

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan informan, yakni Pemilik CV. Catering Singgah Helo Marabahan, terkait dengan strategi bersaing yang diterapkan dalam menjalankan usaha di bidang kuliner, diperoleh sejumlah informasi dan data penting yang menjadi dasar analisis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Gambaran Umum CV. Catering Singgah Helo Marabahan

CV. Catering Singgah Helo adalah sebuah bisnis kuliner yang telah berkecimpung dalam dunia kuliner lebih dari seperempat abad, keberhasilan dan eksistensinya yang berkelanjutan adalah buah dari sejarah panjang yang didirikan pada tahun 1998 yang berlokasi di Jalan Aes Nasution No. 98, Marabahan, Kecamatan Marabahan Kota, Barito Kuala, Kalimantan Selatan. Hingga saat ini masih teguh berdiri sebagai salah satu catering legendaris di kota Marabahan. Bisnis ini berawal dari tekad dan usaha keras seorang perempuan tangguh, yakni Ibu Hj. Hasanah.

Asal usul nama CV. Catering Singgah Helo ini berasal dari kata ‘singgah helo’, yang dalam bahasa Dayak Bakumpai berarti ‘ayo mari mampir dulu’. Dalam budaya Dayak Bakumpai, ungkapan ini tidak hanya sekadar ajakan biasa, tetapi juga mengandung makna penghormatan kepada pelanggan sebagai bagian dari tradisi lokal masyarakat Marabahan. Dengan memilih nama ini, CV. Catering

Singgah Helo tidak hanya membawa identitas budaya lokal ke dalam usahanya, tetapi juga menjadikan nilai-nilai kearifan lokal sebagai dasar pelayanannya.

Berawal dari sebuah warung usaha kuliner kecil di kota Marabahan, CV. Catering Singgah Helo telah menjelma menjadi salah satu penyedia jasa catering ternama di daerah ini. Perjalanan panjang yang penuh lika-liku ini dimulai pada tahun 1998, ketika seorang Ibu Hasanah si pemilik catering dengan semangat yang membara merintis usaha kulinernya. Awalnya, warung kecil ini hanya menyajikan menu-menu rumahan sederhana yang hanya beroperasi selama tiga bulan, warung ini berhasil mencuri perhatian masyarakat setempat berkat cita rasa masakannya yang unik dan menggugah selera. Keberhasilan warung kecil ini dalam menarik minat pelanggan menjadi bukti nyata akan potensi besar yang dimiliki usaha kuliner ini.

Melihat potensi yang besar, pemilik warung kemudian memutuskan untuk mengembangkan usahanya menjadi jasa catering. Dengan modal yang terbatas dan pengalaman yang minim, ia memulai bisnis catering dengan melayani pesanan untuk kantor-kantor di sekitar Marabahan. Fokus utama pada masa-masa awal adalah memberikan pelayanan yang terbaik dan menjaga kualitas rasa makanan. Seiring berjalannya waktu, Catering Singgah Helo terus berkembang dan memperluas jangkauan layanannya. Tidak hanya melayani pesanan untuk acara kantor, Catering Singgah Helo juga menerima pesanan untuk acara-acara pribadi seperti pernikahan, ulang tahun, dan acara keluarga lainnya.

Kemudian seiring berjalannya waktu, pada tahun 2015 Catering Singgah Helo ini resmi beralih menjadi CV. Catering Singgah Helo. Dengan status badan

hukum yang jelas, catering dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta menjamin keamanan dan kebersihan makanan yang disajikan. Hal ini sejalan dengan komitmen untuk selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin beragam, CV. Catering Singgah Helo terus berinovasi dalam menciptakan menu-menu baru yang menarik.

Adapun daftar menu yang dijual di CV. Catering Singgah Helo Marabahan yaitu:

Tabel 4.1 Daftar Menu CV. Catering Singgah Helo Marabahan

DAFTAR MENU CV. CATERING SINGGAH HELO MARABAHAN	
Menu Prasmanan Paket A (Rp. 35.000)	
Menu A	Menu B
- Nasi Putih - Sop Mutiara - Ayam Goreng - Mie Goreng - Sambal Goreng Hati - Buah-buahan - Air Mineral	- Nasi Putih - Daging Rendang - Bihun Goreng - Sambal Goreng Hati - Pangsit Goreng - Buah-buahan - Air Mineral
Menu C	Menu D
- Nasi Putih - Ayam Goreng/Bistik - Bihun Goreng - Sop Mutiara - Selada Ayam - Buah-buahan - Air Mineral/Teh/Sirup	- Nasi Putih - Ayam Asam Manis - Mie Goreng - Ayam Jamur - Sop Bakso - Buah-buahan - Air Mineral/Teh/Sirup
Menu Prasmanan Paket B (Rp. 40.000)	
Menu A	Menu B
- Nasi Putih - Sop Mutiara - Ayam Goreng - Mie Goreng - Kakap Asam Manis - Selada Ayam - Buah-buahan - Air Mineral	- Nasi Putih - Sop Mutiara - Ayam Goreng - Bihun Goreng - Daging Rendang - Sambal Goreng Hati - Buah-buahan - Air Mineral/Teh/Sirup

Menu C	Menu D
- Nasi Putih - Sop Bakso - Ayam Asam Manis - Bihun Goreng - Kakap Goreng Tepung - Ayam Ca Jamur - Buah-buahan - Air Mineral	- Nasi Putih - Ayam Panggang - Sop Mutiara - Mie Goreng - Pangsit Goreng - Fu Yung Hai - Buah-buahan - Air Mineral
Menu Prasmanan Paket C (Rp. 45.000)	
Menu A	Menu B
- Nasi Putih - Sop Mutiara - Ayam Asam Manis - Sop Tahu - Mie Goreng - Daging Bistik - Es Buah - Air Mineral	- Nasi Putih - Ayam Goreng Rempah - Ayam/Daging Bistik - Sop Tahu - Sop Mutiara - Bihun Jamur - Es Buah - Air Mineral
Menu C	Menu D
- Nasi Putih - Sop Mutiara - Ayam Panggang - Bihun Goreng - Kakap Asam Manis - Udang Goreng Tepung - Es Buah - Air Mineral	- Nasi Putih - Sop Mutiara - Ayam Asam Manis - Daging Rendang - Bihun Goreng - Ayam Ca Jamur - Es Buah - Air Mineral
Menu Nasi Kotak	
Paket A (Rp. 18.000)	Paket B (Rp. 20.000)
- Nasi Putih - Sayur - Lauk 1 Macam - Kerupuk - Buah-buahan - Air Mineral	- Nasi Putih - Sayur - Lauk 2 Macam - Kerupuk - Buah-buahan - Air Mineral
Paket C (Rp. 25.000)	Paket D (Rp. 30.000)
- Nasi Putih - Sayur - Mie Goreng - Lauk 1 Macam - Kerupuk - Buah-buahan - Air Mineral	- Nasi Putih - Sayur - Mie Goreng - Lauk 2 Macam - Sambal Goreng Hati - Kerupuk/Emping Melinjo - Buah-buahan - Puding - Air Mineral

Menu Aneka Hidangan	
Sayuran	Lauk
- Sayur Asam Banjar - Sayur Balamak/Umbut - Sayur Keladi - Urap - Ampal Jagung - Ampal Udang - Sop Mutiara - Sop Ayam - Sop Bakso - Sop Sosis	- Daging Rendang - Daging Karih - Daging Bistik - Daging Bumbu Merah - Ayam Cabai Hijau - Ayam Ca Jamur - Selada Ayam/Daging - Ayam Goreng Rempah - Ayam Goreng Asam Manis - Ayam Panggang - Ayam Goreng Kentaki - Ayam/Telur Bumbu Bistik - Ayam/Telur Bumbu Karih - Ayam/Telur Bumbu Merah - Ayam Saus Tiram - Nila Panggang/Goreng - Patin Panggang/Goreng - Papuyu Panggang/Goreng - Saluang Goreng - Kakap Asam Manis - Kakap Goreng Tepung - Pais Patin - Sambal Goreng Udang - Udang Asam Manis - Udang Goreng Tepung - Udang Bakar
Menu Tambahan	
- Gado-gado - Sate - Laksa - Soto - Bakso - Martabak - Bingka	

Sumber: *Data diolah, Fitria Hayati, 2025.*

2. Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara dari:

Nama : Hj. Hasanah

Umur : 60 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pendidikan Terakhir : S1

Maka diperoleh hasil data Strategi Bersaing Usaha Kuliner (Studi Pada CV. Catering Singgah Helo Marabahan) berdasarkan teori Michael Porter (*Porter's Five Forces Model*) yaitu:

a. Para Pesaing Industri

Catering Singgah Helo Marabahan memiliki banyak pesaing catering yang lainnya tetapi tidak melihat pesaing sebagai ancaman, karena mereka meyakini bahwa rezeki sudah diatur. Mereka fokus pada menjaga mutu dan kualitas penjualan mereka sendiri agar ramai pelanggan datang. Meskipun ada catering lainnya, para pelanggan tetap setia pada Catering Singgah Helo Marabahan. Bagi Pemilik Cateing, jumlah pesaing tidak menjadi masalah, karena mereka percaya bahwa kualitasnya akan selalu menarik banyak pelanggan.

Catering Singgah Helo terus mengemban tantangan dari pesaing-pesaingnya dengan tekad yang kuat untuk menjaga kualitas tak tertandingi dalam segi rasa hidangan dan pelayanan yang unggul. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di dunia kuliner, mereka telah menjadikan pengutamaan utama adalah mempertahankan citra dan reputasi mereka sebagai destinasi makanan yang tak dapat diabaikan. Mereka tidak hanya berfokus pada penyediaan hidangan yang lezat dan autentik, tetapi juga memperhatikan setiap aspek yang memuaskan bagi setiap pelanggan. Dengan tekad yang kuat untuk selalu memberikan yang terbaik kepada setiap pelanggan, Catering Singgah Helo telah membuktikan bahwa keunggulan mereka bukanlah sekadar slogan, melainkan suatu komitmen yang diwujudkan dalam setiap menu hidangan yang disajikan dan setiap interaksi dengan pelanggan yang berharga.

Catering Singgah Helo telah lama dikenal sebagai jasa penyedia makanan yang tidak hanya unggul dalam kualitas rasa hidanganannya, tetapi juga dalam pelayanan yang ramah dan disiplin. Keunggulan yang membedakan mereka dari yang lain adalah tekad tak tergoyahkan untuk mempertahankan standar kualitas tinggi di kedua aspek tersebut, menciptakan pengalaman kuliner yang benar-benar istimewa bagi setiap pelanggan.

Makanan yang disajikan selalu lezat karena mereka menggunakan bahan-bahan terbaik dan memasaknya dengan sangat teliti. Mereka juga memiliki resep-resep tradisional yang diwariskan secara turun-temurun, menjadikan setiap hidangan mereka begitu istimewa dan autentik. Tidak hanya itu, pelayanan pemesanan catering di Catering Singgah Helo juga patut dijadikan contoh. Karyawan mereka selalu melayani pelanggan dengan keramahan, kedisiplinan, dan ketepatan waktu dalam memenuhi pesanan. Mereka memahami bahwa pengalaman memesan catering tidak hanya tentang hidangan yang lezat, tetapi juga tentang kenyamanan dalam setiap prosesnya. Setiap pelanggan yang memesan catering di sini akan merasa dihargai dan dilayani dengan baik, menciptakan kesan positif yang membuat mereka kembali untuk menggunakan layanan ini di kemudian hari.

Catering Singgah Helo sangat bangga dengan reputasinya sebagai penyedia layanan catering yang selalu memberikan kualitas terbaik, baik dalam rasa maupun pelayanan. Mereka memahami bahwa keberhasilan ini adalah hasil dari komitmen mereka untuk menjaga standar yang tinggi. Meskipun persaingan di dunia kuliner semakin ketat, Catering Singgah Helo tetap menjadi pilihan utama

bagi banyak pelanggan. Mereka bertekad untuk terus berusaha menjaga reputasi ini dengan memberikan pengalaman catering yang istimewa dan memuaskan.

b. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Catering Singgah Helo memiliki banyak pelanggan setia. Beberapa di antaranya bahkan mengatakan bahwa mereka selalu memilih layanan catering dari Singgah Helo untuk acara istimewa karena kualitas dan cita rasanya yang tak tertandingi. Ada juga pelanggan yang begitu terkesan hingga selalu memesan catering di setiap momen penting keluarga mereka. Catering Singgah Helo juga menjadi pilihan utama bagi banyak pelanggan yang membutuhkan layanan catering untuk acara kantor. Mereka selalu siap menyajikan hidangan lezat dan berkualitas, menjadikan setiap acara di kantor berjalan lancar dengan menu yang memuaskan selera. Dengan pelayanan profesional dan konsisten, Catering Singgah Helo memastikan setiap kebutuhan catering kantor dapat terpenuhi dengan baik. Salah satu kisah menarik adalah tentang pelanggan yang memastikan jadwal pesannya disesuaikan dengan ketersediaan menu favorit mereka, menunjukkan betapa kuatnya loyalitas terhadap layanan ini.

Catering Singgah Helo menawarkan berbagai hidangan khas banjar, seperti hidangan ayam dan ikan sungai seperti: kakap, nila, patin, saluang, dll. Jika stok bahan baku dari pemasok utama habis, mereka akan mencari pasokan dari pasar lain untuk memastikan ketersediaan bahan yang tetap terjaga. Menariknya, Catering Singgah Helo memiliki kebijakan yang konsisten, yaitu hanya bekerja sama dengan satu pemasok tetap yang dipercaya untuk menjaga kualitas bahan baku yang digunakan.

Catering Singgah Helo, mereka memiliki prinsip yang sederhana namun jelas: jika harga barang dari pemasok naik, mereka tidak langsung mengurangi porsi makanan atau menaikkan harga kepada pelanggan. Kenaikan harga hanya dilakukan jika ada kenaikan barang pemasok dalam sebulan, sehingga harga jual disesuaikan secara wajar. Misalnya, jika harga ayam mengalami kenaikan, mereka akan menyesuaikan porsi hidangan ayam tanpa mengurangi kualitas. Mereka tidak khawatir dengan kenaikan harga bahan makanan atau kerugian finansial kecil, asalkan makanan yang disajikan tetap memenuhi standar kualitas tinggi yang diharapkan oleh pelanggan. Ini adalah komitmen mereka untuk selalu memberikan pengalaman yang istimewa bagi setiap pelanggan mereka.

c. Pendetang Baru Potensial

Catering Singgah Helo bersaing dengan beberapa pesaing serupa, seperti Jaya Catering, Quinn Barito Kuala Catering, Aira Catering, Zikri Catering, Liana Catering. Meskipun ada persaingan dari catering sejenis, Catering Singgah Helo tetap memiliki prinsip yang kuat dalam menghadapinya. Mereka berfokus pada kualitas rasa, pelayanan yang ramah, dan konsistensi dalam memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi setiap pelanggan.

Catering Singgah Helo tidak terlalu khawatir tentang persaingan dari pendatang baru. Sebaliknya, mereka lebih fokus pada menjaga kualitas makanan dan pelayanan yang telah teruji seiring waktu. Mereka yakin bahwa dengan tetap berfokus pada kepuasan pelanggan, baik pelanggan setia maupun yang baru, Catering Singgah Helo akan terus diminati dan menjadi pilihan utama untuk layanan catering yang istimewa. Sebagai contoh, banyak pelanggan yang lebih

memilih memesan masakan tradisional khas Banjar di Catering Singgah Helo, meskipun berbagai *street food* kekinian kini semakin populer. Bagi mereka, cita rasa autentik dan kelezatan masakan tradisional Banjar jauh lebih memuaskan, karena menyajikan hidangan dengan bahan-bahan pilihan dan resep turun-temurun yang sudah teruji. Hal ini menunjukkan kuatnya daya tarik dan reputasi Catering Singgah Helo di mata pelanggan. Meskipun tren kuliner terus berubah dengan munculnya beragam *street food* kekinian, Catering Singgah Helo tetap kukuh pada prinsipnya. Dengan mempertahankan kualitas dan keaslian rasa, mereka berhasil membuktikan bahwa masakan tradisional Banjar tetap relevan dan diminati. Itulah yang membuat Catering Singgah Helo menjadi tempat catering yang istimewa dan diminati oleh banyak orang.

d. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

Catering Singgah Helo melayani pesanan catering rata-rata sebanyak 100 porsi setiap hari, menghasilkan pendapatan kotor sekitar Rp5.000.000,00 per hari dan Setelah dikurangi dengan biaya operasional, mereka memperoleh pendapatan bersih sekitar Rp2.000.000,00 setiap hari. Tidak hanya itu, menu favorit seperti hidangan ayam dan ikan laut yang masing-masing disajikan dalam jumlah besar setiap hari, selalu habis terjual. Banyaknya permintaan ini mencerminkan popularitas dan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas makanan yang disajikan oleh Catering Singgah Helo.

Penjualan di Catering Singgah Helo terus mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu, mulai dari awal berdirinya hingga sekarang. Keberhasilan mereka dalam menjaga popularitas selama ini dapat terlihat dari konsistensi

pesanan catering yang tetap tinggi setiap harinya, dengan rata-rata 100 porsi terjual. Hal ini menunjukkan bahwa Catering Singgah Helo tetap menjadi pilihan utama pelanggan, baik untuk acara kantor, keluarga, maupun kebutuhan harian, bahkan di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat.

Strategi yang digunakan oleh Catering Singgah Helo ini terbilang sederhana namun sangat efektif. Mereka menempatkan fokus utama pada dua aspek krusial dalam layanan catering, yaitu kualitas rasa dan pelayanan yang unggul. Dalam hal rasa, Catering Singgah Helo selalu berkomitmen untuk menjaga kelezatan dan autentik, yang disiapkan berdasarkan resep turun-temurun yang telah teruji. Mereka menyadari bahwa cita rasa makanan adalah kunci utama untuk mempertahankan pelanggan setia.

Selain itu, pelayanan yang ramah, disiplin, dan tepat waktu menjadi landasan utama strategi operasional Catering Singgah Helo. Mereka sangat peduli terhadap kenyamanan pelanggan, tidak hanya dalam hal menyambut pelanggan dengan senyuman dan keramahan, tetapi juga dalam memastikan ketepatan waktu pengiriman dan kualitas makanan yang tetap terjaga. Aspek pelayanan ini mencakup kedisiplinan dalam mempersiapkan pesanan, kejelasan komunikasi terkait jadwal pengiriman, serta komitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai harapan. Bagi Catering Singgah Helo, memastikan bahwa pelanggan merasa nyaman dan puas dengan layanan mereka adalah prioritas utama. Oleh karena itu, strategi sederhana namun efektif ini telah membantu Catering Singgah Helo mempertahankan daya tariknya di tengah persaingan dan memastikan

kepercayaan pelanggan, baik pelanggan lama maupun baru, tetap terjaga dari waktu ke waktu.

Catering Singgah Helo telah membangun reputasi yang kuat melalui rekomendasi dari mulut ke mulut, sebuah tradisi yang telah dikenal sejak lama. Menariknya, mereka tidak pernah menggunakan dana untuk membayar orang-orang agar mempromosikan usaha mereka. Mereka percaya bahwa kualitas makanan dan pelayanan yang mereka tawarkan akan berbicara sendiri, menciptakan pengalaman positif yang secara alami mendorong pelanggan untuk berbagi cerita dengan teman dan keluarga. Hal ini menjadi bukti nyata bahwa kepuasan pelanggan adalah strategi promosi terbaik yang mampu menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan dari waktu ke waktu.

e. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Ada beberapa ancaman yang mungkin dihadapi dalam pengelolaan Catering Singgah Helo. Salah satunya adalah persaingan dengan layanan catering serupa atau penyedia makanan lain di sekitarnya, yang dapat menjadi ancaman jika pesaing memiliki strategi pemasaran atau promosi yang lebih agresif. Selain itu, perubahan selera dan preferensi konsumen juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi popularitas layanan catering ini. Jika konsumen mulai beralih ke jenis makanan atau penyedia jasa catering lain, hal tersebut dapat berdampak pada penurunan permintaan dan pendapatan.

Dalam menghadapi berbagai tantangan yang mungkin muncul dalam pengelolaan Catering Singgah Helo, pendekatan sederhana namun efektif diambil untuk memastikan keberlangsungan usaha. Pertama, mereka tetap berpegang

teguh pada prinsip utama, yaitu menjaga kualitas layanan catering dan cita rasa makanan. Catering Singgah Helo percaya bahwa kualitas adalah kunci kesuksesan, sehingga fokus diberikan pada upaya berkelanjutan untuk menghadirkan pengalaman kuliner terbaik bagi pelanggan mereka. Selain itu, pengelolaan biaya menjadi prioritas penting dalam strategi mereka. Catering Singgah Helo selalu mencari cara untuk mengoptimalkan pengeluaran operasional tanpa mengorbankan kualitas. Ini mencakup manajemen persediaan yang efisien, di mana mereka berusaha menjaga ketersediaan bahan baku dengan tepat tanpa kelebihan atau kekurangan. Mereka juga sangat selektif dalam memilih pemasok, memastikan harga yang kompetitif tanpa mengurangi kualitas bahan baku. Terakhir, Catering Singgah Helo membangun loyalitas pelanggan sebagai fondasi utama bisnis. Mereka percaya bahwa menjaga hubungan baik dengan pelanggan setia adalah kunci untuk keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, mereka selalu berupaya memberikan pelayanan yang ramah, berkualitas, dan konsisten kepada setiap pelanggan. Hal ini juga mencakup memberikan insentif kepada pelanggan setia serta berusaha memahami kebutuhan dan preferensi mereka dengan baik. Dengan pendekatan ini, Catering Singgah Helo yakin dapat menghadapi berbagai tantangan yang mungkin muncul dalam industri kuliner dan tetap menjadi pilihan utama untuk kebutuhan catering pelanggan mereka.

Tabel 4.2 Hasil Ringkasan Penyajian Data

No.	<i>Porter's Five Forces Model</i>	Hasil Penyajian Data
1.	Para Pesaing Industri	- Catering Singgah Helo Marabahan memiliki banyak pesaing catering yang lainnya tetapi tidak melihat

		pesaing sebagai ancaman. - Menghadapi pesaing dengan fokus pada menjaga kualitas penjualan. - Mempertahankan citra rasa makanan, memberikan pelayanan pemesanan terbaik dengan ramah dan disiplin kepada pelanggan. - Menggunakan bahan-bahan yang terbaik, tidak hanya unggul dalam kualitas rasa hidangannya, tetapi juga dalam pelayanan yang ramah dan disiplin seperti memberikan pelayanan terbaik dengan keramahan, kedisiplinan, dan ketepatan waktu dalam memenuhi pesanan.
2.	Kekuatan Tawar Menawar Pemasok	- Memiliki prinsip yang sederhana namun jelas, jika harga barang dari pemasok naik, mereka tidak langsung mengurangi porsi makanan atau menaikkan harga kepada pelanggan. Kenaikan harga hanya dilakukan jika ada kenaikan barang pemasok dalam sebulan, sehingga harga jual disesuaikan secara wajar. Misalnya, jika harga ayam mengalami kenaikan, mereka akan menyesuaikan porsi hidangan ayam tanpa mengurangi kualitas. Mereka tidak khawatir dengan kenaikan harga bahan makanan atau kerugian finansial kecil, asalkan makanan yang disajikan tetap memenuhi standar kualitas tinggi yang diharapkan oleh pelanggan.
3.	Pendatang Baru Potensial	- Memiliki beberapa pesaing serupa, seperti Jaya Catering, Quinn Barito Kuala Catering, Aira Catering, Zikri Catering, Liana Catering. - Tidak terlalu khawatir tentang persaingan, meskipun pesaing serupa

		mungkin menganggap mereka sebagai pesaing, fokus utama tetap pada menjaga kualitas makanan dan pelayanan kepada pelanggan yang telah terbukti setia selama bertahun-tahun.
4.	Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli	- Melayani pesanan catering rata-rata sebanyak 100 porsi setiap hari, menghasilkan pendapatan kotor sekitar Rp5.000.000,00 per hari dan Setelah dikurangi dengan biaya operasional, mereka memperoleh pendapatan bersih sekitar Rp2.000.000,00 setiap hari. Tidak hanya itu, menu favorit seperti hidangan ayam dan ikan laut yang masing-masing disajikan dalam jumlah besar setiap hari, selalu habis terjual. - Penjualan terus mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu, mulai dari awal berdirinya hingga sekarang. - Strategi yang digunakan adalah fokus utama pada dua aspek, yaitu kualitas rasa yang mengikuti resep warisan keluarga, serta pelayanan yang ramah, disiplin, dan tepat waktu. - Membangun reputasi yang kuat melalui mulut ke mulut sejak lama, tanpa pernah membayar orang untuk mempromosikan usaha mereka. Mereka percaya bahwa kualitas makanan dan pelayanan akan berbicara sendiri, sehingga konsumen yang puas akan dengan senang hati berbagi pengalaman dengan teman dan keluarga.
5.	Ancaman Produk atau Jasa Pengganti	- Ancaman dari pesaing yang memiliki strategi pemasaran agresif dan

		perubahan selera konsumen. - Menghadapi ancaman dengan tetap teguh pada prinsip menjaga kualitas penjualan dan cita rasa makanan. Mereka percaya bahwa kualitas adalah kunci kesuksesan, sehingga fokus diberikan pada mengoptimalkan biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas makanan, serta membangun fondasi yang kuat pada loyalitas pelanggan.
--	--	---

Sumber: *Data diolah, Fitria Hayati, 2025.*

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan informan, observasi awal maupun pengamatan langsung di lapangan selama proses riset, serta didukung oleh dokumen-dokumen yang relevan, peneliti menyusun analisis data yang disajikan secara sistematis. Analisis ini disusun guna menjawab rumusan masalah yang diangkat sebagai berikut.

1. Strategi Bersaing Usaha Kuliner CV. Catering Singgah Helo Marabahan

Industri makanan merupakan sektor yang memiliki prospek cerah karena berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok manusia, yaitu konsumsi sehari-hari. Permintaan yang konsisten membuat sektor ini relatif stabil dan tahan terhadap fluktuasi ekonomi. Selain itu, pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan kesadaran akan pola makan sehat, serta perubahan gaya hidup turut mendorong inovasi dan diversifikasi produk makanan. Faktor-faktor tersebut menarik minat banyak pengusaha untuk terlibat dan mengembangkan bisnis di bidang ini, menjadikannya salah satu sektor unggulan dalam perekonomian.

Secara umum, industri kuliner berawal dari makanan khas rumahan yang kemudian dikembangkan secara optimal agar memiliki nilai jual tinggi dan diminati di pasaran (Alamsyah, 2008, hlm. 78), dianggap menjanjikan karena mampu memberikan keuntungan besar. Selain itu, daya tarik industri ini mendorong banyak masyarakat lokal untuk terjun dalam usaha kuliner. Usaha di bidang kuliner menawarkan peluang yang sangat potensial bagi para pelaku bisnis, mengingat tingginya permintaan dan kecenderungan konsumsi masyarakat terhadap berbagai produk makanan dan minuman. Potensi keuntungan yang dapat diraih menjadikan sektor ini semakin diminati dan menjadi pilihan strategis bagi individu maupun kelompok yang ingin membangun dan mengembangkan usaha. Daya tarik inilah yang mendorong banyak orang untuk terlibat dalam industri kuliner secara lebih serius dan berkelanjutan (Puspita, 2017, hlm. 80).

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Juni 2022, tercatat sebanyak 11.223 unit usaha di Indonesia yang bergerak di sektor kuliner pada tahun 2020. Dari total tersebut, mayoritas atau sekitar 8.042 unit usaha (71,65%) merupakan restoran atau rumah makan. Sementara itu, sebanyak 269 unit usaha (2,40%) beroperasi sebagai penyedia jasa katering, dan sisanya sebanyak 2.912 unit usaha (25,95%) masuk dalam kategori usaha kuliner lainnya. Data ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki keragaman bentuk usaha dengan dominasi pada jenis restoran dan rumah makan (Angelia, 2022, hlm. 67).

Indonesia merupakan panggung yang menjanjikan bagi bisnis catering, mengingat populasi yang besar dan ekonomi yang terus berkembang. Namun, memulai bisnis catering di Indonesia tidaklah mudah karena terdapat berbagai

peraturan dan batasan yang harus dipatuhi serta tantangan dalam menemukan pemasok dan mitra yang cocok. Saat ini, industri catering di Indonesia sedang mengalami perubahan yang dinamis. Fluktuasi dalam situasi ekonomi negara telah menyebabkan beberapa bisnis mengurangi skala operasional atau bahkan gulung tikar, dan hal ini turut memengaruhi sektor catering. Meskipun demikian, banyak perusahaan catering yang masih bertahan dan terus beroperasi di Indonesia, menandakan prospek yang cerah bagi industri ini di masa depan. Secara keseluruhan, kondisi bisnis catering di Indonesia saat ini dapat digambarkan sebagai tidak menentu, namun masih terdapat peluang yang besar untuk pertumbuhan dan pengembangan di masa mendatang (Amin, 2024, hlm. 58).

Data dari Dinas Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Kalimantan Selatan mengalami peningkatan dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2021, terdapat 362.847 unit UMKM yang tercatat, dan jumlah ini naik menjadi 364.628 unit pada tahun 2022. Peningkatan tersebut mencerminkan pertumbuhan sebesar 0,49% dalam kurun waktu satu tahun, yang mengindikasikan adanya perkembangan positif dalam aktivitas kewirausahaan dan sektor usaha kecil di wilayah tersebut (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Kalimantan Selatan, 2023).

Peningkatan signifikan dalam sektor usaha catering di Kalimantan Selatan telah menjadi perhatian utama seiring dengan meningkatnya permintaan dari konsumen yang membutuhkan layanan untuk berbagai acara. Peningkatan ini dipengaruhi oleh adanya tradisi masyarakat Kalimantan Selatan, khususnya

masyarakat Marabahan yang biasanya menggelar acara seperti pernikahan pertemuan keluarga, rapat, dan acara resmi pemerintah dan berbagai pesta lainnya pada akhir pekan.

Salah satu bisnis kuliner yang legendaris di kota Marabahan adalah CV. Catering Singgah Helo, yang telah beroperasi sejak tahun 1998. Dengan warisan resep turun-temurun, usaha ini berhasil mempertahankan cita rasa khas yang membedakannya dari catering lainnya. Selama 27 tahun berjalan, catering ini tetap menjadi pilihan utama pelanggan, meskipun persaingan dalam jasa kuliner di kota Marabahan cukup ketat. Maka disinilah terjadinya persaingan, di mana setiap usaha catering berupaya menawarkan keunggulan masing-masing, baik dari segi kualitas rasa, harga, maupun pelayanan, untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan eksistensi mereka di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, CV. Catering Singgah Helo mencerminkan prinsip bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pemilik usaha tidak pernah bertujuan untuk menjatuhkan pesaing, melainkan berfokus pada memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hal ini selaras dengan ajaran Rasulullah dalam berdagang. Pemilik catering ini juga meyakini bahwa rezeki telah diatur oleh Allah SWT, sehingga tidak perlu menggunakan cara-cara yang tidak etis untuk memenangkan persaingan. Dalam menjalankan usahanya, mereka tetap damai dengan para pesaing dan mengutamakan kualitas produk tanpa merugikan konsumen.

Di tengah maraknya pertumbuhan bisnis baru, para pelaku usaha berupaya semaksimal mungkin untuk mengembangkan usahanya agar mampu bertahan dan

terus maju di tengah persaingan. Upaya ini tidak semata-mata bertujuan pada pencapaian keuntungan materi semata, melainkan juga menekankan pentingnya menjalankan bisnis secara etis, sehat, dan sesuai dengan prinsip moral. Selain itu, pelaku usaha juga diharapkan memiliki tujuan spiritual, yakni mengharapakan keberkahan dari setiap rezeki yang diperoleh melalui usaha yang dijalankan (Khalid, 2023, hlm. 11). Sebagaimana Allah Swt. berfirman Q.S. Al-Baqarah/2: 148 yang berbunyi:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: *"Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu"* (Al-Qur'an Dan Terjemahannya, 2019).

Dalam perspektif seorang Muslim, aktivitas bisnis tidak semata-mata dimaknai sebagai upaya meraih keuntungan materi, melainkan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT dalam rangka mencari rezeki dan karunia-Nya yang tersebar di muka bumi. Seorang pelaku usaha yang beriman tidak akan menempuh jalan yang menyimpang atau menghalalkan segala cara demi meraih kemenangan dalam persaingan dagang. Ia akan senantiasa mengedepankan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan profesionalisme dalam menjalankan usahanya, seperti dengan menghasilkan produk berkualitas, menetapkan harga yang bersaing secara

wajar tanpa merugikan konsumen, serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tak dapat dihindari, namun seorang Muslim dituntut untuk menjadikannya sebagai motivasi untuk terus meningkatkan kualitas dan memberikan manfaat sebesar-besarnya, bukan sebagai ajang saling menjatuhkan. Prinsip dalam bersaing bukanlah untuk mengalahkan sesama pelaku usaha, melainkan untuk saling mendorong agar tetap menjaga nilai-nilai etika dan keharmonisan dalam ekosistem usaha.

Oleh karena itu, sudah sepatutnya para pengusaha Muslim menjadikan Rasulullah SAW sebagai teladan dalam menjalankan bisnis secara jujur, amanah, dan penuh integritas. Penerapan prinsip-prinsip tersebut tentu memerlukan tekad yang kuat, keyakinan terhadap nilai-nilai kebenaran, serta kedisiplinan dalam menghadapi berbagai tantangan dan godaan yang mungkin muncul dalam prosesnya. Hanya dengan komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai Islam, keberhasilan usaha yang disertai keberkahan dapat diraih secara seimbang.

Sebagaimana Allah swt. berfirman dalam Q.S. Al-Zalzalah/99: 7-8.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨)

Artinya: *“Barangsiapa yang akan mengerjakan kebaikan seberat zarrah pun, niscaya dia akan melihat balasannya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan seberat zarrah pun, niscaya dia akan melihat balasannya pula”* (Al-Qur’an dan Terjemahannya, 2019).

Berdasarkan ayat di atas, CV. Catering Singgah Helo menjalankan aktivitas usahanya dengan berlandaskan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran

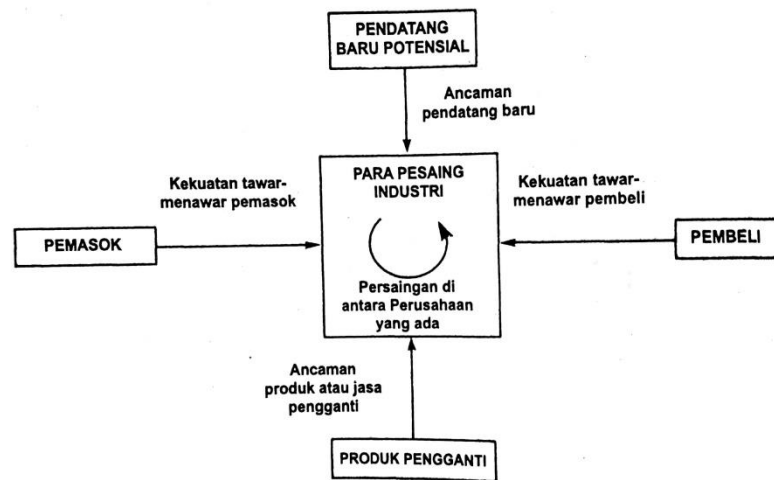
Islam, khususnya keyakinan bahwa setiap perbuatan, baik maupun buruk, sekecil apapun akan memperoleh balasan yang setimpal. Prinsip ini menjadi pedoman bagi pelaku usaha untuk selalu menjaga integritas dalam bertindak, termasuk dalam dunia perdagangan.

Sebagai pelaku usaha Muslim, menerapkan prinsip-prinsip yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW merupakan keharusan, terlebih jika menginginkan hasil usaha yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga membawa keberkahan. Hal ini berarti menolak segala bentuk praktik usaha yang mengandung unsur penipuan, kecurangan, atau ketidakadilan. Dalam praktiknya, CV. Catering Singgah Helo menunjukkan komitmen terhadap prinsip-prinsip tersebut dengan memastikan bahwa seluruh proses bisnisnya dilakukan secara jujur, transparan, dan tidak merugikan pihak manapun.

Selain itu, usaha ini dijalankan dengan kesadaran akan tanggung jawab spiritual, yakni menjadikan kegiatan bisnis sebagai jalan untuk mencari keberkahan hidup, baik di dunia maupun di akhirat. CV. Catering Singgah Helo senantiasa berupaya menjaga etika bisnis dan menjauhkan diri dari perilaku zalim, sehingga mencerminkan cita-cita ekonomi Islam yang tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga kemaslahatan umat.

Menurut Porter, tidak semua industri memiliki potensi yang sama. Oleh karena itu, penilaian yang cermat terhadap kekuatan-kekuatan persaingan dan kondisi pasar spesifik suatu industri menjadi penting untuk merancang strategi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif.

Gambar 4.1 Teori Michael E. Porter



Sumber: *Buku Strategi Bersaing (Competitive Strategy) Michael E. Porter*

Porter menyebutkan adanya lima kekuatan persaingan yang akan berpengaruh terhadap profitabilitas suatu industri, yaitu:

a. Para Pesaing Industri

Dalam perspektif analisis Lima Kekuatan Porter, keberadaan dan peran pesaing dalam industri memegang peranan penting dalam menentukan tingkat keberhasilan suatu bisnis. Kekuatan pesaing yang ada dalam industri merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi dinamika persaingan dan menentukan seberapa besar peluang serta tantangan yang akan dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu, penyusunan strategi bersaing harus diarahkan untuk menempatkan perusahaan pada posisi yang paling menguntungkan di dalam struktur industri tersebut.

Konsep "para pesaing industri" mengacu pada perusahaan-perusahaan lain yang menjalankan usaha dalam sektor atau bidang usaha yang serupa. Para pesaing ini berusaha untuk menarik minat konsumen, memperluas pangsa pasar,

serta memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dari produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam upayanya mencapai keunggulan kompetitif, mereka akan bersaing dalam berbagai dimensi, seperti harga, kualitas produk, inovasi, efektivitas promosi, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Fenomena persaingan ini menuntut perusahaan untuk senantiasa memantau dan menganalisis langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh para kompetitor. Melalui analisis yang mendalam terhadap kekuatan dan kelemahan pesaing, perusahaan akan mampu mengenali peluang yang dapat dimanfaatkan maupun ancaman yang perlu diantisipasi dari lingkungan eksternal. Pengetahuan ini kemudian dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang lebih adaptif dan kompetitif, baik dalam hal penyesuaian produk, pengembangan layanan, penetapan harga, maupun peningkatan nilai tambah kepada pelanggan. Dengan demikian, pemahaman yang baik terhadap pesaing industri akan membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan bisnis serta memperkuat posisinya dalam pasar yang kompetitif (Porter, 1980, hlm. 34).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, analisis para pesaing industri di CV. Catering Singgah Helo sejalan dengan teori strategi bersaing menurut Michael Porter. Catering ini menunjukkan sikap yang sangat positif dan optimis terhadap persaingan di pasar kuliner. CV. Catering Singgah Helo mengakui adanya pesaing, terutama pesaing nyata dari usaha catering lain, tetapi mereka tidak melihat pesaing sebagai ancaman serius. Fokus utama mereka adalah menjaga kualitas pelayanan dengan mempertahankan cita rasa makanan dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Upaya untuk mencapai hal tersebut mencakup penggunaan bahan-bahan berkualitas terbaik, keunggulan dalam cita rasa hidangan, serta pelayanan yang ramah, profesional, dan tepat waktu dalam menyelesaikan setiap pesanan. Hal ini mencerminkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada persaingan tetapi juga pada peningkatan nilai dan kepuasan pelanggan.

b. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Dalam analisis *Porter's Five Forces*, kekuatan tawar menawar pemasok merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi struktur persaingan dalam suatu industri. Pemasok yang memiliki posisi dominan dapat menekan perusahaan dengan menaikkan harga, menurunkan kualitas, atau mengubah syarat penjualan, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat profitabilitas industri jika perusahaan tidak mampu menyesuaikan diri.

Kekuatan ini cenderung lebih besar jika pemasok terdiri dari sedikit perusahaan besar, melayani pembeli yang tersebar, serta tidak menghadapi banyak produk pengganti. Dalam kondisi seperti itu, pemasok memiliki pengaruh besar terhadap harga dan kualitas. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola hubungan dengan pemasok secara strategis agar tidak terlalu bergantung dan tetap menjaga daya saingnya di pasar (Porter, 1980, hlm. 62).

Kekuatan dari pemasok yang besar memang bisa berkurang jika mereka bersaing dengan produk pengganti. Produk pemasok menjadi input yang sangat penting bagi bisnis pembeli, karena input ini berperan penting dalam kesuksesan proses produksi atau kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini meningkatkan

kekuatan tawar-menawar pemasok, terutama jika input tersebut tidak dapat disimpan, yang memungkinkan pembeli untuk mencari alternatif.

Kekuatan pemasok dalam industri tidak sepenuhnya berada dalam kendali perusahaan, karena dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti struktur pasar dan dominasi pemasok itu sendiri. Meskipun demikian, perusahaan tetap memiliki ruang untuk merespons ancaman ini melalui penerapan strategi yang tepat guna menjaga kestabilan operasional dan daya saingnya.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah integrasi balik, perusahaan juga dapat menekan biaya peralihan agar tidak terlalu bergantung pada satu pemasok, serta mengambil langkah-langkah lain untuk mengurangi ketergantungan dan meminimalisir dampak negatif dari kekuatan pemasok yang tinggi (Porter, 1980, hlm. 64).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, analisis kekuatan tawar menawar di CV. Catering Singgah Helo tidak sepenuhnya sesuai dengan teori strategi bersaing menurut Michael Porter. Hal ini disebabkan oleh pandangan yang dimiliki oleh CV. Catering Singgah Helo, yang menyatakan bahwa harga dari pemasok tidak menjadi patokan atau ancaman yang kuat terhadap kelangsungan penjualan mereka. Catering ini memiliki prinsip kuat terkait harga bahan baku, di mana mereka tidak langsung mengurangi porsi makanan atau menaikkan harga kepada pelanggan meskipun harga dari pemasok naik.

Sebaliknya, jika harga pemasok turun, mereka akan meningkatkan porsi hidangan tanpa khawatir akan kenaikan harga atau kerugian finansial kecil, selama makanan tetap memenuhi standar kualitas tinggi yang telah mereka

tetapkan. Namun, apabila harga bahan baku terus mengalami kenaikan selama satu bulan berturut-turut, maka harga makanan akan naik sewajarnya, mengikuti kenaikan tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut didukung dengan teori Kotler dan Armstrong (2001) yang menyatakan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan adalah semakin tinggi harga, maka kepuasan pelanggan akan semakin rendah, dan sebaliknya, jika harga rendah, kepuasan pelanggan akan meningkat. Berdasarkan hal ini, CV. Catering Singgah Helo beranggapan bahwa kenaikan harga yang kecil tidak menjadi masalah besar dalam bisnis catering mereka.

c. Pendetang Baru Potensial

Pendetang baru dapat menjadi ancaman dalam industri karena membawa kapasitas produksi baru dan keinginan merebut pangsa pasar, yang berpotensi menekan harga dan menambah biaya persaingan. Namun, tingkat ancaman ini bergantung pada besar kecilnya hambatan masuk dan seberapa kuat reaksi dari pesaing lama. Jika hambatan tinggi dan resistensi pesaing kuat, maka ancaman dari pendatang baru cenderung rendah (Porter, 1980, hlm. 38).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, analisis pendatang baru potensial di CV. Catering Singgah Helo sejalan dengan teori strategi bersaing menurut Michael Porter. Dalam hal ini, CV. Catering Singgah Helo menghadapi beberapa pesaing serupa, seperti Jaya Catering, Quinn Barito Kuala Catering, Aira Catering, Zikri Catering, Liana Catering. Meskipun pesaing tersebut dapat dianggap sebagai ancaman persaingan yang serius, CV. Catering Singgah Helo tidak terlalu khawatir. Fokus utama mereka adalah menjaga kualitas makanan dan

pelayanan, serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan yang telah terjalin selama bertahun-tahun. Pendekatan ini menunjukkan bahwa CV. Catering Singgah Helo lebih percaya diri dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis mereka melalui kualitas dan pelayanan yang baik, daripada terlalu fokus pada persaingan langsung dengan pesaing-pesaing mereka.

d. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Pembeli memiliki posisi strategis dalam industri karena mampu menekan harga, menuntut kualitas produk yang lebih baik, serta meminta pelayanan yang maksimal. Selain sebagai konsumen, mereka juga dapat menjadi pesaing tidak langsung yang memengaruhi profitabilitas perusahaan, terutama ketika daya tawarnya tinggi atau terdapat banyak alternatif produk di pasar (Porter, 1980, hlm. 59).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, analisis kekuatan tawar menawar pembeli di CV. Catering Singgah Helo sejalan dengan teori strategi bersaing Michael Porter. Hasilnya menunjukkan bahwa CV. Catering Singgah Helo berhasil melayani lebih dari 100 pelanggan setiap hari, dengan penghasilan kotor sebesar Rp.5.000.000 dan bersih Rp. 2.000.000. Mereka berhasil mempertahankan kepuasan pelanggan dan terus meningkatkan penjualannya seiring berjalannya waktu, mulai dari awal berdirinya hingga sekarang. Strategi utama mereka adalah fokus pada kualitas rasa yang mengikuti resep warisan keluarga, serta pelayanan yang ramah, disiplin, dan tepat waktu. Dengan reputasi yang kuat melalui mulut ke mulut, mereka tidak perlu mengeluarkan biaya untuk promosi dan lebih mengandalkan kualitas makanan serta pelayanan.

e. Ancaman Produk atau Jasa Pengganti

Menurut Michael Porter, keberadaan produk atau jasa pengganti dapat mengurangi daya saing dan profitabilitas suatu industri, terutama jika produk pengganti tersebut menawarkan harga yang lebih rendah atau nilai tambah yang lebih tinggi. Ancaman ini semakin besar apabila produk pengganti mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan kinerja yang sebanding atau lebih baik. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengantisipasi dan mengelola risiko dari produk substitusi melalui pemahaman pasar yang mendalam dan inovasi berkelanjutan untuk mempertahankan keunggulan bersaing (Porter, 1980, hlm. 57).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, analisis ancaman produk atau jasa pengganti di Catering Singgah Helo sejalan dengan teori strategi bersaing menurut Michael Porter. Hal ini menunjukkan bahwa Catering Singgah Helo menghadapi ancaman perubahan harga bahan baku, pesaing dengan strategi pemasaran agresif, serta perubahan selera konsumen. Untuk menghadapi tantangan ini, mereka berkomitmen menjaga kualitas pelayanan tepat waktu, menjaga cita rasa makanan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai kunci kesuksesan. Selain itu, Catering Singgah Helo mengoptimalkan biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas makanan, sehingga tetap relevan dan diminati di tengah persaingan pasar.

Berdasarkan hasil analisis dari kelima teori Porter terhadap Catering Singgah Helo, strategi yang diterapkan berdasarkan wawancara dan analisis mencakup menjaga kualitas masakan, memberikan pelayanan yang ramah dan tepat waktu, serta mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai prioritas utama.

2. Kendala yang dimiliki Usaha Kuliner CV. Catering Singgah Helo Marabahan

a. Perubahan Sistem Pembayaran

Catering Singgah Helo menghadapi kendala dalam beradaptasi dengan perubahan sistem pembayaran yang kini lebih banyak dilakukan melalui *internet banking* atau transfer. Perubahan ini bukan hanya soal teknologi, tetapi juga soal menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, yang semakin menginginkan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, bagi pemilik Catering Singgah Helo, yang mengakui bahwa dirinya kurang akrab dengan teknologi digital atau "*gaptek*," perubahan ini menjadi tantangan tersendiri.

Pemilik catering harus mempelajari sistem pembayaran baru demi mengikuti arus perubahan yang diinginkan konsumen. Untuk mengatasi kendala ini, pemilik mulai mengikuti pelatihan dasar tentang penggunaan *internet banking* dan transfer online. Selain itu, pihak Catering Singgah Helo juga melibatkan anggota tim atau keluarga yang lebih memahami teknologi untuk membantu dalam mengelola sistem pembayaran tersebut.

Meskipun kendala ini cukup berat, pemilik Catering Singgah Helo menyadari pentingnya mengikuti perkembangan zaman untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Fleksibilitas dan kemauan untuk belajar menjadi kekuatan utama dalam menghadapi perubahan ini. Dengan menyesuaikan diri, mereka tidak hanya menjaga kepercayaan konsumen tetapi juga membuka peluang untuk memperluas pasar dengan melayani pelanggan yang lebih beragam.

b. Ketertundaan Pembayaran oleh Konsumen

Selain beradaptasi terhadap sistem pembayaran baru, Catering Singgah Helo juga menghadapi kendala berupa ketertundaan pembayaran dari konsumen, terutama untuk pesanan skala besar seperti acara kantor. Banyak perusahaan memiliki prosedur pembayaran yang mengharuskan penyelesaian laporan keuangan terlebih dahulu sebelum pembayaran dilakukan. Proses ini sering kali memakan waktu yang cukup lama, sehingga mengganggu arus kas operasional catering.

Untuk mengatasi kendala ini, pemilik Catering Singgah Helo mulai menerapkan strategi keuangan yang lebih terencana, seperti menyediakan dana cadangan untuk menutup kebutuhan operasional selama menunggu pembayaran dari konsumen. Selain itu, mereka juga mempertimbangkan pemberlakuan sistem pembayaran uang muka, di mana konsumen diminta untuk membayar sebagian biaya di muka sebelum acara berlangsung. Langkah ini membantu mengurangi tekanan keuangan dan memastikan kelancaran operasional.

Selain itu, Catering Singgah Helo juga mengedepankan komunikasi yang transparan dengan pelanggan. Mereka menjelaskan kebutuhan operasional dan pentingnya pembayaran yang tepat waktu untuk menjaga kualitas layanan. Melalui pendekatan ini, Catering Singgah Helo tidak hanya mengatasi tantangan ketertundaan pembayaran, tetapi juga membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, yang memahami pentingnya saling mendukung dalam kerjasama bisnis.