

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jepara

Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan berdiri sejak tahun 1986, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang Rumah Makan Sea Food. Sebagai pendiri Rumah Makan Ibu Gipah adalah Ibu Hj. Sugipah Alm. Bersama H. Rajimin. Setelah meninggal digantikan oleh anak angkatnya Bapak Edi Supriyanto dan Ibu Marini.

Sebelumnya, Ibu Hj. Sugipah hanya berjualan makan untuk para pegawai bangunan proyek udang PT.SUMBER KENCANA, lama kelamaan semakin besar. Dan hanya berjualan nasi lodeh. Lalu pada suatu hari ada wisatawan etnis China yang berwisata disekitar warung Ibu Gipah. Dan dibakarkanlah Ikan Bakar. Lalu wisatawan itu kembali membawa keluarganya. Sehingga timbul ide untuk membuka rumah makan Seafood. Mulanya menu yang disediakan hanya ikan bakar saja, lalu lama kelamaan mulai banyak variasi menu.

Banyak *buyer* yang datang dari berbagai kota seperti Semarang, Jogja, Jakarta, dll. ke Kota Jepara sebagai konsumen yang berminat dan tertarik untuk menikmati Ikan Bakar Ibu Gipah, atau sekedar berwisata di sekitar Pantai, yang memanfaatkan Rm. Ibu Gipah sebagai tempat transit. Banyaknya wisatawan yang tertarik dengan menu yang disediakan. Membawa ide untuk mengembangkan bisnis ini.

Karena masih sedikitnya Rumah makan Seafood di daerah Bandengan, maka menjadi peluang yang menjajikan, mengingat lokasi Rumah Makan yang sangat setrategis. Yakni tepat di pinggir Pantai. Oleh karena itu Ibu Hj. Sugipah, dengan Rumah Makannya berusaha dan berupaya memenuhi apa yang dikehendaki pasar serta menunjukkan eksistensi sebagai salah satu perusahaan yang mempunyai andil dalam perkembangan Rumah makan di Obyek Wisata Pantai Tirta Samudra Bandengan Jepara.

Bapak Edi Supriyanto sebagai pemilik perusahaan berharap agar Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah tetap eksis dikancah industri Rumah Makan, karena dengan demikian perusahaan dapat berperan serta ikut membantu stabilitas ekonomi nasional.

Record dari Bapak Edi Supriyanto dalam wawancara record3017031100678:

“Dahulu, Mbah saya yang bernama mbah Senirah mulanya hanya sebagai buruh sawah disini, lalu lama kelamaan tanah ini di bangun menjadi tempat transit berupa gubuk. Hingga dibuat jualan anaknya ketika proyek udang dibangun disekitar pantai. Semakin berkembang berkembang, hingga sekarang”

4.1.2. Lokasi Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jepara

Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah berkedudukan di Bandengan, Kec. Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59432. bangunan yang digunakan sebagai kegiatan administratif, manajerial sekaligus sebagai tempat untuk melakukan proses produksi dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap di pasarkan atau dikirim kepada pelanggan. Lokasi tempatnya tersendiri berada di dekat tempat wisata Pantai Tirta Samudra Bandengan Jepara. Bila dari arah Kota , sebelum pintu masuk ada papan nama , lalu belok kanan, lurus, tempatnya berada di pojok

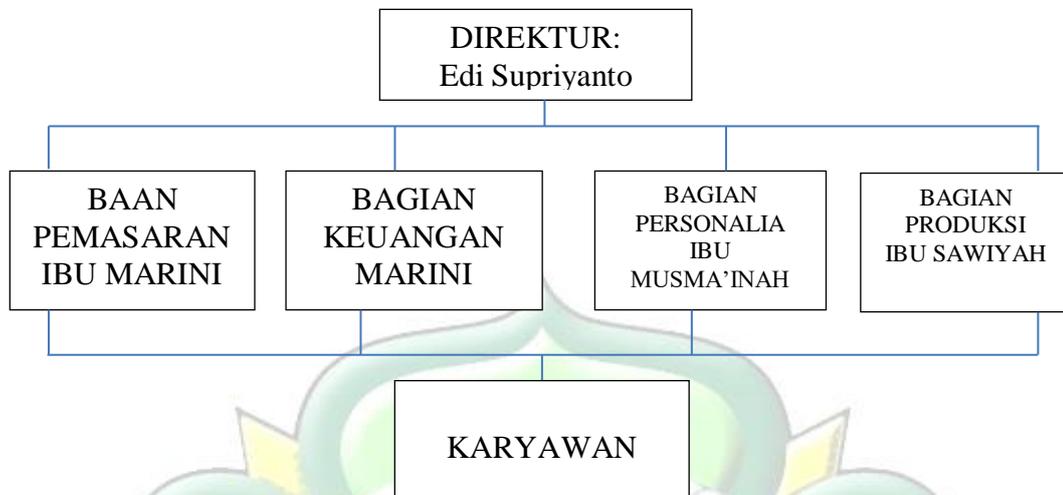
dekat Bangunan Proyek udang PT.SUMBER KENCANA (yang kini sudah bangkrut).

4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah

Agar tercapai manajemen yang teratur dan untuk mencapai tujuan yang diharapkan perlu adanya struktur organisasi yang tepat dan mampu menetapkan koordinasi yang teratur sesuai dengan urutan dan tanggung jawab. Struktur organisasi suatu perusahaan adalah kerangka yang menunjukkan tugas, wewenang dan tanggung jawab antar masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi tersebut. Masing-masing perusahaan mempunyai perbedaan dalam menentukan struktur organisasi yang digunakan.

Pemilihan struktur organisasi haruslah disesuaikan dengan kondisi kebutuhan maupun luasnya ruang lingkup dari kegiatan usaha yang dijalankan suatu perusahaan. Namun yang menjadi tujuan pemilihan bentuk atau struktur organisasi yang akan diterapkan pada prinsipnya tidak lain adalah agar dapat menunjang kegiatan usaha dan suksesnya perusahaan secara keseluruhan.

Struktur organisasi yang diterapkan pada perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah adalah struktur organisasi garis lurus yaitu suatu kerangka yang didasarkan pada wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam organisasi. Adapun struktur organisasi adalah sebagai berikut :



Gambar 4. 1.
Struktur Organisasi Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah
Sumber : Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah 2017.

Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut :

a. Direktur

1. Bertanggung jawab akan kelangsungan perusahaan baik secara material maupun spritualnya.
2. Mengatur dan mengawasi jalannya perusahaan secara umum terutama kegiatan operasional perusahaan.
3. Membuat kebijakan yang bersifat taktis dan strategis dan usaha untuk memperbesar pasar.
4. Mengangkat dan memberhentikan pegawai.
5. Mendelegasikan tugas kepada kepala bagian masing-masing sesuai bidangnya.
6. Mengadakan hubungan dengan pihak luar.

b. Bagian Pemasaran

1. Fungsi kehumasan dan *legal officer*.
 2. Bertugas melakukan semua kegiatan yang potensial berhubungan dengan pemasaran dan relasi pesanan.
 3. *Costumer Service* secara umum.
 4. Laporan *Progress* dan *Acomplishment* untuk setiap pembelian baik kepada manajer maupun kepada pembeli.
 5. Bertanggung jawab atas hasil produksi
- c. Bagian Produksi
1. Menangani masalah administratif barang baik inventaris perusahaan maupun alat produksi.
 2. Melaksanakan dan mengatur pengerjaan pesanan sesuai dengan prioritas di jadwal yang sudah ditentukan.
 3. Mengkoordinasikan supervisor untuk tugas-tugas harian.
 4. Melaksanakan pengadaan barang untuk kebutuhan yang berkaitan dengan kebutuhan produksi.
 5. Pemeliharaan dan perbaikan barang atau alat-alat yang dibutuhkan untuk produksi.
 6. Melaksanakan pengadaan bahan baku sesuai dengan pesanan.
 7. Koordinasi dengan *marketing* untuk skala prioritas pemenuhan pesanan dan jadwal yang sudah disusun.
 8. Bertanggung jawab atas keakuratan kualitas proses produksi
- d. Bagian Keuangan

1. Mengelola keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kebijaksanaan yang telah ditetapkan.
 2. Mengontrol serta menghitung hasil biaya produksi setiap hari.
 3. Menangani penggajian karyawan.
 4. Menyusun laporan keuangan baik harian, mingguan, bulanan dan Bandengan.
- e. Bagian Personalia
1. Melaksanakan fungsi administratif terhadap semua karyawan menyangkut peraturan dan tata tertib.
 2. Melakukan pengawasan terhadap pekerja dan mutu hasil kerja harian.
 3. Membuat laporan prestasi mingguan atau bulanan atas kinerja masing-masing pekerja harian.

4.1.4. Jenis- Jenis Produk Yang Diproduksi

Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah ini bergerak di bidang industri Rumah Makan yang menspesifikasikan produknya pada Seafood. Dengan menghasilkan produk – produk berupa makanan yang berbahan dasar hasil laut seperti Ikan, cumi, kerang, kepiting, udang dll.

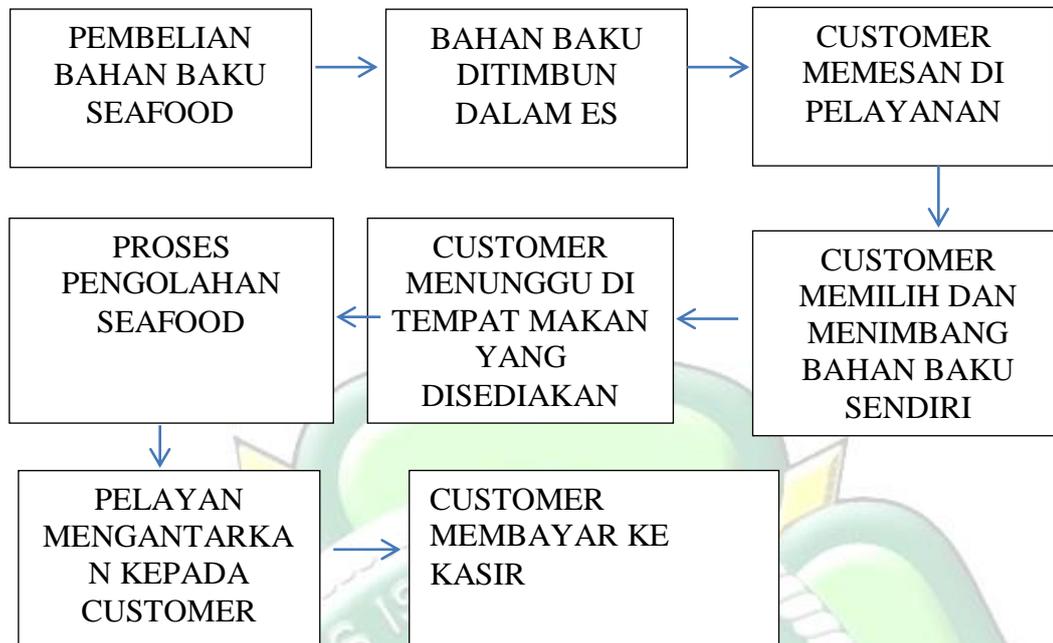
Selain produk produk tersebut diatas, Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah juga melayani permintaan para pelanggannya untuk membuat masakan sesuai dengan keinginan si pembeli, dengan ketentuan dan kesanggupan dari pihak produksi.

4.1.5. Proses Produksi

Dalam melakukan proses produksi, Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah melayani pesanan order yang semuanya sesuai dengan permintaan dari *customer*.

Adapun proses produksi yang dilakukan oleh Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan pra proses produksi yaitu pembelian bahan baku seperti ikan, udang, kepiting cumi dll. dengan standar kualitas dan ukuran sesuai dengan permintaan *customer*.
- b. bahan baku seperti ikan, udang, kepiting cumi dll lalu disimpan dan ditimbun dalam es , untuk menjaga kesegaran bahan baku. Perusahaan lebih memilih menimbun, daripada memesan sedikit sedikit. Karena hal ini berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan, akan lebih hemat.
- c. Proses produksi yaitu Customer memilih bahan baku ke dapur sesuai keinginan.
- d. Setelah itu Bahan ditimbang sesuai pesanan oleh bagian dapur.
- e. Proses selanjutnya adalah proses pemasakan. (untuk menu bakar, akan memasuki tahap pembakaran di tempat khusus).
- f. Proses ini merupakan proses akhir produksi sebelum proses penyajian, dan lalu diantarkan ke Customer.



Gambar 4. 2. Proses Operasional

4.1.6. Pemasaran

Pemasaran sangatlah penting, hal ini dikarenakan pemasaran merupakan alat untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada konsumen. Peranan pemasaran dalam hal ini akan sangat menentukan sekali maju atau mundurnya perusahaan serta akan berpengaruh besar terhadap keuntungan yang akan diraih oleh perusahaan tersebut.

Pemasaran yang dilakukan Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah Awalnya hanya melalui pemasaran dari mulut kemulut. Karena umur perusahaan yang semakin matang. Kini perusahaan semakin dikenal. Baik di lingkungan Jepara ataupun luar jepara.

Kata Edi Supriyanto, Pemilik Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah

“Banyaknya tokoh yang mampir di Rumah makan ini, menjadi daya tarik tersendiri. Beberapa tokoh tokoh yang pernah mampir di Rumah makan ini adalah Tim Pemain sinetron Misteri Gunung Merapi, Penyanyi Setia Band Charlie Van Houten, Artis Happy Shalma, Pemain Timnas Sepak Bola

Senior Gunawan Dwi Cahyo, Bupati Jepara, pemain Klub Sepak Bola PERSIJAP Jepara juga banyak yang menjadikan Rumah makan Ibu Gipah sebagai langganannya”.

Personal promotion, Pengadaan Banner, papan petunjuk di pinggir jalan, merupakan usaha untuk memasarkan Produk agar lebih dikenal, disamping citra Merk dan kualitas produk yang dimiliki juga bagus. Dari citra produk yang dimiliki, banyak yang meliput rumah makan ini baik di media sosial maupun media berita. Diantara situs yang meliput rumah makan ibu gipah adalah:

1. <http://lifestyle.kontan.co.id/news/kedai-mak-gipah-bagi-penggemar-ikan-bakar-sejati/29/02/2016/>
2. <http://www.kulinerplus.com/view/24164/ikan-bakar-'bu-gipah'>,
3. <https://id.foursquare.com/v/ikan-bakar-bu-gipah/4c8c6de4f0ce236a1c8118ef>
4. <http://style.tribunnews.com/2016/12/27/buset-makan-ikan-bakar-di-pantai-bandengan-jepara-habis-rp-2-juta>

Daerah pemasaran Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah meliputi wilayah domestik di Bandengan, Jepara serta menjadi destinasi Rumah makan bagi Wisatawan, khususnya Pulau Jawa.

4.2. Analisis Data Pembahasan

4.2.1. Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

a. Faktor Produk.

Pesatnya perkembangan industry di Jepara menunjukkan persaingan ekonomi yang dianggap cukup kuat berpengaruh pada Rumah Makan Ibu Gipah, karena dengan banyak berkembang industri di Jepara akan semakin mengurangi

pangsa pasar. Hal ini dapat menyebabkan penurunan nilai atas barang yang ditawarkan kepada konsumen.

Dari segi Produk, rumah makan Ibu Gipah mengusung tema Seafood tradisional. Sehingga disamping membawa kelebihan, rumah makan Ibu Gipah juga memiliki ancaman dari banyaknya Rumah makan Modern yang mulai tumbuh di Jepara, khususnya pantai Bandengan. Banyaknya hotel dan home stay yang kini bermunculan di Bandengan, membawa efek yang cukup besar bagi rumah makan Ibu Gipah. Sebab sebagian besar mereka juga menyediakan menu menu Seafood, yang disajikan dengan gaya yang lebih modern. Tentunya ini menjadi poin minus bagi rumah makan Ibu Gipah yang tidak memiliki Chef yang tersertifikasi, maupun standar masakan ala Restaurant Modern. Tetapi disisi lain, rumah makan Ibu Gipah memiliki umur yang cukup tua, yakni hampir 30 tahun (kata Edi, pemilik sekarang), untuk standar masakan Seafood tradisional, rumah makan ini berani unggul di kelasnya. Banyaknya pelanggan pelanggan yang datang dari luar kota, juga menjadi bukti bahwa, masakan Seafood tradisional Rumah Makan Ibu Gipah memiliki penggemar tersendiri. wawancara dengan Bapak Edi , tanggal 07 September 2017, Bandengan

“langganan kami ada banyak, orang Bule, China, Korea, orang orang dari dinas dan banyak yang dari luar kota, jauh jauh, hanya untuk menikmati hidangan disini”.

Untuk itu, ini menjadi nilai plus, prospek bisnis Rumah Makan ini, jika ingin dikembangkan. Dengan umur yang sudah lama, rumah makan Ibu Gipah memiliki keunggulan tersendiri dalam hal rahasia resep. Tentunya akan menguatkan posisinya bagi pendatang pendatang baru yang ingin mengusung tema Tradisional.

b. Faktor Harga

Faktor ini merupakan peluang bagi Rumah Makan Ibu Gipah, karena dibanding dengan rumah makan Seafood Modern, tentunya rumah makan Ibu Gipah lebih unggul. Tak Cuma itu, harga di rumah makan Ibu Gipah juga berani bersaing di kelas Tradisional. Bila disekitar Bandengan sendiri, rumah makan Ibu Gipah berani bersaing, sebab, untuk membeli Seafood disini, customer tak harus masuk ke kawasan Pariwisata yang tentunya memerlukan biaya masuk obyek Wisata Pantai Tirta Samudera Bandengan Jepara. Harga yang ditawarkan adalah harga standar rumah makan di Jepara (yang dekat obyek wisata).

“untuk harga , disini masih termasuk terjangkau mas. Dibanding dengan yang ada di pante (istilah untuk, kawasan pariwisata Bandengan, lalu menyebutkan merk) , apalagi kalau sampean (anda) membeli di restoran restoran modern (menyebut merk) di sekitar sini”
(Edi supriyanto, 7 September 2017, Bandengan).

Untuk harga Rumah makan Ibu Gipah berani bersaing, karena sudah memiliki Suplier yang telah bekerjasama sejak lama.

Wawancara dengan Bapak Edy Supriyanto:

“Dari survei saya, rumah makan Seafood tradisional yang lebih terjangkau dari harga sini adalah yang ada di kawasan pantai wisata Empurancak, Mlonggo, Jepara” (Edi Supriyanto)

Untuk harga rumah makan seafood memang berani bersaing. Tetapi masih tergolong harga tinggi jika dibandingkan dengan rumah makan untuk kelas menengah kebawah. Sehingga cukup berat bila Rumah makan Ibu Gipah merambah ke segmen menengah kebawah. Mengingat tingginya biaya untuk karyawan, pajak lokasi, dan bahan baku”.

c. Faktor Tempat

Tempat menjadi variabel paling berpengaruh dalam perkembangan bisnis ini, sebab menurut pemilik usaha, dulu, pernah membuat cabang di sekitar tempat wisata Pantai Mororejo (Pungkruk) Jepara. Dengan konsep sama, menu sama, dan

hasilnya tidak sepesat di Bandengan, bahkan cabang tersebut kini sudah gulung tikar. Lokasi Rumah Makan Ibu Gipah terbilang sangat strategis. Berada di kawasan obyek wisata pantai yang paling ramai di Jepara, tetapi letaknya tidak berada di kawasan pariwisata (yang harus bayar untuk masuk). Sehingga orang lebih memilih untuk menikmati Seafood di rumah makan Ibu Gipah. Tempatnya tersendiri tidak ditengah tengah hiruk pikuk wisatawan, tetapi berada di pojok, sehingga terkesan privat, dan orang yang datang kesini adalah untuk menikmati menu Seafood maupun tempat transit alternatif saat berwisata di Bandengan. Tempat yang strategis didukung oleh fasilitas fasilitas seperti tempat bilas (bagi yang ingin mandi laut sekitar rumah makan), meeting room, gasebo gasebo lesehan, parkir luas, penyewaan perahu, toko kecil, toilet, dan tempat ibadah. Posisi tepat di bibir pantai, dengan layout yang berupa gazebo gubuk gubuk menggunakan alang alang menambah nilai estetika bagi konsep tradisional yang diusung. Wawancara dengan pemilik Perusahaan Bapak Edi Supriyanto:

“dahulu saat bupatinya pak Hendro martojo, beliau sering ke sini, dan bilang, enggak perlu dibangun mewah mewah, cukup seperti ini, biarkan konsepnya tradisional”.

Saluran distribusi langsung ke konsumen yang dimiliki oleh Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah sangat menguntungkan, karena perusahaan telah memiliki beberapa jaringan *buyer* di luar Kota menjadikan perusahaan tidak terlalu khawatir kehilangan pelanggan-pelanggannya. Hal ini tentu saja diimbangi dengan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen sehingga Rumah Makan Ibu Gipah dapat mempunyai peluang untuk mendapatkan konsumen baru tanpa perantara.

d. Faktor Promosi.

Saluran distribusi langsung ke konsumen yang dimiliki oleh Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah sangat menguntungkan, karena perusahaan telah memiliki beberapa jaringan *buyer* di luar Kota menjadikan perusahaan tidak terlalu khawatir kehilangan pelanggan-pelanggannya. Hal ini tentu saja diimbangi dengan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen sehingga Rumah Makan Ibu Gipah dapat mempunyai peluang untuk mendapatkan konsumen baru tanpa perantara.

Secara garis besar loyalitas pelanggan terhadap Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah cukup baik. Ini dibuktikan dengan adanya konsistensi dan intensitas permintaan yang stabil dari tahun ke tahun. Sehingga Rumah Makan Ibu Gipah masih mempunyai peluang untuk melakukan perdagangan paling tidak dengan para pelanggan lama.

Tetapi disisi lain, rumah makan Ibu Gipah belum bisa memaksimalkan media masa dan media sosial untuk mempromosikan usahanya.

“sejak dulu, kita tidak pernah promosi secara nyata, sejak berdiri kekuatan kami hanya dari mulut ke mulut para pelanggan kami. Semakin menyebar dan menyebar. Pegawai pegawai kami kebanyakan orang-orang lama yang tak mengenal media sosial sebagai media promosi, sehingga kalau dibilang promosi kami ya dengan menguatkan citra merek itu tadi”
(Edi Supriyanto, 7 september 2017, Bandengan).

4.2.2. Analisis Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

a. Faktor Produk.

Saluran distribusi langsung ke konsumen yang dimiliki oleh Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah sangat menguntungkan, karena perusahaan telah memiliki beberapa jaringan *buyer* di luar Kota menjadikan perusahaan tidak

terlalu khawatir kehilangan pelanggan-pelanggannya. Hal ini tentu saja diimbangi dengan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen sehingga Rumah Makan Ibu Gipah dapat mempunyai peluang untuk mendapatkan konsumen baru tanpa perantara.

Disisi lain, Jepara sebagai kota yang memiliki banyak pantai, memungkinkan untuk mudah menemukan sumber daya yang ada, untuk menyulai bahan baku. Jadi Rumah Makan Ibu Gipah tak perlu takut kekurangan bahan baku Produknya. Untuk mengatasi Kelangkaan saat musim badai, Perusahaan memilih untuk menimbun bahan baku dalam es untuk spekulasi.

b. Faktor Harga

Sering kali para pesaing menawarkan iming-iming kepada konsumen tentang harga produk yang lebih murah, karena kemampuan pasar sekarang kurang maksimal. dengan cepat menyesuaikan kemampuan pasar yaitudengan melakukan penyesuaian harga produk dengan kemampuan daya beli pasar serta tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan, sehingga Rumah Makan Ibu Gipah mempunyai kekuatan untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Rumah Makan Ibu Gipah tetap dapat menjaga stabilitas pangsa pasaryang dimiliki, karena pelanggan masih menjadi bagian dari konsumen yang loyal kepada perusahaan. Ini dibuktikan dengan adanya permintaan produk yang stabil kepada Rumah Makan Ibu Gipah. Perusahaan tidak perlu khawatir dengan keadaan pesaingyang mempunyai kegiatan promosi dengan menawarkan harga rendah.

Tingkat kesehatan perusahaan yang baik ditunjukkan dengan Rumah Makan Ibu Gipah dikelola dengan baik, tidak bermasalah, dapat memperoleh laba dan

likuiditas yang baik. Penilaian ini didasarkan atas data dari bagian keuangan Rumah Makan Ibu Gipah yang menunjukkan jumlah modal yang dimiliki cukup kuat artinya dapat untuk mencukupi operasional perusahaan, dapat menghasilkan laba yang cukup tinggi, manajemen sesuai dengan keahliannya serta kemampuan likuiditas perusahaan yang tinggi karena Rumah Makan Ibu Gipah mempunyai aktiva yang produktif.

Selalu transparan dalam manajemen pelaporan keuangan, tidak ada pembukuan ganda untuk menyembunyikan keuangan dan untuk keperluan negatif lainnya. Ini menunjukkan tingkat profesionalitas manajemen Rumah Makan Ibu Gipah yang baik.

Disisi lain, perusahaan memiliki ancaman dengan semakin berkembangnya perekonomian di sekitar Obyek Wisata Bandengan. Contohnya: semakin banyaknya Hotel hotel dan Homestay yang kini mulai bermunculan. Membawa dampak semakin beralihnya calon customer untuk memilih tempat yang lebih Modern dan terstandarisasi. Tema Tradisional yang diusung oleh Rumah makan Ibu Gipah, tentu saja akan semakin terkikis apabila tidak ada Inovasi untuk menyesuaikan perkembangan zaman. Untuk itu, harga menjadi hal yang harus difikirkan matang matang oleh Manajer.

c. Faktor Tempat

Dari segi pemerintah, memiliki andil yang sangat besar tentang lokasi Rumah makan Ibu Gipah sendiri. Dengan pembangunan pembangunan di Obyek wisata, tentu akan menambah jumlah pengunjung. Yang membawa dampak positif untuk perkembangan rumah makan Ibu Gipah sendiri. Walaupun secara Internal,

perusahaan memiliki keunggulan faktor Place (tempat) Dari segi eksternal, perusahaan Rumah makan Ibu Gipah memiliki beberapa ancaman yang datang dari Masyarakat sekitar. Karena hal ini berkaitan dengan hak milik tanah yang sering ditanyakan oleh warga sekitar.

“ disini status tempat kami memang cukup riskan, karena belum berstatus hak milik. Melainkan tanah milik negara. Dan kami hanya membayar pajaknya. Sewaktu waktu bila tak ada proteksi dari pemerintah bisa bisa digusur paksa warga. Bukti nyata besarnya andil warga bagi akses ke rumah makan Ibu Gipah adalah dibangunnya pintu masuk, dan kini mulai ditarik biaya (walau tak semahal pintu utama obyek wisata).”

(Edi Supriyanto, Bandengan)

d. Faktor Promosi.

Strategi baru pesaing memiliki pengaruh negatif bagi Rumah Makan Ibu Gipah. Hal ini merupakan ancaman. Strategi yang dilakukan parapesaing cukup bervariasi macamnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan Rumah Makan yang mulai hadir di lingkungan Wisata Pantai Bandengan. Ditambah banyaknya Hotel hotel dan Home stay yang tentunya juga menawarkan Seafood yang lebih modern daripada Rumah Makan Ibu Gipah yang mengusung tema Tradisional. Rumah Makan Ibu Gipah harus dapat mengantisipasi atas ancaman yang terjadi dari para pesaing dengan cara strategi harga.

Perkembangan ekonomi yang pesat menuntut Rumah Makan Ibu Gipah untuk mampu mengenalkan produknya pada calon Customer . Apabila hal ini tak terpenuhi, Customer yang belum pernah mengunjungi Rumah makan Ibu Gipah, tentu akan memilih Rumah makan yang sudah menerapkan promosi sesuai perkembangan yang ada.

Dengan perbandingan yang dilakukan dengan keadaan normal dalam bidang organisasi perusahaan di industri peran, maka diperoleh analisis sebagai berikut.

1. Perusahaan harus bisa memantau pasar. Khususnya tingkat harga yang kini sudah berkembang. Mulai dari rumah makan yang mengusung tema Modern maupun Tradisional.
2. Perusahaan harus mampu mengurus tentang hak milik perusahaan kepada Pemerintah. Untuk menguatkan posisinya sebagai pemilik lokasi tersebut. Karena lokasi Rumah Makan adalah Variabel paling besar andilnya bagi perkembangan Rumah Makan Ibu Gipah.
3. Mulai melakukan Promosi di media Masa maupun Media Sosial, untuk memperkenalkan Rumah makan Ibu Gipah kepada Calon Customer.

4.3. Analisis Keabsahan Data

Berikut analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti berdasarkan data yang sudah didapatkan peneliti. Baik Melalui Data Primer Sekunder dan wawancara yang sudah didapatkan dari para informan dan Tim Ahli

Tabel 4. 1.
Analisis Matrik SWOT

Matrik SWOT Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jepara	STRENGTHS (S) Chef yang berpengalaman Menu memiliki penggemar tersendiri Bagi kelas Menengah Keatas, harga berani bersaing. Strategis dekat bibir pantai obyek wisata Pantai Bandengan	WEAKNESS (W) Chef belum tersertifikasi Menu masih Tradisional Bagi kelas Menengah kebawah harga mahal Masih mengandalkan Personal promotion, belum ada promosi di media

<p>OPPORTUNITIES (O) Distribusi bahan baku mudah Kepercayaan Pelanggan tinggi Tingkat Kesehatan Perusahaan</p>	<p>STRATEGI SO Menciptakan varian Produk Baru Memperluas Jaringan Pelanggan Memantau perkembangan Harga di pasar Memperkaya fasilitas</p>	<p>STRATEGI WO Mengadakan Pelatihan untuk Chef Mempertahankan menu Tradisional yang menjadi ciri khas Menciptakan menu yang sesuai dengan kelas menengah kebawah Mengadakan promosi di media</p>
<p>THREATS (T) Perkembangan Ekonomi sekitar obyek wisata Warga Sekitar Strategi pesaing Kebijakan Pemerintah</p>	<p>STRATEGI ST Mempertahankan Chef yang sudah memiliki pengalaman Mengadakan komunikasi dengan warga sekitar Memastikan peraturan pemerintah, tentang kepemilikan lahan Membangun fasilitas yang menjadi ciri khas perusahaan</p>	<p>STRATEGI WT Mengadakan pelatihan untuk Chef Membuat varian menu untuk menengah ke bawah Mulai menggunakan media sebagai wahana Promosi Membangun hubungan baik dengan warga sekitar</p>

Sumber : Di olah oleh Penulis, 2017

Dalam tabel analisis Matrik SWOT di atas menjelaskan beberapa hasil strategi yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dalam Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jepara diantaranya :

1. Kekuatan

Ada beberapa kekuatan yang dimiliki rumah Makan Ibu Gipah diantaranya :

- a. Chef yang berpengalaman
- b. Menu memiliki penggemar tersendiri
- c. Bagi kelas Menengah Keatas, harga berani bersaing.
- d. Strategis dekat bibir pantai obyek wisata Pantai Bandengan

2. Kelemahan

Berikut adalah Peluang yang dimiliki rumah Makan Ibu Gipah diantaranya :

- a. Chef belum tersertifikasi
- b. Menu masih Tradisional
- c. Bagi kelas Menengah kebawah harga mahal
- d. Masih mengandalkan Personal promotion, belum ada promosi di media

3. Peluang (opportunities)

Berikut adalah Peluang yang dimiliki rumah Makan Ibu Gipah diantaranya :

- a. Distribusi bahan baku mudah
- b. 2.. Kepercayaan Pelanggan tinggi
- a. Tingkat Kesehatan Perusahaan

4. Ancaman

Berikut adalah ancaman yang dimiliki rumah Makan Ibu Gipah diantaranya:

- a. Perkembangan Ekonomi sekitar obyek wisata
- b. Warga Sekitar
- c. Strategi pesaing
- d. kebijakan Pemerintah

Dari hasil Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman yang sudah didapatkan peneliti peneliti mencoba menggabungkan dan mencari solusi yang tepat dari keempat factor yang didapatkan melalui Matrik SWOT diantaranya adalah

1. Strategi SO:

- a) Menciptakan varian Produk Baru
- b) Memperluas Jaringan Pelanggan

- c) Memantau perkembangan Harga di pasar
- d) Memperkaya fasilitas

2. Strategi WO:

- a) Mengadakan Pelatihan untuk Chef
- b) Mempertahankan menu Tradisional yang menjadi ciri khas
- c) Menciptakan menu yang sesuai dengan kelas menengah kebawah
- d) Mengadakan promosi di media

3. Strategi ST:

- a) Mempertahankan Chef yang sudah memiliki pengalaman
- b) Mengadakan komunikasi dengan warga sekitar
- c) Memastikan peraturan pemerintah, tentang kepemilikan lahan
- d) Membangun fasilitas yang menjadi ciri khas perusahaan

4. Strategi WT:

- a) mengadakan pelatihan untuk Chef
- b) membuat varian menu untuk menengah ke bawah
- c) mulai menggunakan media sebagai wahana Promosi
- d) membangun hubungan baik dengan warga sekitar

Analisis Kekuatan/*Strenght*, Kelemahan/*Weakness*, Peluang /*Opportunity* dan Ancaman/*Treath* (SWOT) dengan langkah-langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut di bawah ini :

Penentuan faktor strategi internal dan eksternal melalui pembobotan yang ditentukan berdasarkan urutan pengaruh indikator terhadap strategi perusahaan

dengan nilai total indikator sebesar 1,0 dan rating yang ditentukan berdasarkan efektifitas strategi perusahaan setiap variabel indikator antara 1 sampai 5.

Setelah dilakukan analisis data yang telah diuraikan dalam penyajian data diatas maka dilakukan pembobotan dan *skoring* atas faktor- faktor strategis eksternal dan internal Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah tersebut yang akan dijadikan pembanding untuk mengetahui posisi perusahaan sehingga dapat ditentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan.

Besarnya nilai pembobotan dan *skoring* didasarkan atas besarnya pengaruh dan kontribusi masing masing faktor strategis terhadap penetapan strategi pemasaran perusahaan. Nilai pembobotan dan *skoring* atas faktor- faktor strategi eksternal dan internal Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah dapat dilihat dalam tabel berikut ini. Skoring ini dilakukan berdasarkan Telaah Literatur dari buku yang Penelit sandingkan dengan data kuisisioner. Nilai pembobotan dan *skoring* atas faktor- faktor strategi eksternal Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah dapat dilihat dalam Tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4. 2.
Tabel IFASPerusahaan Rumah Makan Ibu Gipah

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (S)				
1.	Chef yang berpengalaman	0,10	4,0	0,40
2.	Menu yang memiliki penggemar sendiri	0,05	3,0	0,15
3.	Bagi kelas menengah keatas, harga berani bersaing	0,15	3,0	0,45
4.	Lokasi Strategis, dekat bibir pantai	0,30	5,0	1,5
Jumlah		0,60		2,5
Kelemahan (W)				
1.	Chef belum tersertifikasi	0,07	3,0	0,21
2.	Menu masih Tradisional	0,03	2,0	0,06
3.	Bagi kelas menengah kebawah, harga mahal	0,10	4,0	0,4
4.	Masih mengandalkan personal Promotion. Belum ada Promosi di media	0,20	5,0	1
Jumlah		0,40		1,67
Total Jumlah		1,0		4,17

Nilai pembobotan dan *skoring* atas faktor-faktor strategi internal Rumah Makan Ibu Gipah dapat dilihat dalam Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4. 3.
Faktor Strategi Internal Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang (O)				
1.	Distribusi bahan baku mudah	0,10	2	0,2
2.	Kepercayaan Pelanggan tinggi	0,25	4	1
3.	Tingkat Kesehatan Perusahaan	0,20	2	0,40
Jumlah		0,55		1,60
Ancaman (T)				
1.	Perkembangan Ekonomi sekitar Obyek wisata	0,05	4	0,20
2.	Warga sekitar	0,05	2	0,10
3.	Strategi pesaing	0,25	3	0,75
4.	Kebijakan Pemerintah	0,10	4	0,40
Jumlah		0,45		1,45
Total Jumlah		1,0		3,05

Dari analisis ancaman dan peluang lingkungan (*Environmental Threat and Opportunity Profile*) Rumah Makan Ibu Gipah mempunyai potensi ancaman yang tidak dapat diremehkan dari lingkungan eksternal. Ini disebabkan adanya pengaruh pertumbuhan peran yang dapat mengurangi pangsa pasar, pola pikir modernisasi masyarakat Jepara yang menyebabkan beralihnya pelanggan, terhambatnya pasokan bahan baku serta ancaman strategi para pesaing. Tetapi perusahaan masih mempunyai peluang karena loyalitas pelanggan masih tinggi dan perusahaan mempunyai jaringan distribusi yang kuat. Dari analisis keunggulan strategis perusahaan (*Strategic Advantage Profile*) perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah juga mempunyai kekuatan yang strategis dimana perusahaan mempunyai struktur permodalan yang cukup stabil, efisiensi dan pengawasan produksi yang cukup tinggi serta ketrampilan manajerial perusahaan yang handal meskipun perusahaan lamban dalam penyesuaian pasar.

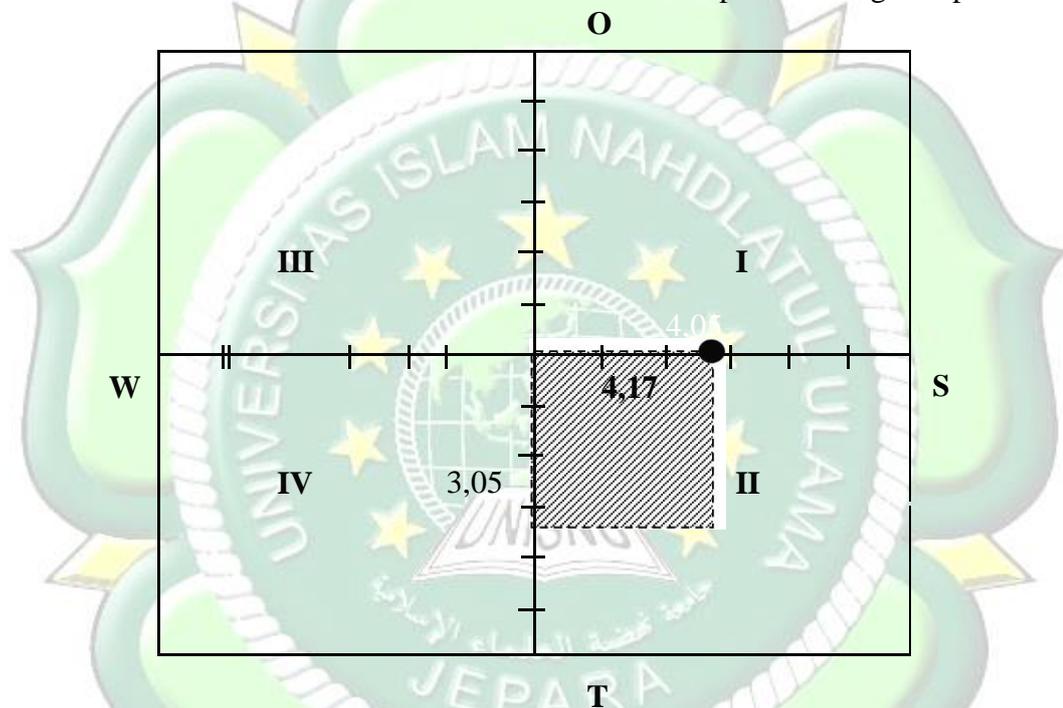
4.3.1. Perbandingan skor antara faktor internal dan eksternal.

Dengan membandingkan skor antara faktor internal dan eksternal dapat diketahui nilai tertimbang yang digambarkan dalam diagram dengan posisi sebagai berikut :

Faktor eksternal : peluang dan ancaman : 3,05
 Faktor internal : kekuatan dan kelemahan : 4,17

Gambar 4. 3

Analisis SWOT Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jepara



Keterangan

a. Kuadran I :

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy)

b. Kuadran II :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

c. Kuadran III :

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Misalnya, Apple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industri microcomputer.

d. Kuadran IV :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Posisi Perusahaan Rumah Makan Ibu Gipah berdasarkan analisis SWOT terletak pada kuadran II yang mendukung strategi Difersifikasi untuk meningkatkan pangsa pasar. Perusahaan dapat menggunakan kekuatan-kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kesimpulan ini memberikan implikasi faktual bahwa kebijakan-kebijakan manajemen perusahaan perlu didukung program-program yang progresif. Perusahaan mempunyai prospek jangka panjang karena perusahaan mempunyai kekuatan-kekuatan internal dan peluang dalam lingkungan industri, dan

melakukan pertumbuhan untuk meningkatkan pangsa pasar meskipun harus mengorbankan keuntungan jangka pendek. Posisi yang dicapai perusahaan saat ini perlu dipertahankan dalam kancah persaingan industri peran karena perusahaan memiliki kekuatan internal dan mempunyai peluang yang potensial.

Perusahaan melakukan diversifikasi produk karena sebuah perusahaan mengdiversifikasikan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sudah percaya dengan sebuah produk tersebut dan untuk membandingkan hasil dari produk tersebut agar dapat lebih memperbaiki produk-produk sebelumnya supaya hasil produk tersebut lebih baik lagi, dan berusaha memasarkan produk yang sejenis dengan produk yang sebelumnya intinya memodifikasi produk awal agar lebih baik lagi.

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan. Dengan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja. Tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi). Karena jika salah satu jenis produknya tengah mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya.

Tabel 4. 4. Hasil EFAS DAN IFAS

EFAS/IFAS	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
PELUANG (O)	Strategi SO : $2,5+1,67= 4,17$	Strategi WO : $1,67+1,60= 3,27$
ANCAMAN (T)	Strategi ST : $2,5+1,45=3,95$	Strategi WT : $1,67+1,45= 3,12$

Dari data di atas Strategi yang paling cocok digunakan adalah strategi SO, dimana mendapat hasil tertinggi yaitu 4,17 dalam penelitiannya. Itu dikarenakan

kekuatan yang dimiliki Rumah Makan Ibu Gipah yang melimpah seperti Sumber Daya Manusia yang sudah terkelola menjadi nilai plus. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Faktor tempat yang sangat strategis, didukung dengan Chef yang sudah memiliki pengalaman, ditambah Rumah makan Ibu Gipah tidak khawatir akan kurangnya bahan baku. Hal ini sangat berdampak positif bagi kelangsungan Rumah makan Ibu Gipah.. Dengan demikian akan menciptakan Produk yang berkualitas tinggi sehingga mampu bersaing dengan produk dari Rumah Makan Seafood lain..

4.4. Strategi Pemasaran Rumah Makan Ibu Gipah

Pada pembahasanebelumnya tentang faktor-faktor internal dan eksternal, telah diketahui bagaimana keadaan Internal di Industri Kecil Menengah Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jepara dan bagaimana respon terhadap keadaan eksternal. Pada pembahasan kali ini, akan dirumuskan strategi pengembangan Rumah Makan Ibu Gipah Bandengan Jeparadi Kabupaten Jeparamelalui Matriks SWOT dan Analisis IFAS dan EFAS. Dalam Matriks SWOT ini, faktor-faktor kekuatan dan kelemahan diinteraksikan dengan faktor-faktor peluang dan ancaman. Berikut adalah hasil perumusan yang sudah peneliti analisis.

Dari hasil perumusan strategi Matriks SWOT di tabel 4.1, didapat 12 (dua belas) strategi dalam pemasaran rumah makan ibu gipah yang terdiri dari 4 (empat) strategi strategi *strengths-opportunities*, 4 (empat) strategi *weaknesses-*

opportunities, 3 (tiga) strategi *strengths-threats*, dan 1 (satu) strategi *weaknesses-threats*. Namun karena terdapat beberapa strategi yang berbeda jenis tapi substansinya sama dan saling berhubungan satu sama lain, Oleh karena itu strategi-strategi yang sama tersebut dapat diringkas lagi dan dijadikan satu. Hasil peringkasan tersebut ialah didapat 4 (empat) strategi sebagai berikut:

1. Menciptakan varian Produk Baru

Strategi ini merupakan salah satu strategi untuk mengatasi salah satu kekuatan yang dimiliki yaitu cita rasa dari rumah makan Ibu Gipah, tetapi walaupun begitu, masih terdapat kelas menengah kebawah yang belum tergarap. Untuk itu, Rumah Makan Ibu Gipah harus mampu menambah Varian menu, khususnya menu yang lebih terjangkau untuk kelas menengah ke bawah.

Pengembangan Produk (Product Development)

Meningkatkan penjualan dengan cara memperbaiki atau mengembangkan produk-produk yang sudah ada.

Strategi ini digunakan ketika :

- a. Memiliki produk-produk yang berhasil/sukses dan telah berada pada tahap jenuh (maturity stage).
- b. Pesaing menawarkan produk dengan kualitas lebih baik dan harga lebih murah.
- c. Perusahaan memiliki kemampuan riset dan pengembangan produk.
- d. Bersaing di industri yang sedang bertumbuh.

2. Meningkatkan promosi Produk

Mengenali pasar target :

Berfokus pada jenis-jenis pelanggan yang memiliki kemungkinan paling besar untuk membeli produk Berkomunikasi dengan calon pelanggan melalui telepon atau surat Menghubungi calon pelanggan : Menjadwalkan pertemuan dengan calon pelanggan, diusahakan yang berlokasi pada daerah sama dilakukan pada hari yang sama Melakukan presentasi penjualan : Mendemonstrasikan kegunaan dan manfaat produk secara live.

Menjawab berbagai macam pertanyaan :

Mempersiapkan diri menghadapi berbagai pertanyaan umum dan memperkenankan calon pelanggan melontarkan pertanyaan Mengakhiri penjualan : Mengakhiri penjualan setelah presentasi, mungkin dengan memberikan potongan harga jika pembelian dilakukan pada saat itu juga. Menindaklanjuti penjualan : Menghubungi pelanggan setelah membeli produk untuk memastikan kepuasannya Menghubungi para calon pelanggan yang waktu itu tidak berminat membeli produk untuk memastikan bila ingin mempertimbangkan kembali keputusannya.

Menindak lanjuti penjualan:

Mengelola Tenaga Penjualan Manager penjualan (sales manager) : seorang yang mengelola sekelompok perwakilan penjualan. Keahlian yang diperlukan bagi sales manager Pengetahuan tentang produk dan pesaingnya Memotivasi para tenaga penjualan (anak buah) dalam melakukan penjualan Mampu menyelesaikan keluhan pelanggan atas jasa yang diberikan para tenaga penjualan dan bila perlu memperingatkan anak buahnya. Mengevaluasi prospek jangka panjang bila perlu memperluas pasar geografis berdasarkan data dari para tenaga penjualan.

3. Mempertahankan Kualitas dan harga

Kualitas menjadi keunggulan yang dimiliki oleh Rumah Makan Ibu Gipah, dengan kualitas yang bagus akan menghasilkan kepuasan tersendiri baik oleh pembeli. Sedangkan diketahui produk Seafood di Bandengan kalah murah daripada di pantai wisata lain seperti pantai Empurancak, tapi masalah itu tidak begitu dipermasalahkan karena para pelanggan meyakini produk seafood Rumah Makan Ibu Gipah jauh lebih bagus kualitasnya dibandingkan dengan produk dari daerah lain maka dari itu perusahaan harus berani member harga yang lebih tinggi dari tempat lain.

4. Hubungan Masyarakat

Merujuk pada tindakan yang diambil dengan tujuan untuk menciptakan atau menjaga citra publik yang menguntungkan. Beberapa manfaat : Menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat umum dan calon pelanggan untuk meningkatkan citra produk atau perusahaan. Mengklarifikasi informasi sebagai tanggapan publisitas yang merugikan Memberikan informasi kepada publik mengenai perusahaan dan produk-produk nya Memberikan informasi lain pada publik untuk kepentingan perusahaan.

Beberapa strategi hubungan masyarakat :

Cara-acara khusus : Perusahaan mensponsori acara tertentu untuk mempromosikan produk/perusahaannya. Mengadakan acara tersendiri (misal : consumer gathering), Rilis berita, Pernyataan singkat mengenai sebuah perusahaan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada media, Menginformasikan produk/operasinya pada public, dan Mengklarifikasi informasi

sebagai tanggapan isu negatif yang merugikan reputasi perusahaan dengan Pernyataan lesan mengenai perusahaan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada media publik untuk meningkatkan citra perusahaan atau menghapus pengaruh buruk atas isu-isu negatif yang merugikan reputasi perusahaan.

Kualitas menjadi keunggulan yang dimiliki oleh Rumah Makan Ibu Gipah, dengan kualitas yang bagus akan menghasilkan kepuasan tersendiri baik untuk pembeliMemperluas Jaringan.

