

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Dan Profil Rumah Makan Bu Lis

Bisnis usaha kuliner ini telah berdiri sejak sekitar 35 tahun yang lalu. Pendiri dari usaha kuliner ini awalnya adalah Ibu Lis sendiri yang merupakan Ibu dari Bapak Sukadi anak pertama dari 6 bersaudara yang meneruskan usaha kuliner di Desa Plandaan ini. Pemilik yang sekarang adalah Bapak Sukadi dan Ibu Ninik Yatini yang merupakan pasangan suami istri sekaligus pewaris ataupun penerus usaha kuliner ini. Saat itu Ibu Lis sendiri merintis usaha kuliner ini sejak bapak Sukadi masih remaja, dan kemudian diteruskan oleh Bapak Sukadi dan Ibu Ninik Yatini untuk dikelola bersama pada tahun 1986, hal ini seperti yang dikatakan oleh Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

*“usaha iki asline keturunan teko maratuaku (Ibu dari Pak Sukadi), jadi tinggal nerusne. Iki teko mulai aku nikah wis diwarisne ke suamiku mergo cuma suamiku sing gelem nerusne selain iku maratuaku ws gaiso nerusne usahane ,jadi bar kui dikelola bareng-bareng karo suamiku. Sejak mengelola sekitar 35 tahunan yang lalu, awal merintis seng kerja ya wong 2, aku dan suamiku”.*⁶²

(Usaha ini merupakan usaha keturunan dari maratua saya, jadi tinggal meneruskan, begitu. Ini dari saya nikah sudah diwariskan ke suami saya, jadi setelah itu kita kelola bersama-sama bareng suamiku, dikarenakan yang mau meneruskan cuma suami saya

⁶² Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

dan maratua saya sudah tidak bisa melanjutkan usaha lagi, jadi setelah itu dikelola bersama-sama bareng suami saya, itu sudah sejak sekitar 34 tahun yang lalu dan dulu yang bekerja masih dua orang saja, saya dan suami saya).

Jenis produk makanan ini dulunya bernama rawon-pecel, karena pada saat itu menu yang tersedia hanya rawon dan pecel dan sistem jualanya masih menggunakan gerobak. Usaha rawon pecel ini tidak semudah membalikan telapak tangan dalam meraih keberhasilan dan kesuksesan, usaha ini dulunya pada tahun 1987 berlokasi di sekitar pegadean Tulungagung hingga tahun 1990, setelah itu 3 tahun berjualan di lokasi tersebut, usaha rawon pecel tersebut pada tahun 1990 pindah lokasi di depan kantor Koperasi KSU Puas hingga tahun 2012.⁶³ Setelah mengalami tantangan berat tersebut namun pada akhirnya pada tahun 2012 mampu mendirikan usaha kuliner ini dan mampu menempati ruko/rumah untuk tempat rumah makan dan namanya diganti menjadi rumah makan Bu Lis hingga saat ini yang terletak tepat di pinggir jalan raya Desa Plandaan. Setelah itu pada awal usaha kuliner ini tetap di kelola oleh Ibu Ninik Yatini dan Pak Sukadi dan sejak saat itu pula beliau mengajak anak-anaknya membantu merintis agar usaha kuliner rawon pecel ini tetap bertahan dikarenakan belum memiliki karyawan.

Seiring berjalanya waktu tidak disangka-sangka usaha rumah makan Bu Lis ini semakin berkembang, yang dulunya menu makanan dan pengelolanya cuma di lingkup keluarga, sekarang mampu menambah varian produk serta sedikit demi sedikit memberikan pekerjaan dan penghasilan

⁶³ *Ibid*,

kepada masyarakat terdekat, hingga sekarang ini memiliki sekitar 10 karyawan. Seperti yang diungkapkan Ibu Ninik Yatini seperti berikut :

“Dulu awal e ya cuma aku sama suamiku karo di ewangi anak-anak ku, terus gak kroso kog okeh pembeline kira-kira yo 50 sampai 70, gek kene rodok kualahan akhire ngajak warga cedek-cedek an, soal e enek sng rung nduwe gawean, timbang nganggur akhire ditawari kerjo, lumayan pokok diwarai ndang cepet iso, gajine oleh- olehan. Mergo sek lekas babat dikerjakan sendiri”.⁶⁴

(Dulu awalnya ya Cuma aku sama suamiku sama di bantu anak-anakku, terus tidak terasa jadi banyak pembelinya kurang lebih sekitar 50 an sampai 70 pembeli dalam perhari, namun saat ini sudah pesat berkembang hingga mencapai 100an pembeli perhari, sementara kami sedikit kualahan akhirnya mengajak warga sekitar, soalnya ada yang belum dapat pekerjaan, daripada menganggur akhirnya di tawari pekerjaan, lumayan pokok di ajari cepat bisa, gajinya sedapatnya karena masih baru berkembang pekerjaanya sendiri).

2. Struktur organisasi dan Fungsi Rumah Makan Bu Lis

a. Struktur

Agar tujuan dari suatu organisasi dapat tercapai, maka dalam suatu usaha diperlukan organisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran rencana dari sekelompok orang yang mengadakan kerjasama dengan pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang yang jelas.

Adapun struktur organisasi Rumah Makan Bu Lis sebagai berikut :

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



⁶⁴ *Ibid*,

b. Fungsi

1) Pemilik Usaha Rumah Makan

Mengatur dan mengelola usaha

2) Karyawan

Melayani pembeli, bersih-bersih, dan mengantar pesanan

3) Konsumen/Pelanggan

Membeli produk-produk yang dijual di Rumah Makan Bu Lis

3. Produk dan Jenis

Usaha dari Bisnis Rumah Makan Bu Lis ini merupakan sebuah usaha di bidang kuliner siap saji yang menjual makanan dan minuman serta jajanan. Adapun saat ini Rumah Makan Bu Lis memiliki berbagai macam menu atau varian produk, salah satu produk andalan dari Rumah Makan Bu Lis ini adalah makanan rawon dalam memkasimalkan bisnis kulinernya, selain itu juga tersedia berbagai jenis makanan antara lain ayam bakar, lodeh, nasi pecel, nasi campur, dan lain-lain.

4. Visi Misi Rumah Makan Bu Lis

Visi Mewujudkan usaha rumah makan terbaik dan memberikan manfaat sebanyak banyaknya. Sedangkan Misi antara lain Memuaskan konsumen, Pelayanan ramah, sopan, bersih, rapi dan Disiplin waktu, serta Menjual produk terbaik dan berkualitas

5. Letak geografis Rumah Makan Bu Lis

Usaha Rumah Makan Bu Lis secara letak geografis atau wilayah usaha rumah makan Bu Lis memiliki batasan-batasan, yaitu berada di sebelah

timur SMPN 1 Kedungwaru, sebelah barat Toko elektronik UFO Tulungagung, sebelah selatan Masjid Ar-Rusdi, sebelah utara jalan raya.

Berdasarkan observasi oleh peneliti bahwa dilihat dari batasan tersebut dapat disimpulkan, bahwa letak usaha rumah makan Bu Lis bisa dikatakan strategis karena berada di samping sekolahan dan di pinggir jalan raya.

B. Temuan Hasil Penelitian

1. Strategi Bauran Pemasaran 7P yang diterapkan Pada Bisnis Kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung

a. Product (Produk)

Produk merupakan komponen terpenting dalam sebuah usaha. Produk yang ditawarkan haruslah mempunyai keunggulan atau ciri khas tersendiri agar konsumen mudah tertarik. Rumah Makan Bu Lis yang terletak di Desa Plandaan Kecamatan Kedungwaru Tulungagung ini menjual berbagai varian makanan seperti rawon daging maupun rawon iga, ayam bakar, nasi campur, nasi pecel, lodeh dan lain-lain.

Dalam hal pemasarannya pemilik Rumah Makan Bu Lis yaitu Ibu Ninik Yatini selain menjual produknya secara offline beliau juga menggunakan media online seperti aplikasi google maps dan whatsapp untuk menarik pelanggan sekaligus meningkatkan minat beli konsumen.

Mengenai info baik yang berbentuk tulisan maupun foto produk yang diposting ke media sosial juga selalu menggunakan informasi detail produk yang asli agar barang yang dilihat dengan yang dipesan tetap sama sehingga pelanggan puas dan tidak akan kecewa. Berikut penjelasan dari Ibu Ninik Yatini:

“Ndek sini iku kita jualnya ya reno-reno jenis makanan teko rawon daging sampe rawon iga, ayam bakar, karo sego campur sek okeh meneh liane niku. Carane masarne ya pembeline moro mreng, kadang ya diposting karo karyawanku lewat google maps karo status ndek WA. Lak posting kui podo kudu podo sesuai barang e, dadi pembeline mareng.”⁶⁵

(Disini kita menjual berbagai varian makanan, mulai dari rawon daging maupun rawon iga, ayam bakar, nasi campur dan masih banyak lagi. Dalam hal pemasarannya, kita lakukan secara offline dan online. Kalau online kita menggunakan google maps dan whatsapp. Mengenai informasi baik berupa tulisan maupun foto produknya kita juga selalu menggunakan foto produk asli agar barang yang dilihat dengan yang dipesan itu tetap sama jadi pelanggan tidak akan kecewa).

Penentuan tentang jenis produk baik barang maupun jasa merupakan keputusan strategi yang sangat penting, hal itu disebabkan karena mempengaruhi eksistensi perusahaan jangka panjang. Selain itu dampaknya juga mempengaruhi fungsi dan tingkatan dalam organisasi bisnis. Produk juga harus memperhatikan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, ataupun dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Misalnya pada konsep Kotler pada Ali Hasan, bahwa segala sesuatu yang

⁶⁵ *Ibid,*

bernilai yang dapat ditawarkan kepasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁶⁶

Rumah Makan Bu Lis dalam menjalankan strategi bisnisnya yaitu mengutamakan faktor produk, seperti yang di ungkapkan Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

“Salah siji cara ne usaha iki supoyo maksimal ya gawe cara nambah ne jenis produk, seng awal e cuma rawon pecel, saiki iso nambahne ayam bakar, nasi campur, lodeh, dan lain-lain. Lianne kui ya berusaha sekuat e amprih dadi produk sng seapik-apik e”⁶⁷

(Salah satu caranya usaha ini supaya bejalan maksimal ya pakai cara menambahkan jenis produk, yang awalnya rawon pecel, sekarang bisa menambahkan ayam bakar, nasi campur, lodeh, dan lain-lain. Selain itu ya berusaha sekuat tenaga supaya jadi produk yang sebaik-baiknya)

Usaha Rumah Makan Bu Lis ini merupakan sebuah usaha yang bergerak pada bidang kuliner. Adapun daftar menu yang tersedia pada Rumah Makan Bu Lis yaitu:

Tabel 4.1
Varian Menu Makanan Rumah Makan Bu Lis

No	Produk	Harga
1	Rawon Iga + Nasi	Rp 30.000
2	Rawon + Nasi	Rp 25.000
3	Nasi Campur	Rp20.000
4	Nasi Pecel	Rp 8.000

⁶⁶ Ali Hasan, *Marketing*,(Jakarta: Media Pressindo, 2008), hlm.274.

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

5	Lodeh	Rp 8.000
6	Ayam Bakar	Rp 7.000
7	Sayur Bening	Rp 5.000

Sumber: Rumah Makan Bu Lis

Tabel 4.2

Varian Menu Minuman Rumah Makan Bu Lis

No	Produk	Harga
1	Jus Alpukat	Rp 12.000
2	Jus Apel	Rp 10.000
3	Jus Sirsak	Rp 10.000
4	Jus Nanas	Rp 10.000
5	Jus Melon	Rp 10.000
6	Jus Jambu	Rp 8.000
7	Jus Semangka	Rp 8.000
8	Jus Mangga	Rp 8.000
9	Jus Belimbing	Rp 8.000
10	Jus Tomat	Rp 7.000
11	Es Dawet	Rp 5.000
12	Es Blewah	Rp 5.000
13	Es Jeruk	Rp 5.000
14	Jenang Ketan Kelapa	Rp 4.000
15	Jenang Gendul	Rp 4.000
16	Jenang Ketan Bubuk	Rp 4.000

Sumber: Rumah Makan Bu Lis

Tabel 4.3
Varian Menu Jajanan Rumah Makan Bu Lis

No	Produk	Harga
1	Serabi	Rp 5.000
2	Pastel	Rp 4.000
3	Klepon	Rp 4.000
4	Ketela Serawut	Rp 4.000
5	Kue Lumpur	Rp 3.000
6	Dadar Gulung	Rp 3.000
7	Lemper	Rp 3.000
8	Mendut	Rp 3.000
9	Naga Sari	Rp 3.000
10	Dll	-

Sumber: Rumah Makan Bu Lis

Pada Penampilan daftar menu Rumah Makan Bu Lis membagi menjadi tiga bagian yaitu daftar menu makanan, daftar menu minuman, dan daftar menu jajanan. Pengaturan tataletak menu yang dilakukan Rumah Makan Bu Lis yaitu mengelompokkan berdasarkan harga, dari produk yang paling mahal berada di urutan atas sampai harga urutan terendah berada di bagian bawah. Tujuan pengaturan tataletak tersebut yaitu untuk memudahkan para pembeli untuk memilih jenis produk makanan yang berpatokan pada harga.

Cara penampilan menu yang di lakukan Rumah Makan Bu Lis yaitu dengan cara menulis daftar menu tersebut di Banner dan memasang

tepat di pinggir jalan raya depan Rumah Makan Bu Lis, yang berfungsi untuk menarik perhatian dari para pelanggan dan juga para orang-orang yang melintasi area tersebut.

Pelanggan berpendapat bahwa menu yang di sajikan Rumah Makan Bu Lis rasanya enak dan tentu dengan harga yang terbilang ramah kantong, seperti yang di ungkapkan Pak Dimas selaku pelanggan/konsumen pada Rumah Makan Bu Lis, berikut ungkapnya:

“nggih kula seneng teng mriki, awal e riyin pas pados rawon boten ngerti tempat engkang nyade rawon akhire kulo cek google maps tibak e lokasine searah kaleh tempat kulo nyambut damel dados kadang ajeng e bidal kerja mampir teng mriki, ya amargi makananya enak-enak, tapi yang paling kula seneng teng mriki ya rawonnya selain enak ya gak terlalu mahal.”⁶⁸

(Ya saya senang kesini, awalnya dulu pas cari rawon tidak tahu dimana yang menjual rawon terus saya cari lewat google maps ternyata lokasinya berada searah dengan tempat kerja saya jadi saat mau berangkat kerja kadang sering mampir dulu kesini, ya karena makananya enak-enak, tapi yang paling saya suka di sini ya rawonya, selain enak ya tidak terlalu mahal)

Tanggapan serupa diungkapkan oleh Bapak Sulaiman selaku karyawan:

“Kualitas makanan disini ya pun sesuai sama ketentuan dengan bidang makanan, mulai teko rasa, bahan-bahan e sing di gawe, halal, resik kaleh nyaman teng usaha ne mriki, InsyaAllah lebih unggul dari rumah makan lain e, soal e kami nggih sregep resik-resik rumah makan niki, jadi mutu produknya nggih terjaga.”⁶⁹

(Kualitas makanan disini juga sudah sesuai dengan ketentuan-ketentaun dalam usaha makanan, mulai dari segi rasa, bahan-bahan yang digunakan, kehalalan makanan, kebersihan dan kenyamanan tempat usaha insyaallah lebih unggul dari Rumah Makan yang lain

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Dimas selaku pelanggan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 07 April 2021, pukul 08.30 WIB

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

karena kamipun juga rutin untuk membersihkan rumah makan ini sehingga mutu produknya pun juga tetap terjaga).

Dalam memperoleh bahan baku untuk membuat rawon, Ibu Ninik Yatini sudah mempunyai langganan sendiri. Jadi apabila beliau membutuhkan sesuatu untuk bahan baku pembuatan rawonya, maka beliau bisa langsung menghubungi pihak *supliyer* dan nantinya pihak *supliyer* akan langsung menyiapkan pesanan Ibu Ninik Yatini sehingga prosesnya akan lebih efektif dan efisien serta beliau tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan bahan baku. Seperti yang di ungkapkan Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

“Kalo masalah cari bahan baku kita wes ada pelanggan e dewe, dadi lak butuh opo-opo ya tinggal kita whatsapp opo sms bar kui karo bakul e di terne, proses e yo cepet nggak antri lama. Lak pas awal e ya susah, kabeh bahan baku sek blonjo dewe, tapi saiki wis ada langganan jadi lebih efektif dan efisien.”⁷⁰

(Mengenai perolehan bahan baku kita sudah punya langganan sendiri, jadi kalau kita butuh apa-apa, tinggal kita tinggal whatsapp atau sms lalu diantarkan, prosesnya juga cepat dan tidak perlu antri atau menunggu lama. Kalau awal-awal dulu masih susah, semua belanja kebutuhan sendiri, tetapi sekarang sudah ada langganan jadi lebih efektif dan efisien.)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemilik pemilik bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis ini sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Pemilik juga tetap memperhatikan kualitas produk yang dijualnya dengan terus berinovasi menciptakan menu-menu baru agar pelanggan tidak merasa bosan dan hal tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu pemilik juga tetap menjaga kebersihan produk

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

dan tempat usahanya sehingga konsumen merasa puas apabila membeli makanan di Rumah Makan Bu Lis. Dengan begitu sukanya pembeli terhadap produk dari hasil usaha Rumah Makan Bu Lis tersebut, di harapkan Rumah Makan Bu Lis tetap berjalan dan juga mampu bertahan dari persaingan usaha kuliner lain.

b. *Price* (Harga)

Penetapan harga dalam strategi pemasaran dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Maka dari itu seorang pengusaha harus memperhatikan strategi penetapan harga sekaligus penetapan sasaran yang dituju agar konsumen tertarik dan mau membeli produknya. Pada Rumah Makan Bu Lis ini, strategi penetapan harga yang dipilih atau sasaran yang dituju adalah semua kalangan mulai dari bawah, menengah, sampai atas. Ibu Ninik Yatini sendiri menetapkan harga yang bervariasi pada warung makannya namun tetap terjangkau untuk semua kalangan.

“Untuk strategi penetapan harga saya milih semua kalangan teko bawah menengah sampe kalangan atas, kabeh iso beli ndek Rumah Makan Bu Lis, karena harga makanan ndek sini bervariasi tapi yo tetep terjangkau untuk semua orang.”⁷¹

(Untuk strategi penetapan harganya kita memilih semua kalangan mulai dari yang bawah, menengah, sampai atas semua dapat membeli Rumah Makan Bu Lis ini karena harga makanan disini bervariasi namun tetap terjangkau untuk semua orang).

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

Tanggapan serupa juga di ungkapkan oleh Bapak Sulaiman :

“Regi produk teng mriki ya terjangkau nggih boten nguras kantong jadi siapapun saget tumbas teng mriki, liane niku harga yang ditawarkan nggih sebanding kaleh rasa produknya, jadi pelanggan tidak merasa rugi umpami tumbas teng mriki”⁷²

(Harga produk disini terjangkau dan tidak akan menguras kantong sehingga siapapun dapat membelinya, selain itu harga yang ditawarkan juga sebanding dengan rasa produknya, jadi pelanggan tidak akan merasa rugi apabila beli makanan disini).

Hal tersebut juga di sampaikan oleh Bapak Dimas :

“Harga makanan teng mriki nggih termasuk terjangkau kalih sampun sesuai kalih rasa kalih porsi engkang pun disajikan, selain niku harganya nggih bervariasi, jadi pembeli saget tumbas sesuai kalih kondisi keuangan e piambak”⁷³

(Harga makanan disini tergolong masih terjangkau dan sudah sesuai dengan rasa serta porsi yang disajikan, selain itu harganya juga bervariasi jadi konsumen bisa membeli sesuai dengan kondisi keuangan masing- masing).

Harga untuk jenis makanan rawon di pasaran rata-rata sama antar perusahaan kuliner satu dengan perusahaan kuliner yang lainnya. Dengan harga yang sama ini pembeli bebas untuk memilih produk dari perusahaan yang mana saja yang akan dibelinya. Karena meskipun harganya sama, cita rasa dari produk tersebut dan jenis-jenis makanan yang dijual setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini disampaikan oleh Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

⁷² Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

⁷³ Wawancara dengan Bapak Dimas selaku pelanggan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 07 April 2021, pukul 08.30 WIB

*“Harga di pasaran sama, Cuma bahan sing bagus opo endak, sing enak opo endak”.*⁷⁴

(Harga di pasaran sama. Hanya bahanya yang bagus apa tidak, yang enak atau tidak).

Hal serupa disampaikan oleh Bapak Dimas selaku pelanggan ataupun konsumen yang mengatakan bahwa harga yang dijual di Rumah Makan Bu Lis kurang lebih sama dengan produk dari rumah makan lainnya.

*“Kalau harga kalih laine ya sami mawon, semua hargane kurang lebih sama kalih Rumah Makan laine”.*⁷⁵

(Kalau harga sama yang lainnya itu kurang lebih sama saja, semua harga sesuai umumnya pasaran, hampir sama dengan rumah makan lainnya).

Ibu Ninik Yatini sendiri tidak berani menjual produknya dengan harga yang terlalu murah atau dibawah pasaran yang ada, karena menurutnya tidak apa-apa harga yang tersedia bersaing dengan lainnya, yang penting kualitas dari produk saya yang diutamakan, sehingga pembeli bisa merasakan sendiri produk mana yang memiliki rasa enak. Karena beliau yakin bahwa rata-rata pembeli akan lebih puas dengan produk yang benar-benar enak dibanding dengan produk yang murah tetapi memiliki kualitas rasa yang tidak enak.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemilik Rumah Makan Bu Lis yang berada di Desa Pekandaan Kecamatan

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12.35 WIB

⁷⁵ Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan Rumah Makan Bu Lis, pada 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

Kedungwaru Tulungagung selalu memperhatikan penetapan harga terhadap produk yang ditawarkan.

c. *Place* (Tempat)

Dalam mendirikan tempat bisnis usaha seperti di bidang kuliner ini, untuk strategi pemilihan tempat atau lokasi dapat mempengaruhi daya tarik konsumen. Pemilihan tempat yang strategis seperti di pinggir jalan raya atau di dekat pusat keramaian tentu akan lebih mudah mendatangkan pembeli dan hal tersebut dapat menunjang keberhasilan dari strategi yang dijalankan. Pemilihan lokasi pada Rumah Makan Bu Lis di Desa Plandaan Tulungagung ini sudah termasuk strategis karena lokasinya tepat di pinggir jalan raya sehingga mudah diakses oleh pembeli maupun pengunjung dan hal tersebut memberikan keuntungan pendapatan bagi pemilik Rumah Makan Bu Lis, sekaligus dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dalam hal ini rumah makan yang berlokasi di Desa Plandaan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dianggap lebih strategis jika dibandingkan dengan Rumah-rumah Makan yang lainnya. Hal ini karena lokasi tersebut merupakan tempat pertama kali Ibu Ninik Yatini menempati bangunan tersebut setelah usahanya yang dulu masih menggunakan gerobak makan rawon pecel. Selain itu disana juga sebagai jalan utama antar kota sehingga akan lebih banyak orang yang berkunjung. Seperti yang di ungkapkan Ibu Ninik sebagai berikut:

“Lha kalau untuk milih tempat yang strategis, ya soal e jelas e ae, rumah makan yang di sekitar lokasi jalan yang rame iku lebih strategis dibandingne rumah-rumah makan lain e. Soal e ndek kono kui banyak orang yang lalu-lalang ngelewati rumah makan ini, ya dari situ harapane kami orang-orang itu mudah seumpamane cari-cari tempat makan jadi peluang e banyak orang sing mampir, kalau di itung-itung perhari roto-roto 100 an pembeli”⁷⁶

(Kalau untuk memilih tempat ya yang strategis, ya karena kalau di pikir rumah makan yang di sekitar lokasi jalan raya itu lebih strategis di bandingkan dengan rumah-rumah makan lainnya. Soal nya disitu itu banyak orang yang lalu-lalang melewati rumah makan ini, dari situ harapan kami orang-orang itu seumpamanya cari-cari tempat makan jadi mudah, jadi untuk peluangnya mampir di sini banyak, kalau dihitung-hitung rata-rata 100an pembeli).

Sebagaimana juga diungkapkan oleh Bapak Sulaiman:

“Pemilihan tempat e usaha ya sangat strategis, karena berada di pinggir jalan raya dados mesti lebih enak dicari oleh orang-orang akhire saget nambah keuntungan”⁷⁷

(Pemilihan tempat usahanya ya sangat strategis, karena berada di pinggir jalan raya, jadi pasti lebih mudah dicari sama orang-orang, dan akhirnya itu juga bisa nambah keuntungan)

Tanggapan serupa juga diungkapkan oleh Bapak Dimas:

“Tempat rumah makan Bu Lis niki sampun sangat strategis menurut kulo, amargi celak kalih jalan raya dados pembeli nggih lebih mudah mengunjungi”⁷⁸

(Tempat Rumah Makan Bu Lis ini sudah sangat strategis menurut saya, dikarenakan dekat dengan jalan raya, jadi pembeli juga akan lebih mudah untuk mengunjunginya)

d. *Promotion* (Promosi)

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

⁷⁷ Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Dimas selaku pelanggan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 07 April 2021, pukul 08.30 WIB

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pelaku usaha yang bertujuan untuk menarik pembeli. Strategi promosi pada Rumah Makan Bu Lis yang terletak di Desa Plandaan Tulungagung ini, dilakukan secara offline terkadang juga online. Promosi secara online dilakukan dengan menggunakan aplikasi google maps dan whatsapp, serta biasanya Ibu Ninik Yatini juga melakukan promosi melalui chat pribadi dengan relasi dan juga teman-temannya.

*“Pemasarannya kita kadang ya pakek media online kayak google maps dan whatsapp, biasane ya japri relasi sekaligus ke teman-teman”.*⁷⁹

(dalam hal pemasarannya kita juga menggunakan media online seperti google maps dan whatsapp, dan biasanya saya juga ngabari ke relasi sekaligus ke teman-teman).

Sama seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sulaiman:

*“Promosinya biasane pakai media sosial kayak google maps kalih whatsapp, soal e sak niki jaman serba digital, jadi agar hasil e maksimal ya harus memanfaatkan secara online biar lebih mudah”*⁸⁰

(promosi yang dilakukan biasanya menggunakan media sosial seperti google maps dan whatsapp, karena sekarang jamannya serba digital jadi supaya hasil e pemasarannya maksimal juga harus memanfaatkan secara online agar lebih mudah).

Tanggapan serupa juga diungkapkan oleh Bapak Dimas:

“awal e kulo sumerep rumah makan Bu Lis niki soal e riyen kulo pados rawon tapi boten ngerti tempat sng nyade akhire kulo cek google maps selain itu ya

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12.35 WIB

⁸⁰ Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

sering lewat mriki, kebetulan pas saat itu lapar , akhire kulo mampir terus kulo nyoba ternyata enak yaa jadinya suka jadi sering teng mriki”⁸¹

(awal saya tahu Rumah Makan Bu Lis ini karena dulu pas cari rawon tapi tidak tau tempatnya yang jual akhirnya cari lewat google maps selain itu saya juga sering lewat jalan sinii, kebetulan saya pas lapar, akhirnya saya mampir lalu saya coba ternyata enak dan jadinya saya suka jadi sering mampir kesini).

Supaya pelanggan tidak merasa bosan, Ibu Ninik Yatini selalu terus berusaha untuk mengembangkan varian produknya yang sesuai dengan selera konsumen karena kebanyakan orang-orang lebih tertarik dengan hal-hal yang baru. Setelah beliau menciptakan varian produknya seperti jenis olahan ayam bakar, maka biasanya salah satu karyawan pada Rumah Makan Bu Lis secara tidak langsung akan membagikan ke sosial media untuk mngetahui bagaimana tanggapan masyarakat dengan produknya, dengan menggunakan cacption tentang perkulineran yang menarik dan sedang tren pada saat itu. Seperti menggunakan salah satunya caption maupun hastag makanan halal agar masyarakat menjadi banyak yang tahu, dan dari situ Ibu Ninik Yatini dapat mengetahui tanggapan masyarakat dengan melihat sejumlah beberapa komentar dari masyarakat. Dari situ pula beliau dapat mengetahui respon masyarakat terhadap varian-varian produk barunya yang awalnya menu rawon sekarang sudah tersedia jenis menu makanan lainnya. Apabila jumlah komentar banyak yang positif, penjualan melalui strategi promosi tersebut juga meningkat, maka apabila hal tersebut berjalan

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Dimas selaku pelanggan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 07 April 2021, pukul 08.30 WIB

dengan maksimal, bisa dikatakan Ibu Ninik Yatini berhasil menjalankan strategi bisnis dengan menciptakan varian produk baru tersebut. Seperti ungkapnya sebagai berikut:

*“Cara kita mempertahankan usaha ya terus mencoba ngembangne jenis produk baru biar pelanggan e gak bosan, soal e kan orang-orang itu senenge sing gak larang tapi enak. Selain iku orang-orang sukane ya sama produk jenis baru, jadi pas sudah jadi jenis produk yang baru terus tak suruh karyawanku nge-share ke sosial media, contoh e sing menarik caption makanan halal karo kuliner khas Tulungagung, jadi share nya ya begitu terus bisa lihat jumlah tanggapan lewat komentar masyarakat, dari situ kami yakin kalau respon masyarakat terhadap produk kami banyak yang suka, kalau misal e jumlah e banyak yang suka terus penjualan e meningkat berarti kami berhasil buat produk baru iku”.*⁸²

(Cara kita mempertahankan usaha ini dengan terus mengembangkan varian produk baru supaya pelanggan tidak merasa jenuh. Orang-orang itu kan sukanya yang tidak mahal tapi enak. Selain itu mereka juga menyukai sesuatu hal yang jenis baru, jadi setelah kita menciptakan varian produk baru kemudian saya suruh karyawan saya untuk langsung share ke sosial media misalnya yang sedang menarik perhatian, seperti memakai caption makanan halal atau kuliner khas Tulungagung, jadi di sharenya begitu dan bisa melihat sejumlah komentar, dari situ kami sudah punya keyakinan bahwa respon yang suka produk makanan kami itu banyak. Kalau misalnya jumlah komentar banyak yang positif dan penjualan kita meningkat itu berarti kita berhasil membuat varian produk makanan baru tersebut).

Mengenai promosi Bu Lis dari segi promosi untuk secara offline bisnis kuliner Rumah Makan ini mengaku bahwa promosi yang dilakukan melalui metode promosi mulut ke mulut. Dengan menjaga kualitas produknya, Ibu Ninik Yatini mengaku itu juga sebagai bentuk promosinya agar pembeli setia membeli makanan di Rumah Makan Bu Lis dan tak jarang juga menyarankan orang lain untuk membeli produk makanan di Rumah Makan Bu Lis juga, sehingga promosi dari mulut ke

⁸² Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

mulut akan terjadi. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

*“Dari kualitas sing bagus, bahan e bagus, ndak ada bahan pengawet, produk e enak, dadi dari mulut ke mulut secara gak langsung itu nanti cepat nyebar ke masyarakat”.*⁸³

(Dari kualitas yang bagus, bahan yang bagus, tidak ada bahan pengawet, rasanya enak, jadi promosinya itu dari mulut ke mulut secara tidak langsung cepat menyebar ke masyarakat).

Promo berupa potongan harga saat pembelian jumlah tertentu juga dilakukan untuk menarik minat pembeli untuk membeli produknya. Menurut Ibu Ninik yatini dengan adanya potongan harga apabila melakukan pembelian berulang dan dalam jumlah banyak ini akan membuat konsumen merasa senang dan ingin melakukan pembelian lagi berikutnya. Hal ini disampaikan oleh Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

*“Potongan harga iku biasane ya tak berikan pas ada pembeli sing pesen banyak , misal e kayak catrangan nasi kotak biasane iku tak kasih potongan harga, ben pembeline iku seneng. Dadi lek ada potongan harga kan jadi seneng ya dadi pengen pesen lagi ”.*⁸⁴

(Potongan harga itu biasanya saya kasih jika ada pembeli yang pesen banyak, seperti pesen nasi kotak itu kan selalu banyak jadi saya kasih potongan harga, supaya peembelinya itu senang. Jadi kalau ada potongan harga kan jadi senang ya, jadi ingin beli lagi begitu)

e. *People* (Orang)

Untuk mendukung proses pelayanan tentunya membutuhkan karyawan guna melakukan proses produksi produk. Untuk pembagian

⁸³ *Ibid,*

⁸⁴ *Ibid,*

pekerjaan sudah sesuai dengan bagian masing-masing. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ninik Yatini pemilik Rumah Makan Bu Lis:

“Karyawan saya 10 tugas e menyesuaikan, ada yang produksi, pelayan, kasir, karo dapur. Kayak contoh e karyawanku Pak sulaiman jadi pelayan”

(Karyawan saya ada 10, tugasnya disesuaikan, ada dibagian produksi, pelayan, kasir, dan dapur. Seperti salah satu contoh karyawan yaitu pak sulaiman sebagai pelayanan)⁸⁵

Dalam hal pembuatan produk, Rumah Makan Bu Lis tidak melakukan pelatihan khusus ke karyawan, seperti yang diungkapkan bapak Sulaiman sebagai karyawan:

“ Proses e produksi boten enten pelatihan khusus, disini latihanya praktek sambil jalan”

(Dalam proses produksi tidak ada pelatihan khusus, disini pelatihannya praktek sambil jalan).⁸⁶

Dari penjelasan di atas, Rumah Makan Bu Lis tidak melakukan pelatihan khusus, melainkan pelatihannya langsung dengan praktek dengan tujuan untuk efektivitas dan efisiensi waktu dalam proses produksi.

f. Process (Proses)

Dalam hal produksi, berhubung usaha rumah makan Bu Lis mempunyai tempat yang cukup dalam mengolah produk maka proses produksinya langsung di tempat usahanya tersebut. Seperti yang diungkapkan bapak Sulaiman sebagai karyawan Rumah Makan Bu Lis:

⁸⁵ *Ibid,*

⁸⁶ Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

“Proses ngolah produk langsung teng tempat ini, kebetulan di belakang tempat e cukup damel ngolah bahan, jadi saget dimanfaatkan damel pengolahan biar menghasilkan produk”

(Proses pengolahan produknya langsung di tempat usaha Rumah Makan Bu Lis ini, kebetulan di dagian belakang atau dapur tempatnya cukup untuk mengolah bahan. Jadi bisa dimanfaatkan untuk tempat pengolahan untuk menghasilkan produk.)⁸⁷

Untuk proses pengolahan produk tentunya dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai yang dapat mempercepat dan mendukung proses produksi. Hal tersebut dikuatkan oleh Ibu Ninik Yatini sebagai pemilik Rumah Makan Bu Lis:

“Untuk sarana dan prasarana kayaknya lengkap seperti loyang, wajan, serok, sotil, jepit, ember, bak besar, mesin press, blender untuk mendukung proses pembuatan produk, selain itu juga terdapat wifi, cctv, tv, meja, kursi, kulkas, kipas angin dan wastafel untuk kenyamanan konsumen, serta motor dan mobil grand max untuk mendukung keperluan transportasi bahan baku”.

(Mengenai sarana dan prasarana disini dirasa cukup lengkap seperti, loyang, wajan, serok, sotil, jepit, ember, bak besar, mesin press, blender untuk mendukung proses pembuatan produk, selain itu juga terdapat wifi, cctv, tv, meja, kursi, kulkas, kipas angin dan wastafel untuk kenyamanan konsumen, serta motor dan mobil grand max untuk mendukung keperluan transportasi bahan baku).⁸⁸

Dari penjelasan di atas, diungkapkan bahwa alat-alat yang digunakan untuk proses produksi sudah memadai. Dengan alat yang sudah lengkap maka usaha Rumah Makan Bu Lis tidak perlu khawatir untuk memenuhi jumlah permintaan konsumen.

g. Physical Evidence (Bukti Fisik)

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Sulaiman selaku karyawan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 06 April 2021, pukul 08.25 WIB

⁸⁸ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12.35 WIB

Penataan ruangan juga turut serta diperhatikan dalam sebuah bisnis rumah makan. Tata ruang yang bagus juga berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen ataupun pelanggan ketika berkunjung. Seperti yang diungkapkan Ibu Ninik Yatini sebagai pemilik Rumah Makan Bu Lis:

“kalau penataan ruangan saat ini ya diusahakan biar maksimal, kaya membuat ciri khas pada lokasi usaha dengan mengecat tembok berwarna hijau dan kuning, selain itu juga berada di lokasi yang strategis yaitu tepat dipinggir jalan raya, serta kenyamanan konsumen pun juga diperhatikan, di dukung dengan adanya wifi, cctv, tv, meja, kursi, kulkas, kipas angin dan wastafel”.

(Mengenai penataan ruangan sampai saat ini kami terus berusaha untuk memaksimalkan, seperti membuat ciri khas pada lokasi usaha dengan mengecat tembok berwarna hijau dan kuning, selain itu juga berada di lokasi yang strategis yaitu tepat dipinggir jalan raya, serta kenyamanan konsumen pun juga diperhatikan, di dukung dengan adanya wifi, cctv, tv, meja, kursi, kulkas, kipas angin dan wastafel).⁸⁹

Dikuatkan dengan pernyataan Bapak Dimas sebagai konsumen Rumah Makan Bu Lis:

“suka dengan fasilitas yang disediakan, disini ada cctvnya jadi kalau pas ada hal yang tidak-tidak kita bisa mencari tahu sebab e, tempat e juga bersih, ya jadi nyaman makan disini”.

(Suka dengan fasilitas yang tersedia, disini tersedia cctv jika ada hal yang tidak diinginkan kita bisa tau penyebabnya, tempatnya juga bersih. Jadi nyaman makan disini).⁹⁰

Dari penjelasan di atas, dalam hal pelayanan yang diberikan Rumah Makan Bu Lis sudah memberikan fasilitas untuk kenyamanan konsumen, tidak lupa dengan kerapian juga kebersihan di tempatnya.

⁸⁹ *Ibid,*

⁹⁰ Wawancara dengan Bapak Dimas selaku pelanggan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 07 April 2021, pukul 08.30 WIB

2. Kendala yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung

a. *Product* (Produk)

Dalam sebuah usaha pasti memiliki hambatan dalam pemasaran produk dan menarik minat pembeli, begitupun pada usaha Kuliner Rumah Makan yang terletak di Kabupaten Tulungagung yang juga mempunyai hambatan dalam meningkatkan minat beli konsumen seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ninik Yatini sebagai berikut:

“kelemahan e produk yaiku barang e cepet rusak atau basi jadi ga bisa di simpan lama-lama soal e sini ga pakek pengawet selain iku dulu pas awal-awal e kami mendirikan usaha kuliner rumah makan iki jenis produk e yang dijual masih dikit belum sebanyak sekarang. Awal e dulu yo dodolan rawon karo sego pecel. Selain iku kami yo kesulitan cari rasa yang pas jadi peminat e awal-awale ya masih dikit”.⁹¹

(Kelemahan dari produknya yaitu mudah rusak atau basi jadi tidak bisa disimpan lama-lama, soalnya disini tidak pakai pengawet. Selain itu dulu saat awal-awal saya mendirikan usaha Kuliner Ruma Makan ini, varian produk yang kita jual masih sedikit dan belum sebanyak sekarang. Saat itu kita hanya menjual makanan rawon dan nasi pecel saja. Selain itu kita juga masih kesulitan dalam menemukan rasa yang pas sehingga peminatnyaapun awal-awalnya masih sedikit sekali).

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa hambatan yang dialami Rumah Makan Bu Lis di Desa Plandaan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung tersebut, dari segi produk adalah jenis produk olahan makananya tidak bisa bertahan lama. Selain itu pada

⁹¹ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

saat awal-awal berdiri, varian produk yang dijual masih belum beragam sehingga konsumen cenderung bosan dengan produk yang ditawarkan. Selain itu pemilik juga masih belum menemukan jenis produk lain yang rasanya sesuai dengan lidah konsumen sehingga hal tersebut menyebabkan minat beli konsumen terhadap produk dari Rumah Makan Bu Lis masih rendah.

b. *Price* (Harga)

Penetapan harga merupakan hal penting dalam sebuah usaha. Harga yang sesuai tentu dapat menarik minat pelanggan dan mendatangkan keuntungan. Namun apabila terdapat hambatan dalam penetapan harga tentu saja hal tersebut akan berimbas pada minat beli konsumen sekaligus omzet penjualan yang mengalami penurunan.

*“Pas nyari bahan baku gawe olahan daging sapi kadang masih agak sulit kayak pembuatan rawon daging dan dan rawon iga itu carine bahan e lebih sulit ketimbang produk makanan lain e, kalau produk lain e kayak misal e ayam bakar dan nasi pecel kan cuma butuh daging ayam dan sayuran, tapi kalau untuk makanan jenis rawon yang bahan bakune daging sapi kadang sulit dicari hargane kadang juga naik, jadi kadang kami mengurangi takaran daging sapi per porsi kadang ya menaikkan harga jual, biar tidak telalu rugi ”.*⁹²

(Untuk memperoleh bahan baku pembuatan makanan olahan daging sapi terkadang masih ada yang sulit seperti pembuatan makan rawon daging dan rawon iga yang perolehan bahan bakunya lebih sulit daripada jenis makanan yang lainnya. Kalau misalnya produk lain seperti ayam bakar dan pecel cuma butuh daging ayam dan sayuran, tapi kalau untuk makanan jenis rawon yang bahan bakunya dari daging sapi terkadang harga bahan bakunya naik karena sulit didapat dan harga nyapun juga naik maka terkadang

⁹² *Ibid,*

kami mengurangi takaran daging per porsi kadang juga menaikkan harga jual agar tidak terlalu mengalami kerugian).

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa hambatan harga pada Rumah Makan Bu Lis yaitu mengenai perolehan bahan bakunya yang terkadang masih mengalami kesulitan seperti bahan baku untuk membuat makan jenis rawon yang perolehan bahan bakunya lebih sulit dibandingkan dengan produk makanan jenis lain yang tidak menggunakan daging sapi, hal tersebut membuat harga bahan baku makanan jenis rawon mengalami kenaikan karena sulit didapat sehingga pemilik juga harus mengakali dengan dua cara pilihan yaitu mengurangi takaran daging sapi per porsi atau menaikkan harga jual agar tidak terjadi kerugian, dan hal tersebut tentu akan mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli Produk rawon di Rumah Makan Bu Lis tersebut.

c. *Place* (Tempat)

Pemilihan dalam penentuan lokasi atau tempat juga merupakan faktor penting dalam menjalankan usaha karena tempat yang strategis dan mudah dijangkau tentu akan mendatangkan banyak pengunjung. Namun apabila tempat penjualan mengalami hambatan pasti pengunjung enggan untuk datang sehingga hal tersebut akan berdampak buruk pada omzet penjualan yang berimbas pada pendapatan.

“sebenere kalau untuk permasalahan pada tempat ya tetep ada, disebelah kami ada usaha kuliner yang menjual barang yang beberapa jenis barang e sama, selain itu tempat usaha kami juga agak kurang luas, soal e terkadang

pembelina masih ada yang tidak dapat tempat duduk padahal di rumah makan kami mampu menampung 25 orang pada waktu bersamaan”⁹³

(sebenarnya kalau untuk permasalahan pada tempat ya tetap ada, disebelah kami ada usaha kuliner yang menjual produk yang beberapa jenis produknya sama, selain itu tempat usaha kami juga sedikit kurang luas, soalnya terkadang pembelinya masih ada yang tidak dapat tempat duduk padahal di rumah makan kami mampu menampung 25 orang pada waktu bersamaan).

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa kendala dari segi tempat di lokasi Rumah Makan Bu Lis yaitu terdapat usaha kuliner yang menjual beberapa jenis produknya ada yang sama atau dapat dikatakan terdapat pesaing didekat lokasi Rumah Makan Bu Lis. Selain itu terkadang disaat ramai sebagai pembeli tidak mendapat tempat duduk, hal itu disebabkan karena kurang luasnya tempat usaha Rumah Makan tersebut yang berkapasitas sekitar untuk 25 orang pembeli.

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi wajib dilakukan untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat mendatangkan keuntungan pada usaha tersebut. Promosi yang unik dan menarik tentu akan banyak disukai oleh masyarakat sehingga produk yang ditawarkanpun akan mengalami peningkatan penjualan. Namun dalam melakukan promosi, pasti suatu usaha pernah menemukan hambatan

⁹³ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

yang tentunya akan berimbas pada menurunnya minat beli konsumen sekaligus penjualan produk.

“Pada awal e dulu kurang lebih sekitar satu bulanan kami kesulitan pas mau promosi karena untuk menciptakan sama menumbuhkan nama baik ke pembeli sangat susah sekali, rata-rata pembeline sek ragu-ragu mau beli disini jadi pada milih beli ndek usaha rumah makan yang sudah dikenal sebelum e. Selain itu dulu pas belum kenal promosi lewat online cara promosinya yo Cuma pakek cara promosi mulut kemulut, sebener e promosi model gini ya bagus untuk mengenalkan ke masyarakat sekitar, jika rasa produk nya kami enak maka sangat menguntungkan usaha kami, lha tapi kalau ada kesalahan pasti jenis promosi mulut ke mulut ini cepet nyebar.”⁹⁴

(Pada pertama dulu kurang lebih satu bulanan kami masih kesulitan dalam melakukan promosi karena untuk membangun dan menciptakan kepercayaan dan menumbuhkan citra nama baik kepada konsumen saat itu masih susah sekali hal itu di sebabkan k a r e n a kebanyakan konsumen masih ragu-ragu untuk membeli dan mereka cenderung lebih memilih usaha rumah makan yang sudah mereka kenal sebelumnya. Selain itu dulu pas belum kenal promosi lewat online cara promosinya ya Cuma pakai cara promosi mulut kemulut, sebenarnya promosi model begini ya bagus untuk mengenalkan ke masyarakat sekitar, jika rasa produk nya kami enak maka sangat menguntungkan usaha kami, tapi kalau ada kesalahan pasti jenis promosi mulut ke mulut ini cepet nyebar.)

Dari keterangan diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa kendala pada awal- awal berdirinya usaha Rumah Makan Bu Lis di Desa Pelandaan Kabupaten Tulungagung ini, pemilik mengungkapkan bahwa masih mengalami kesulitan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat karena kebanyakan masyarakat masihragu-ragu untuk membeli dan mereka cenderung lebih memilih membeli produk pada usaha yang sudah mereka kenal sebelumnya dan selain itu dulu pada awal usahanya cuma menggunakan jenis promosi mulut ke mulut sebagai cara pengenalan ke masyarakat.

⁹⁴ *Ibid,*

e. *People* (Orang)

Orang ataupun sumber daya manusia, ketika bisnis yang dijalankan mengalami pertumbuhan dari sisi kredibilitas dan cakupan bisnis yang luas, selanjutnya adalah menentukan struktur organisasi pada suatu bisnis maupun usaha. Dalam menentukan struktur organisasi tidaklah mudah pasti ada kendala yang terdapat pada karyawan ataupun SDM. Seperti yang di ungkapkan Bu Ninik yatini sebagai pemilik Rumah Makan Bu Lis, seperti berikut:

“Untuk masalah dari segi karyawan ya macam-macam, kayak gak masuk kerja karena sakit atau hal lain, kadang ya ada yang cekcok karena salah satu karyawan tidak sependapat dengan karyawan lainnya”

(Kalau kendala dari segi karyawan macam-macam, seperti tidak masuk kerja dikarenakan sakit ataupun hal lain yang tidak bisa ditinggal, terkadang juga ada yang beradu argumen dikarenakan salah satu karyawan tidak cocok dengan pendapat karyawan lainnya)⁹⁵

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa kendala dari SDM atau dari segi orang yaitu karyawan yang tidak hadir karena sakit atau kepentingan lainya dan juga ketidak cocokan pendapat antar karyawan.

f. *Process* (Proses)

Proses yang dimaksud disini yaitu prosedur, mekanisme, dan alur yang diterapkan oleh usaha bisnis Rumah Makan Bu Lis untuk disajikan kepada konsumen. Dalam menerapkan strategi proses pihak Rumah Makan

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Ninik Yatini selaku pemilik Usaha Rumah Makan Bu Lis pada tanggal 05 April 2021, pukul 12. 35 WIB

Bu Lis terkadang juga mengalami kendala, berikut ungkapan Ibu Ninik

Yatini sebagai pemilik:

“Terkadang disini kesulitan untuk mendapatkan bahan baku kayak tabung gas, ya karena gas dari alam jadi ya kita gak bisa memastikan, apalagi saat gas langka, usaha kami pasti akan mengalami kesulitan”

(Dari segi proses kendala kami yaitu kesulitan dalam mendapatkan bahan baku seperti tabung gas, dikarenakan gas itu dari alam sehingga kami tidak bisa memastikan, apalagi disaat gas langka, pasti usaha kami akan merasakan kesulitan dan dampak yang begitu besar terhadap proses sebuah usaha kami)⁹⁶

Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa kendala dari segi proses yaitu kesulitan mendapat bahan baku khususnya gas disaat mengalami kelangkaan yang begitu berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah usaha rumah makan tersebut.

g. *Physical Avidence* (Bukti Fisik)

Setelah menciptakan dan mengembangkan produk, juga harus memperhatikan tampilan pada tata ruang dan kenyamanan pada ruangan tersebut, dalam penataan ruang untuk kenyamanan konsumen juga tidak terlepas dari masalah ataupun kendala. Seperti yang diungkapkan Ibu Ninik Yatini sebagai pemilik usaha, yaitu:

“Penataan meja dan kursi kurang bagus, karena bentuknya yang panjang biasanya itu untuk rombongan, yang saya khawatirkan pas cuma ada 1 orang konsumen duduk di kursi itu biasanya konsumen lain e ga mau duduk sebangku sama konsumen lain yang ga dikenalnya, karena kurang nyaman jika duduk dengan orang yang tidak dikenal, padahal satu kursi muat untuk 3-5 orang”

(Menurut saya penataan meja sama kursinya yang kurang maksimal dikarenakan bentuknya yang memanjang biasanya bentuk tersebut untuk rombongan baik keluarga maupun teman, hal tersebut di khawatirkan jika ada salah satu konsumen menempati

⁹⁶ *Ibid,*

kursi tersebut maka biasanya konsumen lain tidak menempati kursi tersebut dikarenakan konsumen tidak akan nyaman jika berada satu tempat duduk dengan orang yang tidak dikenal ,padahal satu kursi tersebut bisa digunakan untuk 3-5 orang).⁹⁷

Hal tersebut juga di ungkapkan oleh Bapak Dimas selaku konsumen pada

Rumah Makan Bu Lis:

“Terkadang kulo nggih mboten enak kalih pembeli lain e nopo malih pas rumah makan e rame, soal e biasane kulo lenggah piambak an teng kursi mungkin pembeli lain boten nyaman lak pas lenggah kalih tiang boten di kenal, padahal tasek saget damel 3 tiang”.

(Terkadang saya tidak enak dengan pembeli lainnya, apalagi disaat rumah makanya ramai, karena biasanya saya duduk sendirian di kursi, mungkin pembeli lain tidak nyaman jika duduk dengan orang yang tidak dikenal, padahal masih bisa untuk 3 orang)⁹⁸

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kendala dari segi bukti fisik yaitu penataan kursi dan meja yang kurang maksimal dikarenakan menyebabkan pemborosan tempat, sehingga mempengaruhi kenyamanan konsumen.

C. Analisis Data

1. Strategi Bauran Pemasaran 7P yang diterapkan Pada Bisnis Kuliner

Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung

Produk yang tersedia pada Rumah Makan Bu Lis yang terletak di Desa Pelandaan Kecamatan Kedungwaru Tulungagung ini menjual berbagai varian makanan seperti rawon daging maupun rawon iga, ayam bakar, nasi campur, nasi pecel, lodeh dan lain-lain. Selain itu Dalam memperoleh bahan baku untuk membuat rawon, pemilik sudah

⁹⁷ *Ibid,*

⁹⁸ Wawancara dengan Bapak Dimas selaku pelanggan di Rumah Makan Bu Lis, pada tanggal 07 April 2021, pukul 08.30 WIB

mempunyai langganan sendiri. Jadi apabila beliau membutuhkan sesuatu untuk bahan baku pembuatan rawonya, maka beliau bisa langsung menghubungi pihak *supliyer* dan nantinya pihak *supliyer* akan langsung menyiapkan pesanan pemilik usaha Rumah Makan, sehingga prosesnya akan lebih efektif dan efisien serta beliau tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan bahan baku. Dalam bisnis kuliner pada Rumah Makan Bu Lis ini sangat mengutamakan kepuasan pelanggan. Pemilik juga tetap memperhatikan kualitas produk yang dijualnya dengan terus berinovasi menciptakan menu-menu baru agar pelanggan tidak merasa bosan dan hal tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu pemilik juga tetap menjaga kebersihan produk dan tempat usahanya sehingga konsumen merasa puas apabila membeli makanan di Rumah Makan Bu Lis.

Pada Rumah Makan Bu Lis ini, strategi penetapan harga yang dipilih atau sasaran yang dituju adalah semua kalangan mulai dari bawah, menengah, sampai atas. Pemilik sendiri menetapkan harga yang bervariasi pada rumah makannya namun tetap terjangkau untuk semua kalangan. Harga untuk jenis makanan rawon di pasaran rata-rata sama antara bisnis kuliner satu dengan bisnis kuliner yang lainnya. Dengan harga yang sama ini pembeli bebas untuk memilih produk dari perusahaan yang mana saja yang akan dibelinya. Karena meskipun harganya sama, cita rasa dari produk tersebut dan jenis-jenis makanan yang dijual setiap perusahaan berbeda-beda. Pemilik sendiri tidak berani

menjual produknya dengan harga yang terlalu murah atau dibawah pasaran yang ada, karena menurutnya tidak apa-apa harga yang tersedia bersaing dengan lainnya, yang penting kualitas dari produk saya yang diutamakan, sehingga pembeli bisa merasakan sendiri produk mana yang memiliki rasa enak. Karena beliau yakin bahwa rata-rata pembeli akan lebih puas dengan produk yang benar-benar enak dibanding dengan produk yang murah tetapi memiliki kualitas rasa yang tidak enak.

Lokasi pada Rumah Makan Bu Lis di Desa Plandaan Tulungagung ini sudah termasuk strategis karena lokasinya di pinggir jalan raya tepatnya di jalan Kapten Kasihin No 25, Baliyoso, Pelandaan, Kecamatan Kedungwaru, sehingga mudah diakses oleh pembeli maupun pengunjung dan hal tersebut memberikan keuntungan pendapatan bagi pemilik Rumah Makan Bu Lis, sekaligus dapat meningkatkan minat beli konsumen. Dalam hal ini rumah makan yang berlokasi di Desa Pelandaan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung dianggap lebih strategis jika dibandingkan dengan Rumah-rumah Makan yang lainnya.

Promosi pada Rumah Makan Bu Lis yang terletak di Desa Pelandaan Tulungagung ini. dilakukan secara offline terkadang juga online. Promosi secara online dilakukan dengan menggunakan aplikasi google maps dan whatsapp, serta biasanya pemilik juga melakukan promosi melalui chat pribadi dengan relasi dan juga rekan-rekannya. Untuk promosi secara offline pada bisnis kuliner Rumah Makan ini

mengaku bahwa promosi yang dilakukan melalui metode promosi mulut ke mulut. Dengan menjaga kualitas produknya, pemilik mengaku itu juga sebagai bentuk promosinya agar pembeli setia membeli makanan di Rumah Makan Bu Lis dan tak jarang juga menyarankan orang lain untuk membeli produk makanan di Rumah Makan Bu Lis juga, sehingga promosi dari mulut ke mulut akan terjadi.

Orang ataupun SDM pada Rumah Makan Bu Lis dalam mendukung proses pelayanan tentunya membutuhkan karyawan guna melakukan proses produksi produk. Karyawan ada 10, tugasnya disesuaikan, ada dibagian produksi, pelayan, kasir, dan dapur. Pihak Rumah Makan Bu Lis tidak melakukan pelatihan khusus, melainkan pelatihannya langsung dengan praktek dengan tujuan untuk efektivitas dan efisiensi waktu dalam proses produksi.

Proses pada Rumah Makan Bu Lis dalam hal produksi, berhubung usaha rumah makan Bu Lis mempunyai tempat yang cukup dalam mengolah produk maka proses produksinya langsung di tempat usahanya tersebut. Peralatan yang digunakan untuk strategi proses produksi sudah memadai seperti , loyang, wajan, serok, soutil, jepit, ember, bak besar, mesin press, blender untuk mendukung proses pembuatan produk, selain itu juga terdapat wifi, cctv, tv, meja, kursi, kulkas, kipas angin dan wastafel untuk kenyamanan konsumen, serta motor dan mobil grand max untuk mendukung keperluan transportasi bahan baku.

Bukti Fisik pada Rumah Makan Bu Lis yaitu dengan penataan ruangan sampai saat ini kami terus berusaha untuk memaksimalkan, seperti membuat ciri khas pada lokasi usaha dengan mengecat tembok berwarna hijau dan kuning, selain itu juga berada di lokasi yang strategis yaitu tepat dipinggir jalan raya, serta kenyamanan konsumen pun juga diperhatikan, di dukung dengan adanya wifi, cctv, tv, meja, kursi, kulkas, kipas angin dan wastafel.

2. Kendala yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Bisnis kuliner Rumah Makan Bu Lis Plandaan Kedungwaru Tulungagung

Kendala yang dialami Rumah Makan Bu Lis di Desa Plandaan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung tersebut, dari segi produk adalah jenis produk olahan makanannya tidak bisa bertahan lama. Selain itu pada saat awal-awal berdiri, varian produk yang dijual masih belum beragam sehingga konsumen cenderung bosan dengan produk yang ditawarkan. Selain itu pemilik juga masih belum menemukan jenis produk lain yang rasanya sesuai dengan lidah konsumen sehingga hal tersebut menyebabkan minat beli konsumen terhadap produk dari Rumah Makan Bu Lis masih rendah.

Kendala dari segi harga pada Rumah Makan Bu Lis yaitu mengenai perolehan bahan bakunya yang terkadang masih mengalami kesulitan seperti bahan baku untuk membuat makan jenis rawon yang

perolehan bahan bakunya lebih sulit dibandingkan dengan produk makanan jenis lain yang tidak menggunakan daging sapi, hal tersebut membuat harga bahan baku makanan jenis rawon mengalami kenaikan karena sulit didapat sehingga pemilik juga harus mengakali dengan dua cara pilihan yaitu mengurangi takaran daging sapi per porsi atau menaikkan harga jual agar tidak terjadi kerugian, dan hal tersebut tentu akan mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli Produk rawon di Rumah Makan Bu Lis.

Kendala dari segi tempat di lokasi Rumah Makan Bu Lis yaitu terdapat usaha kuliner yang menjual beberapa jenis produknya ada yang sama atau dapat dikatakan terdapat pesaing didekat lokasi Rumah Makan Bu Lis. Selain itu terkadang disaat ramai sebagai pembeli tidak mendapat tempat duduk, hal itu disebabkan karena kurang luasnya tempat usaha Rumah Makan tersebut yang berkapasitas sekitar untuk lima puluh orang pembeli.

Kendala dari segi promosi pada awal- awal berdirinya usaha Rumah Makan Bu Lis di Desa Pelandaan Kabupaten Tulungagung ini, pemilik mengaku bahwa masih mengalami kesulitan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat karena kebanyakan masyarakat masih ragu-ragu untuk membeli dan mereka cenderung lebih memilih membeli produk pada usaha yang sudah mereka kenal sebelumnya. Selain itu dulu pada awal usahanya cuma menggunakan jenis promosi mulut ke mulut sebagai cara pengenalan ke masyarakat

yang di mana promosi model ini memiliki kekurangan akan tetap juga memiliki kelebihan jika tidak terjadi adanya kesalahan pada usaha tersebut, karena jika ada kesalahan seperti rasa yang kurang enak maka akan cepat menyebar yang sangat berpengaruh terhadap bisnis kuliner tersebut.

Kendala dari segi Orang ataupun SDM yaitu menentukan struktur organisasi pada suatu bisnis maupun usaha. Dalam menentukan struktur organisasi tidaklah mudah pasti ada kendala yang terdapat pada karyawan ataupun SDM. kendala dari segi karyawan macam-macam, seperti tidak masuk kerja dikarenakan sakit ataupun hal lain yang tidak bisa ditinggal, terkadang juga ada yang beradu argumen dikarenakan salah satu karyawan tidak cocok dengan pendapat karyawan lainnya.

Kendala dari segi proses, proses yang dimaksud disini yaitu prosedur, mekanisme, dan alur yang diterapkan oleh usaha bisnis Rumah Makan Bu Lis untuk disajikan kepada konsumen. Dalam menerapkan strategi proses pihak Rumah Makan Bu Lis terkadang juga mengalami kendala. Kendala dari segi proses yaitu kesulitan mendapat bahan baku khususnya gas disaat mengalami kelangkaan yang begitu berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah usaha rumah makan tersebut.

Kendala dari segi bukti fisik meliputi menciptakan dan mengembangkan produk, memperhatikan tampilan pada tata ruang dan kenyamanan pada ruangan tersebut, dalam penataan ruang untuk kenyamanan konsumen juga tidak terlepas dari masalah ataupun kendala.

Kendala dari segi bukti fisik yaitu penataan kursi dan meja yang kurang maksimal dikarenakan menyebabkan pemborosan tempat, sehingga mempengaruhi kenyamanan konsumen.