumah Makan yang sejenis di Kota Gunungsitoli?	1. Produk yang berkualitas tinggi.	1. Kualitas produk yang baik dengan menjaga cita rasa makanan.	1. Kualitas produk yang berkualitas baik.	1. Harga terjangkau.	1. Kualitas produk.	1. Harga terjangkau.	1. Harga terjangkau (harga yang terbilang murah)
2. faktor apa saja yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian di Rumah Makan Salero Basamo?	2. Harga yang terjangkau	2. Harga cita rasa makanan.	2. Harga terjangkau	2. kualitas produk.	2. Harga terjangkau	2. Varian rasa.	3. Pelayanan yang baik.
	3. Postingan di media sosial Sebagai sarana promosi dan juga lewat browser	2. Harga yang cukup terjangkau	3. Promosi melalui media sosial.	3. Pelayanan yang baik, tempat nyaman.	3. Varian rasa.	3. Pelayanan yang baik.	4. Tempat nyaman.
	4. Pelayanan yang sopan baik dan ramah	3. Promosi lewat media, browsur,s	4. Melayai dengan sopan, ramah, cepat dan tepat.	4. Lokasi strategis	4. Pelayanan yang baik.	4. Tempat nyaman.	5. Lokasi strategis.
	5. Lokasi strategis dan tempat yang	4. Melayani dengan ramah dan sopan.	5. Lokasi yang strategis, tempat nyaman dan bersih.	5. Informasi dari mulut ke mulut	5. Lokasi strategis	5. Lokasi strategis.	6. Informasi dari mulut ke mulut.
							1. Kualitas Produk (Bahan baku baik dan cita rasa terjaga tidak berubah-ubah)
							2. Pelayanan yang baik (pelayanan yang sopan santun, ramah, dan cepat

	nyaman.	5. Tempat yang menarik dan nyaman. Lokasi terjangkau.					
--	---------	---	--	--	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

4.4.2 Klasterisasi Kategori

Klasterisasi Kategori faktor yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian di Waru Rumah Makan Salero Basamo

Tabel 4.2.2

Klasterisasi Kategori

Faktor yang membuat konsumen lebih tertarik melakukan pembelian di Rumah Makan Salero Basamo
1. Harga terjangkau (harga yang terbilang murah) 2. Kualitas Produk (Bahan baku baik dan rasa makanan terjaga tidak berubah-ubah) 3. Pelayanan yang baik (pelayanan yang sopan santun, ramah, cepat dan tepat) 4. Tempat (Lokasi yang strategis, tempat yang nyaman, fasilitas yang memadai) 5. Promosi (postingan di media sosial instagram, facebook, browsur atau informasi dari mulut ke mulut)

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka peneliti menemukan beberapa faktor permasalahan dalam mempertahankan rumah makan salero basamo yaitu dengan cara melakukan pelayanan yang maksimal kepada konsumen atau pengunjung dan mempertahankan produk produk yang masih bagus dan termasuk lingkungan yang bersih dan membuat konsumen nyaman dalam berkunjung. Maka hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan keberhasilan usaha Rumah Makan Salero Basamo dalam mempertahankan

keeksistensiannya di tengah persaingan rumah makan yang sejenisnya yaitu:

Informan I

Ibu Deswita (Pemilik Rumah Makan Salero Basamo)

Faktor-faktor yang saya gunakan untuk mempertahankan keeksistensi rumah makan saya yaitu mulai dari bahan, dengan menggunakan yang masih fresh atau segar yang kita beli langsung dari pedagang dipasar, kualitas yang masih sehat dan rempah-rempah untuk mempertahankan cita rasa makanan agar rasanya tetap terjaga tidak berubah-ubah, dan kita juga menerima saran dari pelanggan apabila ada yang menginginkan menu baru kita berusaha berinovasi dengan produk yang diinginkan pelanggan dengan sebaik mungkin.

Kita menjual makanan berbagai jenis dengan harga yang bisa dibilang cukup terjangkau dan tidak mengurangi cita rasa makanan sedikitpun yaitu dengan harga Rp.13.000. sampai dengan Rp.20.000. Untuk melakukan promosi, kita menggunakan sosial media khususnya whastapp dan juga facebook yang kita pakai untuk mempromosikan produk-produk, browsur, juga sudah bisa di pesan. Pelayanan yang kita berikan dengan mengutamakan sopan santun nggak norak dan juga ramah tamah. Kalo dari segi tempat dan lokasi, lokasi sudah terlihat strategis berada di area Taman Kota yang merupakan salah satu pusat kuliner di Gunungsitoli, yang kebetulan tempatnya berada di pinggir jalan dan orang-orang yang lewat bisa melihatnya dan mudah dijangkau dimana-mana, Lalu tempat kita memiliki tempat duduk yang cukup banyak.

Informan II

Kakak Rini (Karyawan Rumah Makan Salero Basamo)

Produk kita gunakan bahan-bahan yang berkualitas baik dengan yang masih segar serta cita rasa yang masih terjaga tanpa mengurangi sedikitpun rempah-rempah yang digunakan. Untuk

harga Makanan dengan varian rasa dengan harga yang sama yaitu Rp. 13.000, sampai dengan Rp.20.000 jadi cukup terjangkau. Melakukan promosi disosial media seperti whatsapp dan facebook, browser juga, sehingga yang memesan makanan dapat menghubungi nomor telepon rumah makan, ataupun bisa datang langsung kerumah makan Salero Basamo. Untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan, kami telah menyediakan beberapa fasilitas seperti toilet, tv, kipas angin dan tempat yang luas.

Pertanyaan penelitian: faktor apa saja yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian di Rumah Makan Salero Basamo?

Informan III

Pelanggan

Alasan saya suka membeli makanan di Rumah Makan Salero Basamo ini karena disini cocok harganya dan juga kualitas produknya terjaga dengan rasa yang cocok dan enak. Untuk harganya sih sudah pas nggak terlalu mahal dan juga cukup terjangkau, dengan rasa makanan yang berbeda. Saya melakukan pembelian seminggu sekali karena sumber proteinnya, jadi diusahakan seminggu sekali makan Dengan produk yang disajikan saya meras puas karena disini selain harganya terjangkau cita rasa dan juga enak.

Selain itu kalo kita makan ditempat ini kita dapat mengambil Makanan sepuasnya. Pelayanan disini sih bagus, Terus juga orang-orangnya ramah, cepat juga, dan kita juga gak menunggu lama. Biasanya kan kalau di Rumah makan lain kadang nunggu lama, nunggu dulu, nunggu dipanggil dulu gitu kan baru nyamperin, kalau disini kan engga. Kita duduk dan kita langsung mengambil makanan sendiri. Saya Tahu rumah makan Salero Basamo ini dari temen. Waktu itu kan lagi pada ngumpul karena arisan nih, terus pada lapar, diajakin deh ke Rumah Makan Salero Basamo. Tempatnya nyaman

dan juga lokasi strategis, karna didepannya juga taman kota, pandangannya juga ya sangat indah.

Hasil yang di ketahui peneliti dalam keberhasilan rumah makan salero basamo dan dalam mempertahankan keeksistensian ditengah persaingan usaha lainnnya sebagai berikut :

1. Karakter karyawan dalam melayani konsumen yang baik sehingga membuat konsumen atau pengunjung nyaman.
2. Salah satu cara yang unik dalam melayani konsumen adalah ketika memesan makanan yaitu mengambil makanan sendiri.
3. Lingkungan rumah makan yang bersih dan nyaman bagi pengunjung atau konsumen.
4. Produk dan makanan yang bagus dan segar sehingga konsumen dan pengunjung nyaman dalam mengkonsumsinya.

4.4.1 Keberhasilan Usaha

Menurut Muchtar dan Ramadini (2011:200) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik daripada keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang mereka inginkan.

Menurut Trustorini Handayani (2013:40) keberhasilan usaha adalah sebagai suatu prestasi yang berhasil diraih oleh suatu perusahaan dari satu periode ke periode lainnya. Keberhasilan usaha dapat kita capai ketika pengusaha dapat melihat peluang kemudian peluang menjadi sebuah ide ditambah dengan adanya keberanian dari pengusaha untuk melakukan perubahan dan menanggung resiko yang akan terjadi maupun yang pernah terjadi.

Menurut (Ngwangwama, Ungerer, & Morrison, 2013) menyatakan Keberhasilan usaha adalah tentang pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan, yang tidak didefinisikan secara eksplisit. Keberhasilan usaha biasanya didefinisikan dalam hal ukuran ekonomi yang meliputi pengembalian aset, penjualan, laba, karyawan dan tingkat kelangsungan hidup, dan tidak ada ukuran keuangan, seperti kepuasan

pelanggan, pengembangan pribadi, dan realisasi pribadi. Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha yang dijalankan mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya atau keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya.

1. Ciri - Ciri keberhasilan usaha

Menurut Kasmir (2011) dalam Hari Winarto (2011) membagi delapan ciri wirausaha yang dikatakan berhasil yaitu :

- a. Memiliki visi dan tujuan yang jelas Hal ini berfungsi untuk menebak kemana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut.
- b. Inisiatif dan selalu proaktif Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
- c. Berorientasi pada prestasi Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama.
- d. Berani mengambil risiko Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
- e. Kerja keras Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang – kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya.
- f. Bertanggung jawab atas segala aktifitas yang dijalanannya Ide dan perilaku seseorang wirausaha tidak lepas dari tuntutan tanggung jawab. Oleh karena itulah komitmen sangat diperlukan dalam pekerjaan sehingga mampu melahirkan tanggung jawab.

- g. Komitmen pada berbagai pihak Merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
- h. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak

2. Indikator Keberhasilan Usaha

Dapat dinyatakan bahwa banyak pendapat dan pandangan tentang indikator keberhasilan usaha, sehingga indikator yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan pendapat Dwi Riyanti (2003:28) yang menyatakan bahwa dimensi keberhasilan usaha yaitu sebagai berikut:

- a. peningkatan dalam akumulasi modal, atau peningkatan modal
peningkatan modal yang dilakukan oleh rumah makan Salero Basamo.
- b. jumlah produksi
jumlah produksi merupakan jumlah keluaran yang atau output yang dihasilkan oleh rumah makan Salero Basamo
- c. jumlah pelanggan,
jumlah pelanggan, merupakan banyaknya suatu pelanggan yang menetap atau yang mampu menghasilkan keuntungan bagi usaha rumah makan Salero Basamo
- d. perluasan usaha
aktifitas yang dapat memperbesar atau memperluas suatu usaha yang dilihat dari produksi atau distribusi
- e. perluasan daerah pemasaran
memperluas daerah pemasaran bertujuan untuk memiliki pasar yang lebih luas ;lagi bagi suatu produk yang dihasilkan oleh pemilik usaha tersebut
- f. perbaikan sarana fisik dan
- g. pendapatan usaha

pendapatan usaha merupakan arus kas yang masuk dalam aset pemilik usaha dalam masa tertentu yang diperoleh dari produksi.

4.4.2 Pemililihan Lokasi (*Place*)

Menurut Ujang Suwarman (2004:280) lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Pemilihan lokasi diperlukan pada saat perusahaan mendirikan usaha baru, melakukan ekspansi yang telah ada maupun memindahkan lokasi ke lokasi lainnya. Pemilihan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan besar kecilnya kemampuan bersaing.

Menurut Fandy Tjiptono (2002:92) ada 5 dimensi utama dalam pemilihan lokasi atau tempat:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfort asiumum. Untuk akses menuju Rumah Makan Salero Basamo tidak sulit karena berada di pinggir jalan.
- 2) *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Dalam penelitian dilapangan letak dari berada tepat di pinggir jalan jadi mudah diketahui oleh orang-orang yang lewat.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya oang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa rencana, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas juga bisa jadi hambatan. Kondisi area jalan di depan Rumah Makan Salero Basamo lumayan rame karena banyak pengendara motor yang lewat , meskipun lumayan rame namun tetap pada kondisi normal atau lancer jadi jarang sekali mengalami kemacetan.

- 4) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Untuk tempat parkirnya Rumah Makan Salero Basamo cukup aman dan nyaman.
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Rumah Makan Salero Basamo masuk di area taman kota, yang merupakan salah satu tempat pusatnya.

4.4.3 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane (2007:177) kesenangan pembeli merupakan pemikiran yang muncul kepada konsumen apakah ketika sedang membeli memiliki perasaan yang senang atau tidak ketika para pekerja dalam melayani mereka yang mempunyai kesannya terhadap kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Namun ketika ekspektasi berbanding terbalik dari ekspektasi, pelanggan menjadi sangat puas dan bahagia begitu pun sebaliknya. Pelanggan akan kecewa jika kinerja yang dirasakannya berada di balik ekspektasi. Jika pelayanan memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan puas. Namun jika kinerja melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan sangat puas. Perasaan puas ini pasti akan dirasakan setelah pelanggan yang terkena dampak mengkonsumsi produk tersebut. Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2004:37), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

- a) *Price* (Harga) Untuk pelanggan yang *sensitive*, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *value money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak *sensitive* terhadap harga.
- b) *Service Quality* (Kualitas Layanan) *Service quality* sangat tergantung dari tiga hal yaitu system, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan *attitude* dan *behaviour* yang seiring

dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah pembenahan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training, dan budaya kerja.

- c) *Product Quality* (Kualitas Produk) Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.
- d) *Emotional Factor* *Emotional Factor* ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.
- e) *Efficiency* (Kemudahan) Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan terjadi karena sudah terpenuhinya kelima dimensi tersebut. Yang pertama tentang harga yang terjangkau pas dengan yang didapatkan para pelanggan. Yang kedua tentang kualitas pelayanan yang baik, cepat dan tanggap, berperilaku ramah dalam melayani serta selalu menjaga kebersihan tempat. Yang ketiga mengenai kualitas makanan yang disajikan enak dan tidak berubah-ubah selalu konsisten dalam menjaga cita rasa dari makanan tersebut. Yang keempat adalah faktor emosional, pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan, hal itulah yang membuat pelanggan menjadi loyal dan melakukan pembelian ulang. Dan kelima tentang kemudahan, lokasi yang strategis tepat dipinggir jalan sehingga mudah dijangkau oleh para pelanggan.

4.4.4 Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Cara

untuk mempertahankan keunggulan bersaing yaitu dengan: a) keunggulan operasional. Keunggulan ini terkait dengan genetika strategis, yaitu ketika nilai rendah dengan tekanan kita harus meningkatkan efisiensi. b) Produk dan teknologi yang luar biasa. Salah satu hal yang dapat memandu perusahaan untuk melakukan inovasi lebih lanjut adalah keberhasilan perusahaan yang menjadi pemimpin produk. c) Kedekatan dengan pelanggan. Perusahaan yang ingin membangun keunggulan melalui kedekatan dengan pelanggannya harus berusaha membangun citra perusahaan di benak pelanggannya. Hasil dalam temuan di Rumah Makan salero Basamomenjadi unggul dalam persaingan usaha yang sejenis yang ada di daerah Semarang.

Dari lima hal pokok yang diperoleh dari wawancara mendalam tersebut, dapat menjawab pertanyaan penelitian meliputi:

1. Faktor-faktor apa saja yang terkait dalam keberhasilan mempertahankan usaha Rumah Makan Lasero Basamo?

a. Kualitas Makanan

Dalam menjalankan usaha, kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa, tetapi juga termasuk dalam produk makanan. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Potter dan Hotchkiss (2012,p.1) food quality atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran.

b. Keterjangkauan Harga

Menurut Philip Kotler, harga adalah satu-satunya elemen strategi pemasaran yang dapat menciptakan opini, faktor lain menciptakan biaya. Di dalam hal ini Rumah Makan lasero Basamo memilih biaya supaya mampu di capai oleh semua

pembeli dalam setiap makanan yang di berikan kepada pelaku konsumen.

c. Loyalitas Pelanggan

Menurut Fandy Tjipto (2000:110) adalah loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Griffin (2005:5) menyatakan pendapatnya tentang loyalitas pelanggan: konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dari pada dengan sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

d. Ketersediaan

Bahan Baku Bahan baku menurut Baroto (2002:52) menyatakan bahwa bahan baku adalah barang-barang yang terwujud seperti tembakau, kertas, plastic ataupun bahan-bahan lainnya yang diperoleh dari sumber-sumber alam atau dibeli dari pemasok, atau diolah sendiri oleh perusahaan untuk digunakan perusahaan dalam proses produksinya sendiri. Dalam proses usaha dengan cara melakukan peningkatan mutu, peningkatan kualitas, peningkatan manfaat sehingga akan terus menciptakan nilai tumbuh dengan mendapatkan bahan baku yang leboh baik, yang akhirnya akan menciptakan produk yang berkualitas tinggi dan produk yang akan dicari oleh pelanggan maka kelangsungan usaha akan tercapai.

2. Bagaimana cara mempertahankan keeksistensian Rumah makan Raseo Basamo terhadap pesaing ?

a. Persaingan Pasar

Dalam menjalankan usaha, keberadaan pesaing pasti ada namun para pelaku usaha harus mampu menghadapi hal tersebut

agar bisa selalu eksis diantara persaingan yang ada. Adanya para pesaing serta pendatang baru dibidang warung makan yang sejenis, namun dengan mampu menganalisis pesaing yang ada, dengan terus memperbaiki fasilitas juga pelayanan dan menjalin hubungan yang baik dengan beberapa supplier pemasok bahan baku agar ketersediaan bahan baku tercukupi, serta selalu menjaga kualitas makanan. Hal itu lah yang membuat Rumah Makan Raseo basamo mampu bertahan dalam persaingan warung makan yang sejenis.

b. Konsistensi Produk

Pelaku usaha dibidang warung makan sekarang ini semakin banyak, dalam menjalankan usaha makanan yang harus menjadi perhatian adalah kualitasnya, rasa yang konsisten dan tidak berubah-ubah akan menjadi daya tarik dari pelanggan. Seperti yang dikatakan beberapa pelanggan melalui wawancara usaha Rumah makan Raseo Basamo selalu menjaga konsistensinya dalam menu-menu yang disajikan untuk para pelanggan. Hal itu juga dikemukakan oleh yang pemilik warung makan kalau kualitas makanannya tetap dijaga, mulai dari bahan baku serta rempah-rempah yang digunakan dari dulu.

c. Lokasi Strategis

Menurut Kotler (2008:51), “salah satu kunci keberhasilan adalah tempat, tempat dimulai dengan pilihan masyarakat.” Keputusan ini sangat bergantung pada prospek pertumbuhan dan stabilitas ekonomi, banyak bergantung pada persaingan, iklim, politik, dan lain-lain. Penelitian lapangan, lokasi Restoran Raseo Basamo berada tepat di pinggir jalan raya, sehingga mudah menuju ke sana dan familiar bagi orang yang lalu lalang. Restoran Raseo Basamo terletak di kawasan taman kota yang merupakan salah satu pusat Gunungsitol. Hal ini membuat bisnis restoran Raseo Basamo tetap eksis.

d. Loyalitas Pelanggan

Menurut Fandy Tjipto (2000:110) adalah loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Griffin (2005:5) menyatakan pendapatnya tentang loyalitas pelanggan: konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku daripada dengan sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

e. Kreatif dalam melayani

Pekerjaan ini dilakukan karyawan sebagaimana dalam melayani pembeli dan memperkuat sifat sopan santun ketika berhadapan dengan para konsumen. Dalam memberikan layanan Rumah Makan Raseo basamo selalu meneliti setiap pekerja dalam melakukan tugasnya masing-masing, menyambut pembeli dengan ramah, lalu menyajikan makanan yang dipesan oleh pelanggan, sampai pelanggan meninggalkan tempat.