

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Pendirian Arloji Restoran

Arloji Restoran didirikan pada tahun 2005 oleh Ibu Siti Aminah. Beliau biasa di panggil Ibu Minah. Arloji Restoran berlokasi di Jalan Kimangunsarkoro No. 04 Beji, Kecamatan Boyolangu, Kota Tulungagung, Jawa Timur, dengan luas bangunan tempat usaha 280 m². Arloji Restoran ini kurang lebih sudah 15 tahun menjalani usahanya.

Pendirian usaha ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun, yang diimbangi dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan pangan serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang membawa segala sesuatunya kearah yang lebih praktis dan efisien. Adanya perubahan pola konsumsi ditunjukkan oleh kecenderungan masyarakat saat ini untuk mengkonsumsi makanan dan minuman siap saji.

Asal mula nama Arloji itu sendiri berasal dari singkatan yang tertulis “Arane Londo Beji” yang dimana suami Ibu Siti Aminah bersilsilah dari keluarga Armenia. Dikarenakan dahulu orang Indonesia melihat orang Armenia sama dengan melihat orang belanda.

Untuk memulai usaha restoran tersebut, Ibu Siti Aminah atau yang biasa dipanggil dengan sebutan Bu Minah membuka warung kopi dan makanan ringan,. Seiring dengan mengikuti alur pertumbuhan, pada akhirnya dari semangat dan kerja keras beliau membuahkkan hasil, semakin banyak minat pelanggan dengan olahan masakan dari Ibu Siti Aminah. Dan seiring berjalannya waktu, dengan berkembangnya Arloji Restoran Ibu Siti Aminah menambahkan

fasilitas-fasilitas untuk menunjang minat pengunjung seperti ruang rapat, dan spot foto.¹

2. Visi dan Misi Arloji Restoran

Pada dasarnya, pendirian sebuah organisasi untuk merealisasikan visi. Visi merupakan suatu pandangan yang jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.² Sedangkan misi menunjukkan apa yang akan dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuannya.³

Visi dari Arloji Restoran yaitu “*Mengutamakan kualiti dalam apa-apa hal yang dilakukan termasuk dari segi layanan dan sajian (makanan dan minuman).*”⁴

Misi dari Arloji Restoran yaitu:

1. Mengembangkan inovasi-inovasi baik dalam produk maupun pelayanan dengan tetap pada koridor tradisional.
2. Menumbuhkan ketrampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.⁵

3. Struktur Organisasi Arloji Restoran

Organisasi merupakan gabungan unit sosial yang mempunyai anggota dua orang atau lebih yang dikoordinasikan untuk mencapai sejumlah tujuan.⁶ Dalam suatu organisasi diperlukan adanya tujuan organisasi demi menunjang tercapainya tujuan organisasi tersebut. Struktur organisasi tidak hanya sebagai wadah dimana berbagai kegiatan berlangsung, namun sebagai wahana yang efektif bagi anggotanya untuk berinteraksi dan saling berhubungan satu sama

¹ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

² Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik : Konsep, Kasus, dan Implementasi*, (Jakarta: PT Grasindo, 2001), hlm. 24.

³ Pontas M. Pardede, *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hlm. 77.

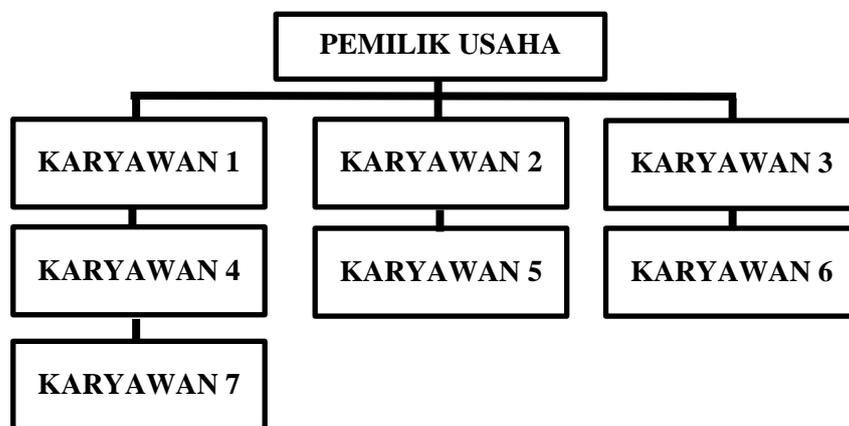
⁴ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

⁵ *Ibid*

⁶ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 161.

lain.⁷ Berdasarkan hasil observasi langsung dilapangan, Arloji Restoran sudah memiliki struktur organisasi secara tertulis, Arloji Restoran telah melakukan pembagian tugas dalam kegiatan operasionalnya. Dalam menjalankan aktivitas, hubungan antara pemilik Arloji Restoran dengan karyawannya lebih bersifat kekeluargaan, sehingga terjalin hubungan yang cenderung bersifat informal.⁸

Tabel 3.1
Struktur Organisasi Arloji Restoran



Sumber: Data Arloji Restoran.⁹

Berikut merupakan uraian tugas struktur organisasi Arloji Restoran:

a. Pemilik Usaha

Ibu Siti Aminah selaku pemilik usaha di Arloji Restoran bertugas untuk menyusun strategi bisnis guna memajukan bisnis kuliner, serta mengawasi kinerja karyawan.

b. Karyawan

Karyawan di Arloji Restoran yang mana masing-masing individu bertugas melakukan operasional restoran sesuai jabatan

⁷ Sondang P. Siagian, *Manajemen . . .*, hlm. 24.

⁸ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

⁹ Dokumentasi Arloji Restoran, diambil dari Data perusahaan Arloji Restoran.

masing-masing, diantaranya bagian keuangan (kasir), bagian pembuatan minuman, bagian pembuatan makanan, bagian pengantar makanan, dll

4. Produk / Menu Arloji Restoran

Adapun Produk / Menu yang dijual di Arloji Restoran antara lain:

Tabel 3.2

Daftar Harga Produk Arloji Restoran

Jenis Makanan	Nama Makanan	Harga (Rp)
Makanan Wareg	Nasi Krengseng Kambing	20.000
	Nasi Ayam Panggang	18.000
	Nasi Ayam Goreng	18.000
	Nasi Ayam Gepuk	18.000
	Nasi Krengseng Ayam	18.000
	Nasi Chicken Teriyaki	18.000
	Nasi Chicken Bolognaise	18.000
	Nasi Chicken Blackpaper	18.000
Other Foods	Koloke	18.000
	Udang Crispy	18.000
	Udang Asam Manis	18.000
	Capcay Kuah	18.000
	@Nasi putih	4.000
	@Telur Ceplok	4.000
Nasi Goreng	Nasi Goreng Kambing	20.000
	Nasi Goreng Mercon	18.000
	Nasi Goreng Arloji	16.000
	Nasi Goreng Nugget	16.000
	Nasi Goreng Udang	16.000
	Nasi Goreng Mentega	16.000
Mie Goreng/Kuah	Mie Goreng Bledek	18.000
	Mie Goreng Geprek	16.000

	Mie Kuah	15.000
	Mie Goreng Nugget	14.000
	Mie Goreng Telur	11.000
Cemilan (makanan ringan)	Cheese Omlette	20.000
	Onion Ring	15.000
	Sosis Solo	15.000
	Sosis Roll	15.000
	Pisang Panggang	15.000
	Pisang Kempit	15.000
	Sosis Panggang	15.000
	Kentang Goreng	13.000
	Stick Nugget	12.000
	Tahu Goreng	11.000
	Tahu Crispy	10.000
Roti Panggang	Roti Panggang Rootop	18.000
	Roti Panggang Milo	15.000
	Roti Panggang Keju	15.000
	Roti Panggang Cokelat	15.000
	Roti Panggang Cokelat Keju	15.000

Jenis Minuman	Nama Minuman	Harga (Rp)
Lava Iced	Milozaurus	18.000
	Milky Oreo	18.000
	Greentea Milky	18.000
	Cappucino Oreo	18.000
Signature	Taro	14.000
	Greentea	14.000
	RedValvet	14.000

	Choco Blend	14.000
	Cappucino Blend	12.000
	Moccacino Blend	12.000
	Vanilla Latte Blend	12.000
Ice	Ice Lime Tea	12.000
	Ice Milk Tea	12.000
	Ice Milo Milk	12.000
	Ice Lychee Tea	13.000
	Ice Tea	5.000
	Mineral Water	5.000
Hot	Kopi Hitam	5.000
	Teh Panas	5.000
	Kopi Susu	7.000
	Cappucino	7.000
	Vanilla Latte	7.000
	Jeruk Manis	10.000
	Coklat	10.000
	Wedang Jahe	8.000
	Wedang Jahe Susu	10.000
Jus	Leci	16.000
	Avocado	16.000
	Jambu Merah	12.000
	Jeruk	12.000
	Sirsak	12.000
	Buah Naga	12.000
	Tomat	12.000
	Desus (Degan Susu)	12.000
Milk Shake	Milkshake Vanilla	14.000
	Milkshake Coklat	14.000
	Milkshake Strawberry	14.000

Squash (Soda)	Sexy Red	12.000
	Lime Squash	12.000
	Leci Squash	12.000
	Orange Squash	12.000
	Mega Mendung	12.000
Ice Cream	Triple Rainbow	18.000
	Vanilla Choco Oreo	14.000
	Vanilla Choco Cheese	14.000
	Dobule Scoop	12.000

B. Paparan Data Penelitian

1. Strategi Pengembangan Bisnis Arloji Restoran

Kegiatan pemasaran dilakukan dalam rangka memperkenalkan suatu produk atau meningkatkan penjualan. Dalam hal pemasaran, memiliki tugas melakukan promosi-promosi produk yang dihasilkan melalui berbagai media. Arloji Restoran melakukan strategi pemasaran secara langsung maupun tidak langsung. Strategi pemasaran langsung dilakukan melalui dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Strategi merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu perusahaan yang diperlukan guna mencapai tujuan-tujuan perusahaan dengan memperhatikan sumber-sumber perusahaan yang ada maupun keadaan lingkungan yang dihadapinya. Strategi disini meliputi strategi dalam hal produk, harga, distribusi, maupun promosi. Strategi produk yang dilakukan Arloji Restoran yaitu dengan menghasilkan produk-produk tersebut juga dilengkapi dengan variasi menu dan rasa, yang mampu menarik minat konsumen.

“Dalam strategi harga, Arloji Restoran melakukan riset lapangan terlebih dahulu untuk menetapkan harga suatu produk. Harga yang

diterapkan oleh Arloji Restoran sudah diperhitungkan sesuai dengan biaya produksi, operasional, dan keuntungan.”¹⁰

Strategi yang digunakan Arloji Restoran untuk mengembangkan bisnis kulinernya yaitu dengan mempertahankan kualitas dengan cara selektif ketika memilih bahan baku, menciptakan ciri khas produk, dan menjamin kehalalan produk. Berdasarkan pada teori, didalam sebuah persaingan sangat penting bagi perusahaan menentukan strategi untuk mengembangkan produknya.

“Dalam mengembangkan suatu produk mencakup penetapan manfaat yang akan disampaikan produk. Manfaat ini disampaikan oleh atribut produk seperti kualitas (mutu), sifat dan rancangan. Keputusan mengenai atribut ini sangat mempengaruhi reaksi konsumen terhadap produk.”¹¹

Berdasarkan hasil temuan dapat diketahui bahwa Arloji Restoran melakukan strategi pengembangan dengan menerapkan beberapa strategi sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Penerapan strategi vertikal di Arloji Restoran terlihat dengan adanya proses produksi dan pemasaran. Pada proses produksi terlihat pada pengolahan aneka menu makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan).

“Langkah pertama yang dilakukan dalam proses produksi ini adalah memilih bahan baku dan bahan pelengkap yang akan digunakan untuk menu pesanan dari konsumen. Bahan baku dan bahan pelengkap tersebut dipilih yang masih dalam keadaan segar dan langsung dari *supplier*. Langkah kemudian yaitu meracik bahan. Meracik bahan disini artinya menyiapkan bumbu-bumbu yang diperlukan untuk proses bahan tersebut. Proses selanjutnya adalah mengolah bahan yaitu memasak bahan yang disesuaikan dengan pesanan.”¹²

¹⁰ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

¹¹ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

¹² Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

Dalam hal ini, bisnis kuliner yang diterapkan oleh Arloji Restoran berlandaskan syari'at, maka proses produksi dan pemasarannya pun sesuai dengan syari'at Islam yaitu terbebas dari unsur keharaman. Unsur-unsur keharaman tersebut, dapat dijelaskan berdasarkan beberapa jenis, diantaranya yaitu:¹³

a. Proses produksi

Berdasarkan hasil penelitian, jenis kategori haram pada proses produksi Arloji Restoran dapat terlihat dari beberapa aspek, yaitu:

1) Bahan baku yang digunakan

Dalam proses produksinya, Arloji Restoran menggunakan bahan baku dan bahan pelengkap yang halal secara *zatnya*, yaitu aneka bahan makanan, minuman, rempah-rempah, dan bumbu-bumbu yang digunakan dalam proses produksi. Dalam proses produksi, Arloji Restoran tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya, seperti formalin (pengawet), karena bahan-bahan tersebut dapat membahayakan kesehatan, sebab Islam melarang untuk menggunakan segala hal yang dapat membahayakan orang lain.

Selain itu, Ibu Siti Aminah juga sangat memperhatikan kebersihan terhadap bahan baku dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Sehingga, sebelum menggunakan bahan dan peralatan yang akan diperlukan dalam proses produksi, maka terlebih dahulu semua bahan baku dan peralatan tersebut dicuci hingga bersih, dan tentunya proses pencucian tersebut dilakukan dengan menggunakan air yang bersih yaitu air suci yang mensucikan. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar

¹³ Observasi di Arloji Restoran pada 12 Agustus 2020

bahan baku dan peralatan tersebut bersih dan tentunya terhindar dari najis.

Dengan melihat pemaparan mengenai bahan baku yang digunakan Arloji Restoran yang sesuai dan diperbolehkan dengan aturan syari'at, maka peneliti menyimpulkan bahwa Arloji Restoran terbebas dari unsur haram berdasarkan bahan baku yang digunakannya.

2) Cara memperoleh bahan baku dan bahan pelengkap

Arloji Restoran memperoleh bahan baku dan bahan pelengkap tersebut dengan melalui transaksi jual beli dengan para penjual (pemasok atau pedagang). Transaksi jual beli tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pembeli (pihak Arloji Restoran) dan pihak penjual (pemasok atau pedagang), dengan menerapkan transaksi jual beli yang sah menurut Islam, yaitu terhindar dari unsur penipuan, Penjudian, dan kecurangan.

Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan oleh Arloji Restoran sah menurut Islam, sebab dalam pelaksanaan transaksi jual beli dihadiri oleh dua belah pihak yakni pihak penjual dan pembeli, dan dengan adanya barang yang diperjualbelikan, serta penetapan harga yang transparan. Setelah penetapan harga disetujui oleh kedua belah pihak, selanjutnya dilakukan pembayaran oleh pihak Arloji Restoran yang disertai dengan nota pembayaran sebagai tanda bukti telah melakukan transaksi jual beli.

b. Pemasaran

Secara umum kesuksesan sebuah bisnis itu tergantung pada bagaimana cara memasarkan produk-produknya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa Arloji Restoran menjalankan strategi pemasaran dengan menerapkan beberapa strategi pada setiap komponen pemasaran, yaitu strategi produk, strategi

promosi, strategi harga, strategi distribusi, dengan penjelasan sebagai berikut:¹⁴

1) Strategi produk

Dalam hal ini merupakan upaya bagaimana produk-produk yang telah dihasilkan oleh Arloji Restoran dapat dipasarkan dengan baik dan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Strategi produk yang telah diterapkan oleh Arloji Restoran yaitu dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas, yaitu berbagai aneka menu makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan). Disamping itu, produk-produk Arloji Restoran juga dilengkapi dengan variasi menu dan rasa.

Berdasarkan analisa peneliti, Arloji Restoran telah menerapkan strategi produk yang sesuai dengan teori. Namun, inovasi dan kreativitas yang baru juga diperlukan untuk mengembangkan bisnis dari Arloji Restoran agar terus berkembang dan mampu berdaya saing dengan produk-produk lainnya.

2) Strategi harga

Penetapan harga pada Arloji Restoran yaitu dengan cara melakukan riset lapangan terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui besarnya harga pasar terhadap produk yang sejenis dengan produk yang dihasilkan oleh Arloji Restoran. Dalam hal penetapan harga, Arloji Restoran hanya memiliki satu harga untuk semua kalangan konsumen. Harga yang ditetapkan oleh Arloji Restoran sudah diperhitungkan yang disesuaikan dengan biaya produksi, operasional, dan keuntungan.

¹⁴ Observasi di Arloji Restoran pada 12 Agustus 2020

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi harga yang dilakukan oleh Arloji Restoran sudah sesuai dengan teori pada umumnya. Namun, tidak menutup kemungkinan perubahan harga juga bisa berubah.

3) Strategi distribusi

Hal selanjutnya dalam kegiatan bisnis yaitu pendistribusian produk ke tangan konsumen. Arloji Restoran melakukan pendistribusian produknya melalui dua saluran distribusi yakni langsung ke tangan konsumen dan melalui pihak Grab Food.

Dalam hal ini pendistribusian, Arloji Restoran tidak akan melakukan tindakan kedzaliman dengan menghalalkan berbagai cara yang tidak sesuai dengan aturan islam terhadap para pesaing lainnya. Sebab persaingan yang diterapkan Arloji Restoran yaitu persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa Arloji Restoran sudah menerapkan strategi distribusi yang sesuai dengan aturan yang ada, sebab dalam kegiatan pendistribusiannya telah sesuai dengan aturan Islam dan melalui beberapa saluran distribusi.

4) Strategi promosi

Dalam rangka mempromosikan produknya, Arloji Restoran akan terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen dengan menerapkan prinsip 5S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun). Selain itu, strategi promosi yang lain adalah dengan memanfaatkan media sosial dan kerjasama dengan lembaga-lembaga tertentu.

Menurut analisa peneliti, strategi promosi yang diterapkan oleh Arloji Restoran sudah sesuai, namun dalam

hal kerjasama dengan lembaga-lembaga tertentu masih kurang maksimal.

Dalam hal ini strategi pengembangan yang diterapkan oleh Arloji Restoran integrasi vertikal yang telah diterapkan oleh Arloji Restoran dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu strategi yang dirancang khusus pada aspek pengendalian terhadap distributor (strategi integrasi ke depan), strategi yang dirancang khusus untuk mengendalikan pengawasan terhadap bahan baku (strategi integrasi ke belakang) dan strategi yang berhubungan dengan pengawasan terhadap para pesaing (strategi integrasi horizontal), yang dijelaskan sebagai berikut:¹⁵

a. Strategi Integrasi Ke Depan (*Forward Integration Strategy*)

Dalam hal strategi yang dirancang khusus terhadap distributor, menjadikan Arloji Restoran menerapkan strategi integrasi ke depan. Distributor yang dimaksud disini yaitu pihak Konsumen. Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi integrasi ke depan yang dilakukan oleh Arloji Restoran sudah sesuai dengan teori yang ada. Namun, menurut peneliti, sebaiknya pihak Arloji Restoran melakukan pembenahan terhadap para distributor, yakni pihak Konsumen. Dengan memberikan perhatian dan perlakuan yang lebih kepada para konsumen, maka Arloji Restoran akan memperoleh penjualan yang maksimal.

b. Strategi Integrasi Ke Belakang (*Backward Integration Strategy*)

¹⁵ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

Strategi ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Dalam hal ini, pengawasan Arloji Restoran terhadap bahan baku sangat diperlukan dan diperhatikan, sebab keterlambatan ketersediaan bahan baku tentunya akan menghambat produksi.

Dalam hal bahan baku, Arloji Restoran kadang kala masih mengalami beberapa permasalahan, seperti keterlambatan bahan baku, terjadi bahan baku yang rusak atau cacat, terjadi kelebihan atau bahkan kekurangan terhadap bahan baku yang dipesannya.

Menurut pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dalam penerapan strategi integrasi ke belakang yang diterapkan oleh Arloji Restoran masih belum maksimal, sebab masih terdapat beberapa permasalahan yang timbul. Sehingga dalam penerapan strategi integrasi ke belakang yang dilakukan oleh Arloji Restoran diperlukan pembenahan lebih lanjut.

c. Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Sebuah bisnis tentunya memiliki perhatian khusus terhadap para pesaing agar dapat menjadi bisnis yang mampu berdaya saing. Strategi integrasi horizontal memiliki tujuan untuk meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing.

Penerapan strategi integrasi horizontal oleh Arloji Restoran ditunjukkan dengan adanya pengawasan terhadap para pesaing yang kemudian dibuktikan dengan melakukan beberapa inovasi terhadap produk-produk yang dihasilkannya.

Berdasarkan hasil wawancara, Arloji Restoran menerapkan persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat,¹⁶ Arloji Restoran juga tidak mempunyai maksud untuk memonopoli bisnis kuliner lainnya. Karena kegiatan memonopoli dilarang keras oleh agama Islam. Perhatian terhadap para pesaing disini bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk, pelayanan, dan lain sebagainya, yang mampu menjadikan Arloji Restoran dapat terus berkembang. Dari analisa diatas, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi integrasi horizontal sudah sesuai dengan teori yang ada.

2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi intensif yang diterapkan oleh Arloji Restoran berkaitan dengan produk-produk yang dihasilkan. Dalam praktiknya, strategi intensif yang dilakukan oleh Arloji Restoran yakni sebagai berikut:¹⁷

a. Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Dalam menerapkan strategi penetrasi pasar, Arloji Restoran berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, dalam artian pasar yang sudah ada, dalam artian pasar yang sudah dimiliki oleh Arloji Restoran. Dalam hal ini, Arloji Restoran akan lebih berusaha aktif dalam kegiatan pemasaran, seperti melakukan promosi melalui media instagram sehingga masyarakat akan semakin tertarik. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sebuah bisnis tanpa disertai dengan pemasaran, tentunya bisnis tersebut akan dengan mudah bangkrut.

Dari pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi penetrasi pasar sudah sesuai dengan teori yang ada. Sebab

¹⁶Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 03 Agustus 2020, pukul 16.00 WIB

¹⁷Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

Arloji Restoran terus berusaha mengembangkan pasar yang sudah ada, agar pasar tersebut tidak jenuh.

b. Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

Produk disini adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Di dalam dunia bisnis yang baik, tentunya mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan terjamin kehalalannya. Hal inilah yang menjadi proses awal dalam memulai sebuah bisnis.

Arloji Restoran merupakan bisnis yang menghasilkan produk berupa aneka menu makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan). Strategi pengembangan produk merupakan tindak lanjut dari strategi produk. Yang mana dari produk-produk yang ada selanjutnya dikembangkan sedemikian rupa agar produk-produk tersebut tetap menarik dimata konsumen. Pengembangan produk dilakukan oleh Arloji Restoran yakni dengan melakukan berbagai inovasi terhadap produk yang disajikan, baik variasi menu, rasa, maupun tampilan untuk penyajiannya.

Walaupun Arloji Restoran dalam melakukan berbagai inovasi terhadap produk sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa diantara para konsumen yang merasa bingung dengan adanya menu-menu baru, sebab mereka belum memahami dan mengenal dengan menu-menu baru yang ditawarkan oleh Arloji Restoran.

3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Dalam hal ini, Arloji Resotran menghasilkan beberapa macam produk yang sama atau disebut juga dengan diversifikasi terkait. Produk-produk yang dihasilkan berupa makanan dan minuman siap

saji dengan berbagai aneka menu makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan).¹⁸

Berdasarkan hasil penelitian, dengan adanya strategi diversifikasi terkait ini memiliki tujuan untuk meminimalisir risiko apabila terjadi gagal jual pada salah satu produk, sehingga Arloji Restoran masih memiliki cadangan hasil penjualan pada produk lain. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa strategi diversifikasi terkait yang dilakukan oleh Arloji Restoran sudah sesuai dengan teori yang ada.

2. Analisis Ekonomi Islam terhadap Strategi Pengembangan Bisnis Pada Arloji Restoran

Kunci sukses dalam berbisnis yakni terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam hal mengelola bisnisnya, rasulullah SAW memiliki sifat-sifat yang menjadi suri tauladan bagi para pebisnis agar bisnis yang dijalankannya tidak menyimpang dari aturan Islam. Sifat-sifat ini juga telah diterapkan oleh pihak Arloji Restoran.

Sikap jujur yang telah diterapkan oleh Arloji Restoran dalam menjalankan bisnisnya. Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan. Penetapan harga dari suatu produk akan sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

“Arloji Restoran memiliki kisaran harga yang bervariasi untuk berbagai menu makanan, minuman, maupun cemilan (makanan ringan). Setiap menu memiliki kisaran harga yang berbeda-beda. Meski kisaran harganya untuk kalangan menengah keatas dan menengah kebawah, namun tidak pernah sepi oleh konsumen.

¹⁸ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

Sebab banyaknya aneka menu makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan) yang ditawarkan.”¹⁹

Kejujuran yang diterapkan oleh Arloji Restoran adalah bahwa menu-menu tersebut sudah sesuai dengan harga, tanpa ada pengurangan mutu dan kualitas dari menu tersebut. Sebagaimana Rasulullah SAW yang selalu menghimbau agar dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung didalamnya. Selain itu, penetapan harga juga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran.

Mengakui kelebihan dan kelemahan produk. Dalam aspek ini, Arloji Restoran selalu mengatakan apa adanya, tidak menutup-nutupi mengenai produk yang ditawarkan. Arloji Restoran akan mengedepankan kualitas dan kebenaran dari produk tersebut. Apabila produk itu baik, maka pihak Arloji Restoran akan mengatakan baik. Namun sebaliknya, apabila produk itu buruk, maka pihak Arloji Restoran akan mengatakan buruk.²⁰

Dalam hal ini, seorang pebisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar. Mengenai aspek ini, bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Arloji Restoran sudah menerapkan aspek ini, yaitu tidak mengurangi ukuran untuk semua menu yang ditawarkan, dalam arti lain memenuhi semua menu yang telah dipesan oleh konsumen sesuai dengan ukuran yang ada.

Sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya yang diterapkan oleh Arloji Restoran, antara lain menepati janji yaitu sebagai seorang pebisnis harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis lainnya. Janji yang dimaksudkan

¹⁹ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

²⁰ Observasi di Arloji Restoran pada 12 Agustus 2020

dalam hal ini adalah janji dimana seorang pebisnis maupun rekan bisnisya.²¹

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa Arloji Restoran menepati janji. Hal ini terlihat dari adanya pembayaran didalam proses pemesanan dilakukan didepan secara *cash*. Dengan diantarkannya menu pesanan yang sesuai dengan pesanan konsumen. Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa konsumen dengan sendirinya akan menaruh kepercayaan kepada pihak Arloji Restoran dan tidak akan ragu untuk melakukan perjanjian-perjanjian berikutnya. Selain itu, konsumen tentunya akan merasa puas.

“Kemudian cerdas, dalam aspek ini, Arloji Restoran memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi. Hal ini terlihat dari berbagai macam inovasi yang telah dilakukan Arloji Restoran yaitu memperbanyak variasi pada setiap menunya, memodifikasi produk lama, dan menciptakan produk baru yang masih berhubungan. Dalam melakukan inovasi terhadap produk barunya tersebut tidak tergolong produk yang dilarang oleh aturan Islam.”²²

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh Arloji Restoran tidak bertentangan dengan syari’at Islam, sebab produk yang dihasilkan dari inovasi tersebut merupakan produk yang memiliki manfaat dan tidak termasuk dalam produk diharamkan dalam aturan Islam.

Sikap tabligh (komunikatif) yang telah diterapkan oleh Arloji Restoran, diantaranya sebagai berikut:²³

a. Komunikatif dalam bisnis

²¹ Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

²² Hasil wawancara Ibu Siti Aminah (Pemilik Arloji Restoran), pada tanggal 02 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB

²³ Observasi di Arloji Restoran pada tanggal 12 Agustus 2020

Dalam hal berkomunikasi dengan konsumen maupun dengan mitra bisnisnya, Arloji Restoran menggunakan bahasa yang sopan, halus, dan mengedepankan sopan santun. Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi yang diterapkan oleh Arloji Restoran sudah tepat yakni sudah menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menyakiti hati para konsumen. Selain itu, hal yang perlu diperhatikan bagi para pebisnis dalam berkomunikasi adalah berbicara dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dapat diterima oleh akal.

b. Mampu menyampaikan visi dan misi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa Arloji Restoran telah memiliki visi dan misi yang jelas. Adapun visinya adalah “*Jauh Ke Depan*”, artinya mampu menjadi bisnis kuliner yang mengikuti *trend* ke depan. Sedangkan misinya yaitu “*Pelayanan Sepenuh Hati*”, Arloji Restoran akan selalau memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen dengan cara menjaga kehalalan produk dan mengutamakan kualitas, baik dari segi rasa maupun variasi menu.

Dalam proses pencapaian visi dan misi tersebut, pemilik Arloji Restoran tidak menghalalkan dengan berbagai cara, namun tetap memperhatikan kaidah-kaidah dan aturan Islam. Hal tersebut terlihat dari usaha kerja keras dan diringi dengan berdo’a kepada Allah SWT. Selain itu, Arloji Restoran juga selalu melakukan inovasi-inovasi bagi dari segi produk, promo maupun pelayanan.

C. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Arloji Restoran

Dalam menjalankan sebuah bisnis, tidak akan selamanya berada pada posisi yang selalu menguntungkan, namun terkadang berada pada

posisi yang stabil atau bahkan pada posisi yang memprihatinkan. Ibu Siti Aminah juga pernah mengalami hal demikian.

Ibu Siti Aminah akan melakukan berbagai cara untuk memposisikan bisnis kulinernya dalam kondisi yang menguntungkan, dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan didalam Syari'ah Islam. Sebagai cara untuk memperoleh posisi tersebut, maka hal yang dilakukan oleh Ibu Siti Aminah yaitu dengan menerapkan beberapa strategi untuk menjadikan produknya unggul dan mampu berdaya saing diantara para pesaingnya. Beberapa strategi tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Penerapan strategi integrasi vertikal di Arloji Restoran tergambar pada proses pengolahan aneka makanan, minuman, dan cemilan (makanan ringan) dari awal sampai akhir, yaitu proses produksi, pemasaran yang kemudian dilanjutkan dengan pendistribusian.

Dalam strategi integrasi vertikal dikembangkan lagi ke dalam integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal.

- a. Strategi Integrasi Ke Depan (*Forward Integration Strategy*)

Strategi integrasi ke depan berkaitan dengan pengendalian terhadap distributor. Kendali distributor ditunjukkan dengan adanya saluran distributor yang melibatkan beberapa pihak, yaitu melalui Grab Food dan langsung ke tangan konsumen. Namun pihak yang memiliki kendali besar yaitu konsumen, sebab konsumen memiliki kapasitas yang besar.

- b. Strategi Integrasi Ke Belakang (*Backward Integration Strategy*)

Strategi ini berkaitan terhadap pengawasan bahan baku. Dalam hal ini, Arloji Restoran kadang kala mengalami beberapa masalah mengenai bahan baku, diantaranya keterlamabatan bahan baku, terjadi bahan baku yang rusak atau cacat, kadang kala terjadi kelebihan atau bahkan kurang bahan baku yang dipesannya.

c. Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration Strategy*)

Strategi ini berkaitan dengan peningkatan pengawasan terhadap para pesaing. Arloji Restoran tidak memandang mereka pesaing. Namun Arloji Restoran tetap melihat kondisi para pesaing serta produk-produk yang mereka tawarkan. Dengan melihat hal tersebut, tentunya akan mendorong Arloji Restoran untuk bisa lebih baik lagi. Hal ini terlihat pada inovasi-inovasi yang dilakukan oleh Arloji Restoran, yaitu dengan menawarkan berbagai variasi menu dan variasi rasa pada setiap produknya. Persaingan yang diterapkan Arloji Restoran yaitu persaingan yang bisa menuju bisnis yang lebih sehat.

2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Beberapa strategi intensif yang dilakukan oleh Arloji Restoran, antara lain sebagai berikut:

a. Strategi Penetrasi Pasar (*Market Penetration Strategy*)

Strategi ini berkaitan dengan peningkatan pangsa pasar melalui pemasaran yang lebih besar. Arloji Restoran akan terus menerus dikembangkan melalui kegiatan pemasaran yang terfokus pada empat sasaran, yaitu produk, promosi, harga, dan distribusi yang sudah dijelaskan diatas.

b. Strategi Pengembangan Produk (*Product Development Strategy*)

Strategi ini berkaitan dengan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.

Sebagai sebuah bisnis yang menghasilkan beberapa produk, Arloji Restoran juga menerapkan strategi pengembangan produk. Hal ini terlihat dari beberapa perubahan yang terjadi pada Arloji Restoran, seperti sering melakukan inovasi-inovasi dalam tampilan menu makanan dan minuman yang akan disajikan dengan cara memberikan variasi menu dan rasa pada setiap

produknya. Arloji Restoran sering melakukan inovasi pada setiap produknya yaitu dengan meluncurkan menu-menu baru.

3. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Arloji Restoran menerapkan strategi diversifikasi yaitu dengan menghasilkan beberapa produk, yaitu aneka makanan dengan beberapa menu, aneka minuman dengan beberapa menu, dan berbagai aneka cemilan (makanan ringan) dengan variasi rasa. Strategi diversifikasi yang dilakukan Arloji Restoran berasal dari industri yang sama, yaitu makanan dan minuman siap saji. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi diversifikasi yang dilakukan oleh Arloji Restoran adalah strategi diversifikasi terkait atau konsentrik, yaitu dengan cara menambah produk atau jasa baru, tetapi masih saling berhubungan.