

BAB IV

LAPORAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum WM Simpang Empat

Sejarah berdirinya Warung Makan Simpang Empat dahulu dimulai oleh Kakek dan Nenek pemilik selanjutnya yang merupakan Ayah dan Ibu dari Ibu Norma, pemilik WM Simpang Empat saat ini sekitar tahun 1900-an. Saat itu mereka belum menjual produk makanan khas Banjar berupa Ketupat Kandangan, Nasi Kuning, Nasi Sop, Soto, dan lainnya melainkan hanya menjual makanan dan minuman ringan seperti es teh, teh hangat, Wadai Untuk (kue bulat), dan sejenisnya saja. Barulah mulai tahun 2000-an dengan kegigihan Ibu Norma beliau mulai menjual makanan-makanan khas Urang Banjar dan dahulu warung makan tersebut dinamai dengan nama beliau sendiri yaitu Warung Makan Ibu Norma, setelah melewati beberapa proses pertimbangan barulah sekitar 5 tahun yang lalu nama warung makan tersebut diperbaharui menjadi Warung Makan Simpang Empat dan berdiri sampai sekarang. Dari kecil Ibu Norma telah membantu orang tuanya berjualan makanan ringan berupa macam-macam kue, seperti Wadai Untuk, Gumpal Pisang, dan kue sejenisnya di sekitar Jalan Prona I. Keahlian dalam memasak hidangan khas banjar didapatnya karena sering membantu ibunya menyiapkan masakan khas banjar untuk keluarga pribadinya. Pengalaman itu membuat beliau memformulasikan sendiri menu-menunya dengan bumbu yang khas, selanjutnya beliau melakukan uji coba berkali-kali sampai mendapatkan rasa yang benar-benar pas. Menu yang dihidangkan sejak dahulu sangat bervariasi, dari mulai Ayam Goreng, Pais Patin, Gangan Keladi, Haruan, Sayur Bening, Patin Bakar, Nasi Kuning, Ketupat Kandangan, Nasi Sop, Soto, dan Ayam Panggang. Saat ini menu yang dihidangkan sudah lebih sedikit dan simpel dengan hanya enam menu yang paling sering pelanggan pesan. Warung

Makan Simpang Empat sudah sangat dikenal di sekitar daerah Jl. Prona I Bumi Mas Raya.

2. Visi dan Misi

WM Simpang Empat menyadari bahwa kunci dari keberhasilan usahanya adalah sumber daya manusia yang memadai, melewati penciptaan produk dan kehandalan pelayanan yang dilakukan. Maka pengembangan SDM yang unggul dengan pemberdayaan karyawan sangat penting untuk mencapai suatu tujuan dalam mencapai keberhasilan.

Pemberdayaan karyawan merupakan bagian dari keseluruhan rencana seperti pemasaran, produksi dan keuangan untuk bisa mencapai peningkatan bisnis dalam meningkatkan kualitas manajemen kepedulian terhadap pelanggan dan peningkatan kualitas yang terus-menerus. Semua itu dapat dicapai apabila pimpinan dan karyawan mempunyai komitmen atau kesediaan untuk menjalankan visi dan misi WM Simpang Empat yaitu:

a. Visi

Menjadi bisnis warung makan yang maju, profesional dan berkembang.

b. Misi

- 1) Menyajikan makanan halal agar menjalani hidup bersama keberkahan.
- 2) Membawa layanan manajemen strategi syariah yang handal, memuaskan, ramah dan sopan dengan pelayanan total.
- 3) Selalu mengembangkan bisnis ke arah yang lebih baik melalui inovasi dan renovasi.
- 4) Meningkatkan efektivitas operasional dengan kualitas team dan manajemen yang baik.

3. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pada WM Simpang Empat hanya terdiri dari Pemilik dan Karyawan saja karena warung makan ini masih belum cukup besar untuk memperbanyak bagian-bagian khusus struktur organisasi seperti divisi dan cabang.

a. Pimpinan WM Simpang Empat

- 1) Bertanggung jawab terhadap semua karyawan.
- 2) Mengkoordinasikan seluruh kegiatan operasional warung makan yang meliputi kegiatan operasi/produksi, keuangan dan personalia.
- 3) Bertanggung jawab dan memelihara agar operasi warung makan selalu sesuai dengan standar WMSE.
- 4) Membawahi langsung semua karyawan.
- 5) Memperhatikan semua kebutuhan karyawan maupun pelanggan.

b. Karyawan

- 1) Bertanggung jawab langsung kepada pemilik WMSE.
- 2) Menangani langsung bagian akuntansi, operasional, dan kasir.
- 3) Melayani pelanggan dengan baik dan cermat.
- 4) Bertugas langsung di bagian dapur maupun pelayanan pelanggan.

4. Perkembangan Warung Makan Simpang Empat di Banjarmasin

WM Simpang Empat mulai berdiri di Banjarmasin sejak tahun 2000-an, tempatnya berlokasi di daerah Banjarmasin Jl.Raya Bumi Handayani No.1 RT,12 RW.01, KP. 70249, Kel. Pemurus Baru, Kec. Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, di samping Apotek Arfah, melihat prospek yang menjanjikan dan respon yang bagus WM Simpang Empat terus berjalan sampai saat ini dengan segala kekurangan dan kelebihan yang ada, WMSE mampu bertahan selama 20 tahun lebih sampai sekarang.

Perkembangan yang paling menonjol dari WM Simpang Empat adalah jumlah dan variasi menu masakannya yang kian lama kian banyak dari tahun 2000-an dari

hanya berjualan kue merambah ke berjualan nasi kuning dan nasi putih dengan lauk ayam sambel dan telur balado, kemudian meningkat lagi berjualan ketupat kandang, bertahap-tahap sampai berjualan sop, soto, lalu kemudian baru ayam panggang. Bahkan dahulu sebelum menu WM Simpang Empat ini menetapkan hanya 6 menu tetap pada menunya, mereka ternyata juga telah berjualan patin bakar, ayam goreng, dan pais babanam. Warung Makan Simpang Empat juga tidak kalah ketinggalan dengan warung makan yang lain saat memasuki awal bulan puasa ramadhan mereka menjual aneka kue basah mulai dari Wadai Bingka Babanam (Kue Bingka Bakar) sampai Wadai Bingka Basumap (Kue Bingka Kukus). Sayangnya bertepatan dengan awal pandemik Covid-19 tahun 2019 sampai tahun 2021 ini perkembangan usaha Warung Makan Simpang Empat semakin menurun dengan berkurangnya pelanggan akibat wabah Corona yang menjangkiti seluruh dunia saat ini. Alhasil Warung Makan Simpang Empat harus mengurangi menunya yang banyak jadi hanya tersisa 6 menu pada akhirnya.



Gambar 1.1

Alamat WM Simpang Empat



Gambar 1.2

Daftar Menu WM Simpang Empat

Walaupun dengan banyak kendala dan kondisi yang menyulitkan, WM Simpang Empat terus bertahan menghadapi resiko yang ada dan akan terus mengembangkan bisnisnya serta memberikan kualitas makanan, fasilitas, dan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya setiap hari.

5. Sistem Manajemen Aktifitas Warung Makan Simpang Empat

WM Simpang Empat adalah bisnis kuliner yang menjual dan menyajikan masakan khas banjar kepada pelanggan dengan sistem operasional (aktifitas penyajian dan pelayanan) yang sederhana yaitu ketika pelanggan memesan menu yang diinginkannya kepada penyaji, lantas penyaji akan langsung mengolah dan menyajikan menu tersebut apakah itu disajikan langsung untuk dimakan di sana atau dibungkus untuk dibawa pulang. Bahan-bahan makanan telah disiapkan sebelum WM Simpang Empat buka pada jam yang telah ditentukan sehingga memudahkan penyaji megolah menu dengan cepat dan cermat. Pelayanan dan penyajian WM Simpang Empat memakai prinsip syariah yang mana mereka melayani pelanggan dengan baik, ramah dan santun serta tentu saja juga menyajikan makanan kepada pelanggan dengan kualitas yang baik, enak lagi halal. WM Simpang Empat selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dan menjalin silaturahmi dengan sangat baik dan erat, tak jarang para pelanggan akan sering datang dan menjadi pelanggan tetap di WM Simpang Empat karena keramahan para karyawan di sana.

6. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan dengan wawancara secara langsung kepada para Informan (Pimpinan dan karyawan) mengenai pengelolaan bisnis Warung Makan Simpang Empat di Kota Banjarmasin, maka dapat diuraikan hasil sebagai berikut:

a. Identitas Informan :

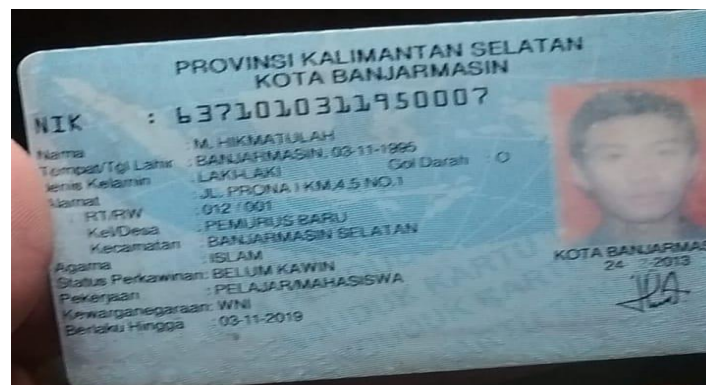
Nama : Muhammad Hikmatullah

Umur : 26 Tahun

Pendidikan : Mahasiswa

Pekerjaan : Pimpinan WM Simpang Empat

Alamat : Jl. Prona 1 Km 4,5 No. 1 RT.12 RW.01, Kel. Pemurus Baru,
Banjarmasin.



Gambar 2.1

Data Diri KTP Pimpinan WM Simpang Empat

Bapak Muhammad Hikmatullah adalah Pengelola sekaligus karyawan WM Simpang Empat Banjarmasin, mengatakan bahwa, bisnis Rumah makan ini berawal dari bisnis kecil-kecilan kakek dan nenek beliau yang menjual Wadai Untuk (Kue Bulat) lalu dikembangkan oleh ibu beliau dengan menjual berbagai masakan khas banjar untuk bisa menjalankan usaha ini. Dulu sebelum nama warung makan ini dirubah menjadi WM Simpang Empat, ibu beliau hanya menamai warung makannya dengan nama pribadi saja yaitu Warung Makan Hj. Norma. Setelah beberapa tahun kemudian lalu diganti dengan nama WM Simpang Empat karena letaknya tepat di persimpangan empat jalan menuju empat arah yang salah satunya menuju Jl. Prona I dan Kelayan A, oleh karena itu nama tersebut sangat cocok untuk digunakan supaya memudahkan dan menarik lebih banyak pelanggan.

WM Simpang Empat merupakan kepemilikan oleh Hj. Normayati sebagai ibu kandung dari pengelola saat ini yaitu Muhammad Hikmatullah, jadi anak beliau telah dijadikan wali untuk menangani berbagai kegiatan di WM Simpang Empat. Walaupun Muhammad Hikmatullah berwenang dalam mengelola bisnis di WM Simpang Empat, tetap saja harus melalui persetujuan dari ibu beliau sebagai pemilik

untuk melakukan manajemen atau tata aturan dalam mengelola warung makan tersebut.

Adapun alasan jalan simpang empat dipilih sebagai tempat usaha, yaitu:

- 1) Jalan simpang empat merupakan jalan yang ramai dan prospektif, sehingga membuat bisnis warung makan lebih mudah menggaet konsumen.
- 2) Tempat yang sangat strategis untuk bisnis warung makan.
- 3) Bisnis yang memang sudah turun temurun dijalankan di tempat tersebut dari generasi ke generasi.
- 4) Ketersediaan bahan mentah di area Bumi Mas cukup banyak dan mudah untuk didapat.

Mengenai manajemen strategi bisnis WM Simpang Empat, mereka sudah menerapkan sebagian manajemen dengan baik meskipun mereka belum memahami secara pasti ilmu dan tata cara mengelola bisnis yang sesuai dengan ilmu manajemen strategi bisnis untuk warung makan, hal ini berdasarkan tanggapan dari Muhammad Hikmatullah yaitu:

“Sejak dari tahun 2013 ketika awal berubahnya nama WM Simpang Empat di bumi mas ini, kami hanya menerapkan pola manajemen sederhana di setiap kegiatan operasional, transaksi, maupun pelayanan kami. Kami selalu melakukan kegiatan operasional sesuai dengan arahan pemilik WM Simpang Empat, ibu saya. Mulai dari membeli bahan-bahan hingga mengolah menu masakannya di bimbing oleh beliau, dan saya yang sudah terbiasa dengan itu telah menghafal semua kegiatan operasional di warung makan kami dengan baik. Kegiatan transaksi kami juga berjalan dengan baik, namun kami tidak memiliki buku catatan keuangan karena ibu saya rasa itu tidak perlu, ibu saya mengatakan bahwa cukup menghitung pengeluaran dan pemasukan perhari saja tanpa perlu dicatat dalam buku segala, cukup diingat saja. Saya selaku pengelola dan anak beliau hanya bisa mengikuti kehendak atas pernyataan ibu saya setelah berkali-kali dibujuk untuk menggunakan buku catatan

keuangan supaya kegiatan transaksi lebih terarah tidak juga disetujui oleh beliau dan alasannya adalah karena warung makan ini hanya warung makan biasa yang tidak perlu berlagak seperti warung makan kelas atas. Padahal buku catatan keuangan itu penting untuk evaluasi transaksi, mencegah lupa, dan salah satu pondasi dasar untuk kemajuan usaha. Lalu masalah pelayanan alhamdulillah kami melayani dengan baik dan ramah pada pelanggan, hanya saja kami tidak memiliki baju khusus, insyaallah jika saya diizinkan untuk memberikan baju khusus kepada karyawan oleh ibu saya maka saya akan segera melakukannya karena menurut saya baju khusus juga berarti untuk memberi kesan mendalam bagi karyawan maupun pelanggan WM Simpang Empat supaya lebih dikenal juga”. (Muhammad Hikmatullah, 04 dan 09 Maret 2021)

b. Identitas Informan :

Nama : Hidayati
 Umur : 25 Tahun
 Pendidikan : Aliyah
 Pekerjaan : Karyawan WM Simpang Empat
 Alamat : Jl. Kelayan A II Antasan Segera RT.24 RW.02 Kel.
 Murung Raya

Hidayati adalah karyawan sekaligus istri dari Bapak Muhammad Hikmatullah, pengelola WM Simpang Empat Banjarmasin, beliau menjadi karyawan sejak awal tahun 2015 lalu. WM Simpang Empat ini merupakan warung makan yang menjual masakan khas orang banjar kepada masyarakat umum, penyajian, pelayanan, promosi dan dekor tempat telah diatur sedemikian rupa hingga menjadikan WM Simpang tidak kalah saing dengan warung makan lainnya di bumi mas ini.

Pengelolaan dan penerapan manajemen strategi bisnis WM Simpang Empat sudah mereka laksanakan dengan cukup baik, namun mereka belum memahami dengan benar beberapa aspek manajemen strategi lainnya yang membuat hasil usaha

kurang memuaskan, hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Hidayati sebagai berikut:

“Saya tidak tahu tentang manajemen strategi bisnis namun kami menerapkan penyajian, pelayanan, promosi dan dekor tempat yang tak akan kalah saing dengan warung makan yang lain yang ada di bumi mas ini. Kami selalu menyajikan makanan dengan SOP yang telah ditentukan oleh pengelola, alat-alat dapur yang kami gunakan juga selalu bersih higienis, selalu kami cuci setiap hari, kami menyajikan makanan yang halal, enak dan pas di kantong pembeli (Hidayati, 02 Februari 2021). Kami juga selalu menjaga sikap kami agar pelayanan yang diberikan kepada pembeli selalu maksimal, melayani dengan senyum ramah dan memperhatikan apa yang diinginkan pembeli untuk menu dengan seksama dan selalu membersihkan tempat makan pelanggan apakah itu meja dan kursi dengan lap apabila pelanggan telah selesai makan, piring maupun cangkir untuk dicuci bersih. Saya tidak terlalu mengerti soal promosi, mungkin suami saya tahu lebih banyak tapi kami selalu menawarkan menu makanan WM Simpang Empat dengan baik kepada pelanggan dan pelanggan biasanya akan secara otomatis memperkenalkan menu kami kepada kawan-kawannya, kata istilah orang adalah promosi dari mulut ke mulut, lalu suami saya juga telah memposting menu kami di Grab Food dan Gojek Food, alhamdulillah semakin banyak yang mengenal WM Simpang Empat berkat hal tersebut. Namun sayangnya karena berbagai masalah, promosi lewat Grab Food dan Gojek Food akhirnya dihentikan dan kami belum memiliki akun instagram untuk promosi WM Simpang Empat, kata suami saya nanti akan dibuatkan juga jika dekorasi tempat diizinkan oleh mertua saya. Kalau dulu promosi online kami hanya memakai Grab Food dan Gojek Food itu saja tidak memakai media sosial lain, itulah yang sedikit disayangkan juga oleh saya apalagi sekarang kami tidak membuka promosi Grab dan Gojek lagi karena beberapa alasan, salah satunya adalah masalah kehabisan menu dan kerugian kami karena terlalu banyak promo di iklan Gojek dan Grab. Masalah dekor tempat itu

sebenarnya warung makan kami kekurangan dekorasi untuk menarik pelanggan karena kekurangan dana juga, padahal dekorasi tempat juga penting untuk kenyamanan pelanggan dan supaya pelanggan betah makan di sini. Saya kadang agak risih juga dengan pelanggan yang menatap tempat kami dengan tatapan prihatin ke setiap sudut ruangan tempat warung makan kami ini, ya karena memang benar sih tempat kami kekurangan dekorasi, terlalu sederhana, dan sedikit kurang bersih menurut saya, tapi apa boleh buat karena yang memberi izin penuh untuk memperbaiki keadaan ruangan dan dekor tempat ini adalah mertua saya, bukan suami saya selaku pengelola jadi kami sebagai karyawan hanya bisa tunduk terhadap aturan yang ada saja tidak berani terlalu mengusik keputusan beliau karena kendalanya juga adalah dana yang kurang untuk dekorasi tempat jadi ruang makan hanya dibiarkan begitu saja tanpa dekorasi yang bagus dan akan terlihat seperti warung makan yang kurang bersih, tapi tidak apa-apa kami sebagai karyawan merasa maklum dengan semua ini dan baik-baik saja tanpa dekorasi, toh pelanggan akan tetap datang walaupun seperti itu”. (Hidayati, 04 dan 08 Maret 2021)

c. Identitas Informan :

Nama : Muhammad Maulana
Umur : 18 Tahun
Pendidikan : SLTA
Sebagai : Konsumen

Muhammad Maulana adalah konsumen sekaligus pelanggan di WM Simpang Empat , dia telah menikmati makanan di sana selama bekerja di dekat tempat WM Simpang Empat sebagai penjaga stand/both Capucino Cincau, dulu awalnya dinamai Warung Makan Hj. Norma tempat makan-makan sambil santai, namun tidak lama berjalan setelah dia pertama kali bekerja menjadi penjaga stand beberapa bulan saat itu pengunjung mulai berkurang kemudian setelah itu mulailah mereka mengubah

namanya menjadi WM Simpang Empat yang berada di Jl.Raya Bumi Handayani dengan jumlah karyawan 3 orang.

Alasan mengapa memilih WM Simpang Empat sebagai tempat makan langganannya karena menyukai kuliner makanan siap saji. Seiring berjalannya usaha tersebut hingga sampai saat ini hampir 21 tahun berjalan tidak lepas dari rasa syukur kepada Allah SWT atas karunianya sehingga usaha tersebut masih bisa berjalan dan salah satu bentuk rasa syukur yang dilakukan WM Simpang Empat adalah dengan berbagi rezeki agar masyarakat yang tidak mampu bisa juga merasakan menu-menu yang ada di warung makan tersebut Selain itu di setiap bulannya warung makan tersebut sudah membantu orang yang membutuhkan melalui kotak amal atau kotak sedekah menurut hasil wawancara dengan Muhammad Maulana dan Muhammad Hikmatullah sebagai berikut:

“Saya telah lama langganan makan di sini (WM Simpang Empat), saya suka masakannya yang mengingatkan saya pada masakan ibu saya yang enak, menurut saya menu di WM Simpang Empat ini semuanya enak walaupun hanya punya 6 menu saja tapi saya lihat semua menu mempunyai penggemarnya masing-masing, saya rasa WM Simpang Empat telah meramu menu makanannya sedemikian rupa agar bisa dinikmati berbagai kalangan baik yang tua maupun yang muda seperti saya ini (Muhammad Maulana, 07 Februari 2021). Kalau soal pelayanan di WM Simpang Empat ini saya kira sudah sangat memuaskan karena pelayannya begitu ramah kepada pelanggan dan menu makanannya tidak mengecewakan. Sebenarnya rasa makanan WM Simpang Empat memang 90% sama dengan warung makan yang lainnya menurut saya, tapi 10%-nya tergolong unik karena diramu sendiri dan menurut saya Sambal Acan (Sambal Terasi) di sini sangat lezat apalagi dipadukan dengan Nasi Sop menu favorit saya. Sayangnya kebersihan tempat WM Simpang Empat masih kurang diperhatikan, saya tidak berbicara tentang kebersihan makanan dan alat-alat dapur ya, saya hanya berbicara tentang kebersihan tempatnya, meja dan kursinya, kalau alat-alat

dapur dan kebersihan makanan saya yakin mereka sangat diperhatikan. Yang saya sorot di sini adalah kebersihan tempat makannya yang agak kurang nyaman di lihat, sepertinya WM Simpang Empat harus mengubah tampilannya menjadi suasana yang baru untuk warung makannya agar pelanggan bisa lebih betah makan di sana. Meja yang baru, kursi yang baru, dekorasi tempat yang baru lalu kemudian ada beberapa bagian di sudut tempat yang harus diperbaiki karena ada ubin retak yang hampir hancur dan sebagainya, akan lebih menarik jika hal tersebut dapat diperbaiki. Ohya ada lagi hal positif yang membuat saya jadi pelanggan WM Simpang Empat ini yaitu mereka menyediakan sumbangan untuk anak yatim dan dhuafa' berupa kotak amal yang diletakkan di depan warung makan". (Muhammad Maulana, 08 Februari 2021)

"Kami selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, selain itu kami juga bekerjasama dengan beberapa yayasan panti asuhan dan pondok pesantren supaya meringankan beban dan membantu masyarakat yang kurang mampu baik itu anak yatim piatu maupun dhuafa' atau fakir miskin, tujuannya adalah untuk membantu sesama dan ingin mendapatkan berkah dan ridha Allah dengan berbuat baik dan bersedekah, tentu saja untuk memajukan kesejahteraan bangsa adalah alasan yang penting juga. Alhamdulillah dengan adanya kotak amal tersebut masyarakat merespon baik dan kami ucapkan juga terima kasih kepada pelanggan WM Simpang Empat atas kontribusinya sehingga kami bisa berbagi". (Muhammad Hikmatullah, 03 Februari 2021)

Jumlah produk atau menu makanan di WM Simpang Empat ada 6 (Menu pagi: Ketupat Kandangan, Nasi Kuning, dan Nasi Putih. Menu siang: Nasi Sop Ayam Panggang, Nasi Sop, dan Soto) dan jumlah produk/menu minuman di WM Simpang Empat ada 3 (Lee Mineral, Teh Es/Hangat, dan Es Jeruk Peras Manis). Sejak dulu menu WM Simpang Empat selalu mengalami perubahan hingga saat ini, saat tahun 2010, 2011, 2012, dan 2013 menu makanan WM Simpang Empat lumayan lengkap yaitu ada Ayam Goreng, Pais Patin, Gangan Keladi, Haruan, Sayur Bening, Patin

Bakar, Nasi Kuning, Ketupat Kandangan, Nasi Sop, Soto, dan Ayam Panggang. Namun karena menu tersebut terlalu banyak dan pendapatan warung makan yang mulai semakin menurun diikuti dengan jumlah karyawan yang juga semakin berkurang maka menu yang ada di WM Simpang Empat dikurangi hanya menjadi 6 (enam) menu saja untuk menu masakan khas banjarnya yaitu sekarang hanya ada Ketupat Kandangan, Nasi Kuning, Nasi Putih, Nasi Sop Ayam Panggang, Nasi Sop, dan Soto. Lalu soal menu minuman WM Simpang Empat dulu juga sebenarnya lumayan lengkap yaitu ada Es Campur, Es Kelapa, Jus Buah, Lee Mineral, Teh Es/Hangat, dan Es Jeruk Peras Manis. Kini menu minuman di WM Simpang Empat hanya ada 3 menu yang paling sering pelanggan pesan, yaitu Lee Mineral, Teh Es/Hangat, dan Es Jeruk Peras Manis. Menu makanan yang paling susah diolah adalah Ketupat Kandangan, karena kuah rempah ketupat kandangan sangatlah rumit dan perlu ketelitian yang tinggi dalam mengolahnya, kalau salah sedikit saja rasanya akan berbeda dan kurang enak. Kemudian cara pengolahan ketupatnya pun harus memakai teknik tertentu, kalau asal-asalan diolah oleh orang yang kurang berpengalaman maka hasilnya akan sangat lembek atau sangat keras, makanya takaran dan teknik pengolahannya harus dengan tangan yang tepat juga agar hasilnya kencang dan sempurna. Biaya bahan-bahan mentah perhari jika dikalkulasikan untuk semua menu adalah sebesar Rp. 500.000. Menu unggulan di WM Simpang Empat dapat dikatakan meliputi semua dari keenam menu yang telah disebutkan di atas dan semua menu tersebut adalah menu yang paling sering dipesan pelanggan WM Simpang Empat. Menu minuman yang paling sering dipesan adalah teh hangat dan teh es. Kendala dalam mengolah menu biasanya dikarenakan perlunya ketelitian, kesabaran, dan kecermatan dalam mengolah menu maka tak jarang jika yang mengolah menu asal-asalan, pastinya menu akan kurang enak, apalagi menu yang biasanya lambat disajikan yang perlu kesabaran yang tinggi adalah kuah sop, karena penyaji harus mendidihkan kuah sop itu pada tingkat yang sesuai dan agak lama agar

mencapai citarasa yang maksimal. Dari paparan di atas, kekuatan produk WMSE adalah diolah dengan bahan yang higienis dan terjamin kesegarannya, diolah dengan tangan yang terampil sehingga menghasilkan hidangan yang baik dan enak, tampilan hidangan yang sederhana membuat pelanggan tidak khawatir tentang harga. Namun hal itu bisa menjadi kekurangan atau kelemahan produknya karena kurangnya kreasi unik dan membuat daya saing berkurang.

Untuk harga satu porsi menu Ketupat Kandangan adalah Rp. 13.000, Nasi Kuning Rp. 10.000, Nasi Putih Rp. 10.000, Nasi Sop Ayam Pangggang Rp. 13.000 (porsi biasa) dan Rp. 25.000 (porsi jumbo), Nasi Sop Rp. 13.000, dan Soto Rp.13.000. Harga Lee Mineral Rp. 5.000, Teh Es/Hangat Rp.3.000, Es Jeruk Peras Manis Rp. 5.000. Harga tersebut menurut pengelola sudah sesuai dengan keadaan masyarakat di Bumi Mas. Menu makanan yang paling mahal di WM Simpang Empat adalah Ayam Panggang. Pengelola WM Simpang Empat tidak memiliki rencana untuk menaikkan harga menu karena masih dalam masa pandemik Covid-19 dan harga tersebut sudah sangat standar di Bumi Mas, bahkan dari banyaknya orang mengatakan bahwa menu di WM Simpang Empat masih tergolong mahal padahal menurut pengelola WM Simpang Empat, harga menu-menu di WM Simpang Empat sudah standar harga warung makan pada umumnya. Kendala yang mempengaruhi pengelola WM Simpang Empat dalam menentukan harga adalah kenaikan harga bahan-bahan pangan di pasar, seperti bawang, ayam, telur, ikan, dll. Laba kotor yang diperoleh WM Simpang Empat perhari adalah Rp. 1000.000 dan laba bersihnya sebesar Rp. 200.000. Kekuatan: harga sudah bersaing dengan bisnis serupa dan disesuaikan dengan kondisi masyarakat sekitar Bumi Mas. Kelemahan: harga bahan baku yang turun naik membuat pimpinan harus memutar otak untuk mengatasinya, harga hidangan ternyata masih dianggap mahal oleh sebagian orang padahal sudah disesuaikan dengan biaya bahan baku dan keuntungan yang seharusnya didapat.

WM Simpang Empat memiliki tempat yang strategis di perempatan jalan sehingga pelanggan sangat mudah menemukan lokasi warung makan ini. Hal itu juga yang menjadi nilai plus bagi WM ini yang mana pelanggan sudah sangat familiar dengan tempatnya dan sudah sangat hafal akan menu-menunya. Yang menjadi kendalanya adalah tempat parkir WM Simpang Empat yang sempit karna berada tepat di bahu jalan sehingga motor pelanggan hanya muat beberapa dan kadang juga bingung jika ada mobil yang mau parkir terpaksa harus memarkirkan mobilnya di dekat masjid yang beberapa meter lumayan jauh dari lokasi warung makan. Dengan banyaknya toko-toko dan stand/both jualan yang berjajar di sepanjang jalan yang ada juga menguntungkan WM Simpang Empat, akibatnya banyak orang yang bertanya-tanya penasaran mengenai WM Simpang Empat. Kekurangan lain dari WM Simpang Empat adalah ruang makannya yang kurang bersih dan rapi dari bangkunya, mejanya, dan ruangnya yang sudah tua dan lusuh.

Warung Makan Simpang Empat menawarkan dan memperkenalkan menu-menunya melalui sharing pendapat atau berbagi kisah-kisah tentang enaknyanya makanan di warung makan tersebut kepada teman-teman yang sering pengelola temui sehingga teman-teman yang lain akan menceritakan hal yang sama kepada orang lain dan terjadilah promosi yang menyebar dari mulut ke mulut, membagikan informasi tentang Warung Makan Simpang Empat di facebook, instagram, gojek dan grab. Pernah juga melakukan promosi dalam bentuk brosur, iklan, spanduk, dan memasukkan info-info tentang Warung Makan Simpang Empat ke beberapa website di internet. Akan tetapi Warung Makan Simpang Empat ini tidak begitu konsisten dengan hal tersebut karena menurut mereka setelah melakukan promosi yang begitu banyak tersebut mereka hanya mendapat dampak paling positif dari promosi gojek dan grab saja itupun sekarang sudah tidak aktif lagi, adapun dengan cara promosi medsos atau internet lainnya mereka kurang yakin dengan dampaknya sehingga mereka hanya fokus pada hal yang paling bagus dampaknya saja untuk promosi WM

Simpang Empat, yaitu gojek dan grab namun pada akhirnya juga ditutup pengiklanannya karena berbagai sebab. WM Simpang Empat masih belum memiliki akun instagram yang seharusnya akan memperluas cakupannya karena pengelola belum bisa merenovasi WM Simpang Empat tanpa seizin ibu beliau, mereka juga tidak menerapkan program menarik seperti diskon atau promo hari tertentu, mereka melakukan promosi dengan kesederhanaan mereka sendiri.

Orang/manusia merupakan pelaku kegiatan usaha yang paling penting dalam sebuah bisnis warung makan, kalau tidak ada orang yang mengelola maka warung makan tidak jalan, kalau tidak ada karyawan yang bekerja maka kegiatan operasional warung makan pun juga tidak akan jalan, begitu pula jika tidak ada orang yang membeli maka untuk apa warung makan berdiri. Sudah menjadi patokan dasar dan hal yang sangat lumrah bahwa suatu bisnis akan berjalan jika ada orang yang menjalankannya, berbicara tentang pengelola, seorang pengelola di WM Simpang Empat haruslah kompeten di bidangnya dalam mengatur semua urusan dan kegiatan bisnis di WM Simpang Empat, mulai dari mengatur bahan-bahan makanan, menu, ekterior, interior, tata cara pelayanan sampai mengatur para karyawannya. Pada penjelasan sebelumnya telah diutarakan dan dideskripsikan tentang apa saja yang dilakukan oleh pengelola WM Simpang Empat dalam mengelola bisnisnya, kesimpulannya adalah pengelola WM Simpang Empat masih terkekang oleh ibunya karena segala sesuatu hal perlu izin dari ibu beliau, selain itu pengelola masih belum memahami secara penuh apa itu manajemen strategi bisnis walaupun beliau sudah menyadari beberapa aspek dasarnya. Kemudian karyawan juga penting untuk bisnis warung makan, WM Simpang Empat ternyata juga memperhatikan kesejahteraan karyawannya melalui pemberian makan dua kali dalam sehari dan gaji yang terjamin, jika seandainya karyawan sakit maka karyawan tersebut boleh izin tidak bekerja, pengelola tidak memaksakan karyawannya bekerja di saat sakit. Tidak ada program kesejahteraan untuk karyawan di WM Simpang Empat, namun pengelola akan selalu

memperhatikan karyawan dan memperdulikan karyawannya supaya tidak sengsara sehingga sampai saat ini para karyawan sudah merasa sejahtera dengan semua yang diberikan WM Simpang Empat. Pengelola WM Simpang Empat mengklaim bahwa kesejahteraan karyawan WM Simpang Empat sangatlah penting melebihi diri mereka sendiri karena kalau tidak ada karyawan maka mereka tidak bisa apa-apa, WM Simpang Empat tidak memberikan uang tunjangan hari raya, namun pemberian bonus upah pasti ada jika pelanggan semakin banyak dan saat hari raya Idul Fitri para karyawan diberikan bonus berupa sembako saja. Sayangnya WM Simpang Empat masih belum mempunyai pakaian khusus warung makan seperti di tempat lainnya karena masalah finansial atau kekurangan dana, tapi setelah pengelola menjadi pemilik sah WM Simpang Empat dan mampu mengembangkan WM Simpang Empat menjadi restoran sesuai dengan mimpi beliau maka beliau akan memberikan set pakaian khusus untuk para karyawannya. Tidak ada jaminan kesehatan, namun jika seandainya karyawan mengalami luka karna pisau atau lainnya maka itu sudah menjadi tanggung jawab WM Simpang Empat. Tidak ada uang transport bagi karyawan karena rumah karyawan berada dekat dengan lokasi WM Simpang Empat. Masalah libur atau cuti karyawan tergantung situasi dan kondisi, misalnya karyawan sedang berhalangan karena melahirkan dan sebagainya maka akan diberikan izin cuti. Tidak ada hari libur bagi karyawan, hanya saja ketika hari minggu WM Simpang Empat tutup lebih awal di jam 12 siang. Tidak ada fasilitas koperasi bagi karyawan seperti mesin kasir, karena segala sesuatu di WM Simpang Empat dikerjakan secara manual kecuali sistem pesanan gojek dan grab yang dulunya ditangani langsung oleh pengelola WM Simpang Empat. Pelayanan yang dilakukan WM Simpang Empat selama ini sudah mantap dengan keramah-tamahannya, namun pengelola ingin meningkatkan pelayanan WM Simpang Empat agar lebih baik dari tahun ke tahun dan menjadi restoran yang sesungguhnya. Jumlah pelanggan perhari di WM Simpang

Empat kurang lebih sekitar 100 orang dan itu tergantung rezeki juga jadi mungkin lebih sedikit atau lebih banyak dari jumlah tersebut.

Proses merupakan hal yang juga penting dalam dunia bisnis, segala sesuatu butuh prosesnya masing-masing, begitu pula warung makan. Proses pengolahan bahan makanan untuk menjadi menu yang siap saji sangatlah diperlukan ketelitian dan kesabaran sehingga sedikit saja kecerobohan akan mengakibatkan menu kurang sempurna dan dampaknya akan menyebar menjadi sangat fatal jika tidak ditangani dengan seksama. Semua menu masakan membutuhkan proses yang lumayan rumit sehingga jadilah masakan khas banjar yang pas di lidah orang banjar, misalnya saja menu Haruan jika dalam pemanggangan atau penggorengannya ditinggalkan sebentar saja maka akan gosong tidak enak dilihat, karena metode memasaknya adalah metode tradisional ala banjar untuk masakan khas banjar jadi harus benar-benar teliti. Fasilitas pendukung proses di WM Simpang Empat seperti peralatan masak/alat-alat dapur, meja, kursi, kulkas, spanduk dan lain-lain perlu diganti dengan yang lebih baik. Kendala yang sering dialami dalam proses menjalankan bisnis WM Simpang Empat adalah berkurangnya durabiliti atau kualitas fasilitas pendukung proses akibat waktu dan pemakaian yang terus-menerus sehingga mengakibatkan hasil usaha kurang efisien dan efektif, serta karyawan yang sedikit yang mana karyawan tersebut juga mempunyai tugas, tanggung jawab keluarga, dan kesibukan lainnya di luar jam kerja sehingga jika karyawan tidak ada atau berhalangan masuk kerja maka pengelola yang harus mengerjakan seluruh proses operasional sendiri sehingga pengelola sangat kesusahan menjalankan bisnisnya. Selanjutnya karena tempat makan WM Simpang Empat belum lebih baik seperti restoran yang ada di benak pengelola, maka proses bisnis yang ingin dijalankan oleh pengelola juga mengalami kemandekan, berbagai masalah dan kendala yang menghalangi. Solusi karyawan yang sudah pengelola praktekkan adalah saling memahami kondisi masing-masing antara bos/pengelola dan karyawan WM Simpang Empat itu sendiri. Ketelitian, tanggung jawab dan kesabaran

sangat diperlukan dalam proses manajemen strategi bisnis, dalam menjalankan bisnis WM Simpang Empat.

Physical Evidence/Bukti Fisik Bisnis merupakan bukti bahwa bisnis itu ada, bangunan WM Simpang Empat tidak memiliki dekorasi khusus yang membuat dia berbeda dari warung makan yang lainnya. Itulah kekurangan yang masih harus diperbaiki oleh pengelola WM Simpang Empat, tapi kelebihan yang dimiliki WM Simpang Empat setidaknya dia adalah warung makan yang klasik, sederhana, luas dan ruangnya panjang sehingga pelanggan yang makan bisa lebih leluasa makan di manapun mereka inginkan. Kebersihan dan kenyamanan tempat makan sudah diperhatikan, namun karena kondisi tempat WM Simpang Empat yang belum juga direnovasi sejak dulu membuat keadaan ruang makan WM Simpang Empat terlihat agak kurang bersih dan kurang nyaman. Banyak sekali barang-barang dan fasilitas-fasilitas yang perlu ditambah untuk mendukung proses dan memenuhi standar bukti fisik bisnis WM Simpang Empat agar warung makannya semakin dilirik konsumen, untuk lebih maju dan berkembang. Namun dikarenakan masalah dana dan perlu persetujuan pemilik asli WM Simpang Empat, hal itu diperkirakan akan terealisasi cukup lama. Selama bertahun-tahun WM Simpang Empat beroperasi, mereka belum mempunyai buku catatan keuangan sama sekali, selama ini seluruh transaksi bisnis yang dijalankan WM Simpang Empat dapat dikatakan hanya dicatat dan diingat dalam kepala pemilik dan pengelola saja. Mereka menghitung pendapatan perhari sekitar Rp. 1.000.000 lebih itu setelah warung makan tutup, pendapatan lebih itu kadang iya Rp. 1.200.000, Rp. 1.300.000, sampai dengan Rp. 1.500.000 tergantung rezeki dan keberuntungan, namun rata-rata pendapatan perhari WM Simpang Empat adalah Rp. 1.000.000, biaya operasional dan bahan-bahan makanan sekitar Rp. 500.000 bahkan lebih sampai Rp.800.000, gaji karyawan sekitar Rp. 300.000 (3 orang karyawan) dan sisa uangnya ditabung, seperti itu terus setiap harinya tanpa adanya catatan keuangan. Bukti transaksi yang biasanya digunakan WM Simpang

Empat adalah nota, namun itupun tidak semua transaksi memakai nota, hanya orang yang ingin memakai nota saja yang diberikan nota, pelanggan yang biasanya membeli tidak memerlukan nota lagi dan pihak WM Simpang Empat pun tidak ingin terlalu ribet dengan memberikan setiap pelanggan yang membeli menu mereka dengan nota.

Tabel 2.1 Ringkasan Data

No	Informan	Pengelolaan (Manajemen Strategi Bisnis)	Marketing Mix (7P)
1	Muhammad Hikmatullah	<p>Pengelolaan bisnis WM Simpang Empat berdasarkan kegiatan berulang terus-menerus dari generasi ke generasi secara tradisional yang mengutamakan rasa dan pelayanan yang baik untuk para pelanggannya, menerapkan pola manajemen sederhana di setiap kegiatan operasional, transaksi, maupun pelayanan. Selalu melakukan kegiatan operasional sesuai dengan arahan pemilik WM Simpang Empat mulai dari membeli bahan-bahan hingga mengolah menu masakannya. Kegiatan transaksi berjalan dengan baik, namun tidak memiliki buku catatan keuangan. Melayani dengan baik dan ramah pada pelanggan, hanya saja tidak memiliki baju khusus.</p>	<p>Produk: Jumlah produk berupa menu makanan di WM Simpang Empat ada 6 (Menu pagi: Ketupat Kandangan, Nasi Kuning, dan Nasi Putih. Menu siang: Nasi Sop Ayam Panggang, Nasi Sop, dan Soto) dan jumlah menu minuman di WM Simpang Empat ada 3 (Lee Mineral, Teh Es/Hangat, dan Es Jeruk Peras Manis). Harga: Menu Ketupat Kandangan dibandrol dengan harga Rp. 13.000, Nasi Kuning Rp. 10.000, Nasi Putih Rp. 10.000, Nasi Sop Ayam Panggang Rp. 13.000 (porsi biasa) dan Rp. 25.000 (porsi jumbo), Nasi Sop Rp. 13.000, dan Soto Rp.13.000. Harga Lee Mineral Rp. 5.000, Teh Es/Hangat Rp.3.000, dan Es Jeruk Peras Manis Rp. 5.000. Tempat: WM Simpang Empat memiliki tempat yang strategis di perempatan jalan sehingga pelanggan sangat mudah menemukan lokasi warung makan ini. Yang menjadi kendalanya adalah tempat parkir WM Simpang Empat yang sempit karna berada tepat di bahu jalan sehingga</p>

		<p>motor pelanggan hanya muat beberapa dan kadang juga bingung jika ada mobil yang mau parkir terpaksa harus memarkirkan mobilnya di dekat masjid yang beberapa meter lumayan jauh dari lokasi warung makan.</p> <p>Promosi: Warung Makan Simpang Empat menawarkan dan memperkenalkan menu-menunya melalui sharing pendapat atau berbagi kisah-kisah tentang enaknyanya makanan di warung makan tersebut kepada teman-teman yang sering pengelola temui sehingga teman-teman yang lain akan menceritakan hal yang sama kepada orang lain dan terjadilah promosi yang menyebar dari mulut ke mulut, membagikan informasi tentang Warung Makan Simpang Empat di facebook, instagram, gojek dan grab. Namun sekarang tidak ada promosi online lagi karena berbagai masalah.</p> <p>Orang/SDM/People: Pengelola WM Simpang Empat masih terkekang oleh ibunya karena segala sesuatu hal perlu izin dari ibu beliau, selain itu pengelola masih belum memahami secara penuh apa itu manajemen strategi bisnis walaupun beliau sudah menyadari beberapa aspek dasarnya. Kemudian karyawan juga penting untuk bisnis warung makan, WM Simpang Empat ternyata juga memperhatikan kesejahteraan</p>
--	--	--

			<p>karyawannya melalui pemberian makan dua kali dalam sehari dan gaji yang terjamin, jika seandainya karyawan sakit maka karyawan tersebut boleh izin tidak bekerja, pengelola tidak memaksakan karyawannya bekerja di saat sakit. Tidak ada program kesejahteraan untuk karyawan di WM Simpang Empat, namun pengelola akan selalu memperhatikan karyawan dan memperdulikan karyawannya supaya tidak sengsara sehingga sampai saat ini para karyawan sudah merasa sejahtera dengan semua yang diberikan WM Simpang Empat. Pelayanan yang dilakukan WM Simpang Empat selama ini sudah mantap dengan keramah-tamahannya, namun pengelola ingin meningkatkan pelayanan WM Simpang Empat agar lebih baik dari tahun ke tahun dan menjadi restoran yang sesungguhnya. Jumlah pelanggan perhari di WM Simpang Empat kurang lebih sekitar 100 orang dan itu tergantung rezeki juga jadi mungkin lebih sedikit atau lebih banyak dari jumlah tersebut.</p> <p>Proses: Proses pengolahan bahan makanan untuk menjadi menu yang siap saji sangatlah diperlukan ketelitian dan kesabaran sehingga sedikit saja kecerobohan akan mengakibatkan menu kurang sempurna dan dampaknya akan menyebar menjadi sangat</p>
--	--	--	--

		<p>fatal jika tidak ditangani dengan seksama. Semua menu masakan membutuhkan proses yang lumayan rumit sehingga jadilah masakan khas banjar yang pas di lidah orang banjar.</p> <p>Phsycal Evidence/Bukti Fisik Bisnis: Bangunan WM Simpang Empat tidak memiliki dekorasi khusus yang membuat dia berbeda dari warung makan yang lainnya. Itulah kekurangan yang masih harus diperbaiki oleh pengelola WM Simpang Empat, tapi kelebihan yang dimiliki WM Simpang Empat setidaknya dia adalah warung makan yang klasik, sederhana, luas dan ruangnya panjang sehingga pelanggan yang makan bisa lebih leluasa makan di manapun mereka inginkan. Selama bertahun-tahun WM Simpang Empat beroperasi, mereka belum mempunyai buku catatan keuangan sama sekali, selama ini seluruh transaksi bisnis yang dijalankan WM Simpang Empat dapat dikatakan hanya dicatat dan diingat dalam kepala pemilik dan pengelola saja. Bukti transaksi yang biasanya digunakan WM Simpang Empat adalah nota, namun itupun tidak semua transaksi memakai nota.</p>
--	--	--

2	Hidayati	Tidak mengetahui tentang manajemen strategi bisnis, namun selalu menerapkan penyajian, pelayanan, promosi dan dekor tempat yang tak akan kalah saing dengan warung makan yang lain yang ada di sekitar wilayah Bumi Mas. Selalu menyajikan makanan dengan SOP yang telah ditentukan oleh pengelola, alat-alat dapur yang digunakan juga selalu bersih higienis, selalu dicuci setiap hari, menyajikan makanan yang halal, enak dan pas di kantong pembeli.	Tidak begitu mengerti soal promosi, tapi mereka selalu menawarkan menu makanan WM Simpang Empat dengan baik kepada pelanggan dan pelanggan biasanya akan secara otomatis memperkenalkan menu mereka kepada kawankawannya, kata istilah yang mereka pakai adalah promosi dari mulut ke mulut, suaminya juga telah memposting menu mereka di Grab Food dan Gojek Food. Namun sekarang tidak ada promosi online lagi karena berbagai masalah.
3	Muhammad Maulana	WM Simpang Empat telah meramu menu makanannya sedemikian rupa agar bisa dinikmati berbagai kalangan baik yang tua maupun yang muda. Pelayanan di WM Simpang Empat sudah sangat memuaskan karena pelayannya begitu ramah kepada pelanggan dan menu makanannya tidak mengecewakan.	Rasa makanan WM Simpang Empat memang 90% sama dengan warung makan yang lainnya, tapi 10%-nya tergolong unik karena diramu sendiri, contohnya sambel acan dan kuah ketupat kandangan.

Sumber : (Wawancara Pribadi, 2020, hlm. 44-50)

B. Analisis Implementasi Manajemen Strategi Bisnis WM Simpang Empat di Kota Banjarmasin

1. Implementasi Pengelolaan Bisnis WM Simpang Empat di Kota Banjarmasin

Implementasi merupakan penerapan atau pelaksanaan yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang) dan pengelolaan (manajemen) merupakan proses yang memberikan pengaturan dan pengawasan pada semua unsur yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian tujuan. Sedangkan manajemen strategi bisnis seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya merupakan kegiatan perencanaan,

pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap suatu bisnis atau organisasi komersil yang bertujuan memperoleh laba atau keuntungan jangka panjang. Secara singkat MSB adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial terkait kinerja jangka panjang organisasi (dalam lingkup bisnis atau perusahaan).

MSB yang dipakai oleh WM Simpang Empat sangat berhubungan dengan manajemen pemasaran yang di dalamnya ada terdapat ilmu bauran pemasaran atau *marketing mix*. Marketing mix termasuk strategi bisnis dalam langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang manajemen strategi bisnis, yang mana disebutkan bahwa langkah ke empat dari manajemen strategi bisnis adalah mengidentifikasi kunci sukses perusahaan atau industri bisnis. Kunci sukses tersebut sering disebut dengan istilah *keysucces factor* (faktor-faktor kunci keberhasilan) dari sebuah usaha atau bisnis. Faktor-faktor kunci keberhasilan industri dapat berupa kualitas produk, hubungan yang baik dengan pemasok, layanan pelanggan yang prima, tenaga kerja yang terlatih dan terampil, lokasi toko yang strategis, dan sebagainya. Variabel-variabel terkendali ini dapat menentukan kemampuan industri untuk bersaing dalam segmen pasar yang digelutinya. Karena sudah jelas bahwa MSB WM Simpang Empat harus diamati dari bagaimana WM Simpang Empat memfokuskan sumber dayanya dalam strategi bisnis bauran pemasaran (*marketing mix*), maka berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan, karyawan, dan konsumen WM Simpang Empat di Kota Banjarmasin yang peneliti lakukan diperoleh data bahwa WM Simpang Empat sudah menerapkan sebagian ilmu MSB dengan cukup baik, namun di beberapa aspek lainnya masih kurang kerana kurangnya pengetahuan pimpinan terhadap ilmu MSB dan karena beberapa keadaan yang membuat pimpinan masih terbelenggu untuk menerapkan strategi bisnis yang telah dia peroleh dari pengalamannya walaupun pimpinan masih belum memahami secara penuh apa itu MSB (Manajemen Strategi Bisnis). MSB yang diterapkan oleh WM simpang empat adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu melalui pengelolaan produk

(*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), kru manajemen atau sumber daya manusia (*people*), proses (*procces*), dan bukti fisik perusahaan/industri bisnis (*physical evidence*).

Hasil dari analisis wawancara dan penelitian lapangan ditemukan bahwa WM Simpang Empat telah melakukan strategi produk, harga, tempat, dan proses dengan cukup baik sehingga dapat bertahan hingga 21 tahun lebih. Namun WM Simpang Empat masih kurang menerapkan MSB dengan baik melalui strategi promosi, kru manajemen atau sumber daya manusia, dan bukti fisik perusahaan/industri bisnis.

Promosi yang efektif dan efisien tidak cukup hanya dengan berkisah mengenai produk tertentu melalui mulut ke mulut, itu akan memakan waktu yang lama. Apalagi hanya mendirikan bisnis dan membiarkan bisnis itu berjalan tanpa adanya promosi, yang di dapat hanyalah kemandekan. Begitu pula warung makan, tidak cukup memperkenalkan menu masakannya hanya dengan *sharing* pendapat atau bercerita, mengobrol atau hanya berkisah kepada teman-teman sejawat saja, warung makan perlu menerapkan strategi promosi yang benar-benar membawanya kepada kemajuan bisnis, yang benar-benar membawa keuntungan jangka panjang yang lebih dan lebih. Promosi yang dilakukan WM Simpang Empat sangatlah kurang, mereka tidak konsisten dalam melakukan promosi via online, mereka hanya fokus menjalankan usaha warung makan apa adanya. Melayani pelanggan, menyiapkan menu, menyajikannya, kemudain pulang, itu saja kegiatannya sampai tutup. Mereka juga tidak melakukan tawaran promosi yang menarik, contohnya diskon atau memberikan program-program menarik untuk pelanggan dan sebagainya. Promosi WM Simpang Empat berupa *sharing* pendapat, berkisah atau yang lebih sering disebut promosi dari mulut ke mulut pun saat ini sudah jarang dilakukan atau malah sudah diabaikan karena mereka merasa cukup dengan jumlah pelanggan yang sekarang, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa WM Simpang Empat telah terlalu puas dengan hasil promosinya selama 21 tahun tersebut dan tidak melakukan

promosi dengan gencar lagi. WM Simpang Empat saat ini sedang dalam masa kemandekannya, padahal untuk mencapai tujuan visi dan misinya diperlukan strategi promosi yang aktif dan lebih gencar.

Promosi yang efektif adalah promosi yang terus digencarkan untuk memperoleh kemajuan serta kesuksesan usaha, tidak boleh berhenti, tidak boleh cepat berpuas diri, apalagi putus asa dalam melakukan promosi. Promosi yang efektif juga sangat mendukung perkembangan bisnis warung makan, misalnya dengan melakukan *soft launching* (peluncuran awal/pembukaan kecil-kecilan) dengan kreatif, memanfaatkan sosial media, memberikan program-program menarik untuk pelanggan, strategi *up sell* (penawaran harga tertinggi/lebih mahal) yang menarik, kerjasama dengan komunitas, email dan *mobile marketing* (strategi pemasaran digital multi-saluran), blog dan video, stiker promosi di tempat-tempat menunggu, dan memastikan masakan yang enak serta pas dilidah pelanggan sehingga memancing testimonial dan promosi tersebar dari mulut ke mulut (Amrun, 2020).

Manajemen strategi juga tidak akan berjalan dengan semestinya jika strategi promosi tidak diterapkan, karena menurut Pearce dan Robinson manajemen strategi adalah hasil promosi dan pelaksanaan rencana-rencana yang dibentuk untuk mencapai tujuan organisasi atau industri.

Selanjutnya masalah Kru manajemen atau SDM WM Simpang Empat (*people*), yang mana struktur organisasi WM Simpang Empat tidak dibentuk dengan baik, tidak ada bagian kru khusus yang bertugas untuk merencanakan rencana ke depan terkait manajemen strategi WM Simpang Empat, struktur organisasi WM Simpang Empat terlalu sederhana, yaitu hanya berisikan pimpinan/pengelola dan karyawan saja. Walaupun terkesan rumit dan elit, bisnis yang maju memang memerlukan kru manajemen khusus agar penerapan MSB dilakukan dengan benar (efektif dan efisien). Untuk mensiasati hal tersebut seharusnya WM Simpang Empat setidaknya memberikan pemahaman mendalam kepada karyawan tentang manajemen

strategi agar karyawan mampu melaksanakan tugas dengan baik untuk mencapai visi dan misi WM Simpang Empat dengan lebih baik. Namun justru bahkan pimpinannya sendiri belum memahami secara mendalam bagaimana ilmu manajemen strategi bisnis itu sendiri alih-alih menerapkannya. Karena kurangnya pemahaman pimpinan WM Simpang Empat terhadap MSB, maka fungsi karyawan yang sesungguhnya juga tidak berhasil dikembangkan secara menyeluruh. Fungsi adalah tugas seseorang atau tujuan alami dari sesuatu (Budisma, 2018, prg. 2), artinya fungsi karyawan adalah tugas atau tujuan alami dari karyawan itu sendiri. Fungsi karyawan adalah menjalankan semua tugas yang diberikan oleh atasan termasuk menerima arahan untuk memajukan bisnis perusahaan atau industri. Namun, alhasil karyawan di WM Simpang Empat hanyalah digunakan sebagai karyawan (bidak catur) semata, bukan digunakan untuk perkembangan bisnis, mereka tidak diberi arahan untuk memajukan bisnis WM Simpang Empat karena selama ini WM Simpang Empat hanya memandang karyawan sebagai beban biaya usaha bukan aset usaha. Padahal jika karyawan difungsikan dengan benar dengan cara mengedukasi karyawan dengan MSB, akan setidaknya membuat karyawan tersebut melakukan promosi juga ke setiap jaringannya. Lebih besar lagi, karyawan yang difungsikan secara penuh dengan penerapan MSB akan mempermudah kelancaran usaha dan pencapaian visi dan misi serta perkembangan bisnis. Maka saat ini seharusnya WM Simpang Empat berhenti memandang karyawan sebagai biaya usaha, namun harus mulai memandang karyawan sebagai aset bisnisnya mengingat persaingan dalam dunia bisnis yang kian hari semakin ketat dan dinamis.

Terakhir, masalah kurangnya perhatian pimpinan WM Simpang Empat terhadap pentingnya bukti fisik perusahaan/industri bisnis (*physical evidence*) yang merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan utama suatu bisnis dalam penerapan MSB untuk mencapai visi dan misi. WM Simpang Empat tidak memiliki buku catatan keuangan sebagai bukti fisik bisnis yang seharusnya dimiliki oleh setiap

bisnis warung makan untuk mengevaluasi hasil kinerja bisnisnya dan itulah yang membuat MSB tidak berjalan dengan baik di WM Simpang Empat.

2. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Manajemen Strategi WM Simpang Empat di Banjarmasin

Manajemen strategi WM Simpang Empat berupa pelayanan yang ramah dan makanan yang halal lagi baik sudah sesuai dengan arahan syariat Islam, secara garis besar mereka sangat mengutamakan akhlak dan adab yang baik ketika berkomunikasi atau berhubungan dengan pelanggan maupun hubungan dari atasan ke karyawan atau sebaliknya. WM Simpang Empat telah menerapkan *Hablum Minannas* (Hubungan Sesama Manusia) dengan sangat baik kepada semua *stakeholder* warung makan, karyawan, pemilik, pimpinan maupun pelanggan yang datang untuk membeli di WM Simpang Empat. WM Simpang Empat telah memiliki azas, orientasi, motivasi, dan strategi yang sesuai dengan Manajemen Strategi Syariah, namun masih ada beberapa aspek yang belum mereka pahami. WM Simpang Empat telah berlandaskan pada azas tauhid, orientasinya duniawi hingga ukhrawi, dan motivasinya mengharapkan keberkahan dan keridhaan Allah (*mardhatillah*). Demikian juga dalam penyusunan/formulasi strategi dan implementasinya WM Simpang Empat menerapkan strategi-strategi yang mengacu pada ketentuan-ketentuan syariah Islam, yaitu tidak bertentangan dengan Al-Quran dan Hadits, dengan mengedepankan aturan halal dan haram, pahala dan dosa, kerja sama bagi hasil yang saling menguntungkan semua pihak, tidak serakah dan merugikan pihak lain. Namun kekurangan WM Simpang Empat adalah mereka tidak begitu baik dalam persaingan bisnis, padahal dalam hukum ekonomi syariah dan manajemen strategi syariah, persaingan itu bukanlah hal yang tabu, malah persaingan adalah hal yang membuat pebisnis saling berlomba-lomba dalam keunggulan usahanya dan akhirnya juga akan mengantarkan para pelakunya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan (*Ta'awwanu 'alal Birri wattaqwa*).

WM Simpang Empat selalu mengedepankan kepuasan pelanggan sesuai dengan teladan yang dilakukan Nabi Muhammad, yaitu selalu memberikan *value* produknya seperti yang dikatakan atau dijanjikannya. Hal itu sesuai dengan kiat Nabi dalam menjamin *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Mereka selalu memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan, melayani dengan tulus sepenuh hati. WM Simpang Empat telah menerapkan MSS yang sesuai dengan teladan Nabi, yaitu sangat mencintai konsumen dan pelanggannya seperti mereka mencintai diri mereka sendiri. Hal tersebut sesuai dengan sabda Nabi yang artinya: “*Demi yang diriku di tangan-Nya, seseorang tidak dikatakan beriman, sebelum ia mencintai saudaranya, sebagaimana cintanya kepada diri sendiri.*” (HR. Bukhari & Muslim). WM Simpang Empat juga mempunyai kompetensi dalam berbisnis seperti jiwa bisnis Nabi Muhammad, yaitu kemampuan berbisnis dengan hati. Namun WM Simpang Empat masih belum bisa meniru teladan Nabi dalam berbisnis secara keseluruhan, WM Simpang Empat masih belum bisa meraih *market share* dengan memaksimalkan promosi yang seharusnya mereka gencarkan sesuai strategi promosi dalam MSB. Walaupun seperti itu, WM Simpang Empat tetap eksis hanya dengan dua kompetensi dari tiga kompetensi yang seharusnya mereka teladani dari Nabi SAW, yaitu *mind share* dan *heart share*. Sayangnya WM Simpang Empat belum mampu membaca peluang dan situasi bisnis seutuhnya, tanpa mengabaikan kebutuhan dan keinginan pelanggannya seperti Nabi, itulah yang menyebabkan WM Simpang Empat mengalami kemandekan usaha dan hanya bertahan dengan kurang dari 100 pelanggan saja tiap harinya, tanpa ada perkembangan lagi. Alhasil, rencana pimpinan untuk menjadikan WM Simpang Empat menjadi sebuah restoran akan semakin jauh dan menjauh, karena mereka belum memahami MSS dengan baik.

WM Simpang Empat telah menerapkan efisiensi bisnis sesuai dengan aturan syariah, mereka menjalankan bisnis dengan benar, jujur, dan amanah. Hal ini telah sesuai dengan ajaran Nabi, yaitu menanamkan sifat *shiddiq* dan amanah yang

dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas bisnis untuk berbagai strategi dalam MSB maupun MSS. WM Simpang Empat telah memberikan *good value* sesuai dengan harga menu masakannya, mereka jujur dan transparan dalam melayani pelanggan, masakannya juga sesuai dengan cita rasa yang ditawarkan kepada pelanggan, tidak membohongi pelanggan. Karena sikap jujur adalah inti dari nilai tambah dan pengalaman lebih yang akan ditawarkan sebaik apapun *value* yang mereka coba tawarkan, WM Simpang Empat telah meneladani cara berbisnis ala Nabi SAW. Akan tetapi pimpinan dan karyawan WM Simpang Empat masih belum memahami tentang persaingan sehat yang diajarkan oleh Nabi SAW, sehingga mereka tidak melakukan yang terbaik untuk mengungguli pesaing bisnis lainnya. Padahal bukan menjadi persoalan yang tabu, tapi justru persaingan seharusnya dijadikan sebagai sarana untuk bisa berprestasi secara fair dan sehat (*fastabikul al-khayrat*). Adanya persaingan justru harus bisa memicu umat Islam khususnya pihak WM Simpang Empat untuk menjadi umat yang terbaik (*khairu ummat*). WM Simpang Empat tidak memperhatikan tiga unsur persaingan yang diajarkan dalam Islam, mereka tidak memperhatikan pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk atau jasa yang dipersaingkan.

- a. Pihak-pihak yang bersaing. Semua bisnis kuliner khususnya warung makan adalah pesaing bisnis WM Simpang Empat, seharusnya WM Simpang Empat memperhatikan para pesaingnya agar dapat mengembangkan bisnisnya, agar dapat mengetahui hal-hal apa saja yang masih kurang dari bisnisnya dibandingkan dengan warung makan yang lain, bukan hanya menawarkan produk yang standar saja. Tugas WM Simpang Empat adalah melakukan bisnis untuk mendapatkan rezeki dengan cara yang sebaik-baiknya.
- b. Segi cara bersaing. Nabi Muhammad saw., memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Nabi tidak pernah melakukan

bisnis untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah saw., berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Dalam berhubungan dengan rekanan bisnis, setiap pebisnis muslim haruslah memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad-akad bisnis. Dalam berakad, haruslah sesuai dengan kenyataan tanpa manipulasi. Namun sayangnya WM Simpang Empat saat ini hanya menjalankan bisnisnya dengan seadanya tanpa memperhatikan dan mengetahui daya saingnya, padahal masih banyak potensi WM Simpang Empat yang masih belum digali.

- c. Produk (barang dan jasa) yang dipersaingkan. Beberapa keunggulan baru yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah produk yang halal dan berkualitas, harga yang kompetitif, tempat bisnis yang nyaman, dan pelayanan yang baik termasuk layanan purna jual. WM Simpang Empat masih belum memahami cara memaksimalkan potensi dan daya saing produknya serta menyediakan tempat bisnis yang bersih dan nyaman untuk pelanggannya.