

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar

Rumah sambal acan raja Banjar adalah rumah makan yang menyediakan menu-menu masakan rumah asli Banjar seperti masakan gangan asam, sayur bening, ulekan ubar, nila panggang dan masakan banjar lainnya. Rumah makan ini terkenal dengan sambal acannya yang khas yaitu dari resep turun temurun keluarga bapak Aulia Abdi (pemilik) sendiri. Sambal ini adalah sambal yang sudah tidak asing lagi untuk masyarakat Banjar. Rumah makan ini didirikan pada awal Januari tahun 2016 di Jl. RE Martadinata Banjarmasin (samping kantor Walikota Banjarmasin). Rumah makan ini merupakan cabang pertama untuk rumah sambal acan raja Banjar.

Pada awal tahun 2016 disahkan atau didirikan rumah makan yang disebut dengan Rumah Sambal Acan Raja Banjar. Seiring dengan perjalanannya, ternyata rumah makan ini banyak diminati oleh konsumen-konsumen, baik itu orang Banjar asli ataupun orang-orang selain Banjar karena memiliki kualitas masakan rumahan yang enak dan sambal yang khas yaitu sambal acan. Melihat kemajuan dan perkembangan usaha yang dijalankan sangat baik dengan konsumen yang meningkat. Rumah makan ini banyak diminati masyarakat dan makin ramai didatangi pengunjung. Dengan kemajuan usaha yang baik, bapak Aulia memanfaatkannya dengan membuka cabang

pada bulan agustus 2016 di Km.7 Kabupaten Banjar. Beliau mengaplikasikan usahanya sama dengan rumah makan yang ada di Jl. RE Martadinata Banjarmasin. Seiring dengan berjalannya waktu rumah makan ini terus berkembang dan juga banyak dikunjungi oleh pengunjung. Bapak Aulia juga membuka cabang di Jl. Brig.Jen. Hasan Basri Kayu Tangi Banjarmasin, pada tahun yang sama yaitu pada pertengahan Oktober 2016. Responnya pun sama dengan cabang yang ada di Jl. RE Martadinata Banjarmasin dan cabang di Km.7 Kabupaten Banjar, sehingga meningkatkan omset atau pendapatan pada usaha rumah makan ini. Ruangan yang terbuka agar bisa memberikan kesejukan bagi setiap pengunjung dengan udara yang segar dari luar dan juga bisa menikmati keindahan yang ada diluar bangunan rumah makan ini.

Rumah makan yang terdiri dari tiga bangunan yang pertama di Jl. RE Martadinata Banjarmasin, Km.7 Kabupaten Banjar, dan Jl. Brig.jen. Hasan Basri kayu tangi Banjarmasin. Budaya kerja pada rumah makan ini didasarkan pada budaya kekeluargaan. Kepribadian yang harus dibangun oleh karyawan rumah makan ini adalah kejujuran, bertanggung jawab, kerja keras dan ada kemauan untuk terus belajar. Dalam setiap pekerjaan kejujuran merupakan menjadi hal yang penting karena dengan kejujuran, maka seorang karyawan dapat dipercaya untuk melakukan pekerjaannya.

2. Deskripsi data

Selama di lapangan peneliti memperoleh data mengenai cara atau proses pengembangan usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha rumah sambal

acan raja Banjar, yang akan di paparkan dalam deskripsi data di bawah ini, yaitu:

a. Identitas Responden

Nama : Aulia Abdi
Jabatan : Pemilik
Alamat : Jl. Basirih Cempaka Sari
Pendidikan terakhir : SMU

b. Uraian data

Awal mula didirikannya usaha ini, bapak Aulia mengikuti Komunitas ukm-ukm yang ada di Banjarmasin, seperti Komunitas TDA (Tangan Di Atas) yaitu orang yang berkecimpung hanya orang-orang yang memiliki usaha dan calon berwirausaha. Disana beliau dibimbing untuk dan bagaimana cara berwirausaha yang baik. Bapak Aulia melihat peluang pada saat bapak Aulia masih siswa SMU di sekolah, mata pelajaran Muatan Lokal diberi tugas untuk memasak berkelompok di sekolah, kebetulan bapak Aulia Abdi satu kelompok semuanya laki-laki. Beliau dan kawan-kawan kebingungan untuk memasak apa. Kemudian bapak Aulia pulang ke rumah minta buat masak apa saja dengan ibu beliau, dibuatlah sambal acan. Ketika di kelas teman-teman beliau ternyata suka dengan sambal buatan ibu beliau. Bapak Aulia terpikir untuk menjalankan usaha yaitu dengan sambal acan. Beliau selalu minta dibuatkan oleh istri beliau sambal tersebut untuk membawa bekal bekerja kebetulan pada saat itu profesi beliau sebagai *security*. Orang-orang kantor sangat suka kalau beliau membawa sambal acan tersebut, bapak Aulia melihat peluangnya makin besar untuk memulai usaha

atau memasarkan sambal acan ini. Kemudian bapak Aulia *sharing* dengan teman-teman di komunitas TDA, bahwa beliau ingin memulai usaha dengan sambal acan tapi beliau terhalang kendala dengan modal. Teman-teman yang ada di komunitas memberi masukan kepada beliau pada akhirnya beliau percaya diri untuk mulai memasarkannya. Pada tahun 2014 beliau berani untuk memulai usaha hanya dengan modal Rp. 100.000, untuk memasarkannya melalui media sosial seperti BBM, facebook, twitter, instagram dan lain-lain. Pertama-tama hanya dijual kepada teman-teman beliau, kian hari semakin banyak orang-orang yang menyukai sambal acan tersebut. Pada saat itu beliau tidak mempekerjakan satu orang karyawan pun hanya beliau dan istri yang mengelola dan sekaligus memasarkannya, istri beliau memproduksi kemudian beliau yang memasarkan sekaligus untuk pengantar pesanan. Pemasaran penjualannya melalui sistem online dan siap antar *delivery* saat itu tempatnya di Belitung darat, masih tinggal bersama orang tua. Semakin berkembangnya usaha beliau orang-orang semakin suka dengan sambal acan. Semua golongan, baik tua maupun muda menyukai sambal acan tersebut. Pada tahun 2015 beliau mempekerjakan beberapa karyawan kurang lebih 5 orang untuk memproduksi yang tadinya hanya dilakukan oleh istri beliau. Beliau sudah bisa mempekerjakan karyawan dan membuka *sales promotion* untuk memasarkan sambal acan tersebut.

Semakin hari semakin banyak orang menyukai sambal acan tersebut, beliau terpikir untuk membuka usaha dari produk sambal acan menjadi rumah makan tetapi beliau masih terkendala dengan modal. Kemudian akhir desember 2015 beliau di pertemukan dengan pemilik rumah makan “Galuh Bungas” yang

pada saat itu rumah makan tersebut *collaps*. Beliau dan pemilik rumah makan tersebut bekerja sama untuk menyelamatkan rumah makan yang lagi *collaps* tersebut, tetapi beliau mengganti nama rumah makan tersebut menjadi “Rumah Sambal Acan Raja Banjar”. Pada awal tahun 2016 disahkan atau didirikan rumah makan yang disebut dengan rumah sambal acan raja Banjar. Seiring dengan perjalanannya, ternyata rumah makan ini banyak diminati oleh konsumen-konsumen, baik itu orang Banjar asli ataupun orang-orang selain Banjar karena memiliki kualitas masakan rumahan yang enak dan sambal yang khas yaitu sambal acan. Melihat kemajuan dan perkembangan usaha yang dijalankan sangat baik dengan konsumen yang meningkat, bapak Aulia mengembangkan usahanya dengan melakukan inovasi setiap perenam bulan sekali agar supaya konsumen tidak bosan, inovasi yang dilakukan seperti dengan mengganti menu-menu yang disediakan, tempat makannya dan pelayanan yang lebih baik. Rumah sambal acan raja Banjar lebih banyak diminati masyarakat dan makin ramai didatangi pengunjung.

Dengan kemajuan usaha yang baik, bapak Aulia memanfaatkannya dengan membuka cabang pada bulan agustus 2016 di Km.7 Kabupaten Banjar. Di rumah cabang, Rumah makan untuk pengaplikasian usahanya sama dengan rumah makan yang ada di Jl. RE Martadinata Banjarmasin. Seiring dengan berjalannya waktu rumah sambal acan raja Banjar terus berkembang dan juga banyak dikunjungi oleh pengunjung. Bapak Aulia juga membuka cabang di Jl. Brig.Jen. Hasan Basri Kayu Tangi Banjarmasin, pada tahun yang sama yaitu pada pertengahan Oktober 2016. Responnya pun sama dengan cabang yang ada di Jl. RE Martadinata

Banjarmasin dan cabang di Km.7 Kabupaten Banjar, sehingga meningkatkan omset atau pendapatan pada usaha rumah makan ini.

Dalam menjalankan suatu usaha visi dan misi sangatlah penting untuk mencapai tujuan. Awalnya bapak Aulia menjalankan usaha ini dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup. Karena itu bapak Aulia tidak membuat pernyataan visi yang formal dan tertulis. Rumah makan ini terletak ditempat yang sangat strategis karena tepat berada di pinggir jalan, selain itu juga di depan bangunan terdapat papan nama yang jelas mencirikan identitas dari rumah makan ini. Hal tersebut memudahkan konsumen untuk menemukan dan menjangkau rumah makan ini. Rumah makan yang masing-masing bangunannya tertata dan desain ruangan disesuaikan dengan keadaan bangunan, dimana dengan ruangan yang terbuka dan tertutup.

Ruangan yang terbuka agar bisa memberikan kesejukan bagi setiap pengunjung dengan udara yang segar dari luar dan juga bisa menikmati keindahan yang ada diluar bangunan rumah makan ini. Rumah makan yang terdiri dari tiga bangunan yang pertama di Jl. RE Martadinata Banjarmasin, Km.7 Kabupaten Banjar, dan Jl. Brig.Jen. Hasan Basri kayu tangi Banjarmasin. Rumah makan cabang di Jl. RE Martadinata Banjarmasin ruangnya terbagi menjadi tiga yaitu ruang tengah, *outdoor*, dan lesehan. Dengan penataan ruangan yang sederhana tetapi dapat membuat kenyamanan bagi setiap pengunjung yang datang berkunjung di rumah makan ini. Terdapat juga fasilitas lainnya seperti toilet *westafel*, cermin dan tisu. Begitu juga rumah cabang yang ada di Km.7 Kabupaten Banjar juga menyediakan ruangan *outdoor*, ruangan tengah dan lesehan. Dibuat

dengan nyaman mungkin untuk pengunjung dan konsumen. Untuk rumah cabang yang ketiga yaitu di Jl. Brig.Jen. Hasan Basri Kayu Tangi Banjarmasin agak berbeda dengan rumah cabang yang ada di Jl. RE Martadinata Banjarmasin dan Km.7 Kabupaten Banjar, karena ruangan yang ada di rumah cabang ini memiliki ruangan VIP yang fasilitasnya menggunakan AC, ruangan tengah fasilitasnya kipas angin dan *outdoor*. Struktur organisasi yang diterapkan pada Rumah Sambal Acan Raja Banjar masih sangat sederhana. Sebagai pemilik dari rumah makan ini, bapak Aulia yang mengambil alih semua kegiatan seperti manajer, yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan, mengatur dan mengarahkan karyawan yang mana untuk memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen.

Dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengembangan Rumah Sambal Acan Raja Banjar merupakan kebijakan dari bapak Aulia sendiri yaitu sebagai pemilik. Karyawan yang ada di bagian produksi kurang lebih 10 orang dan yang karyawan yang menjadi pelayan di rumah makan kurang lebih 90 dalam semua rumah cabang jadi total semua karyawan kurang lebih 100 orang, semua karyawan baik itu di bagian produksi ataupun yang di bagian rumah makan melaksanakan sesuai tugasnya masing-masing.

Budaya kerja pada Rumah Sambal Acan Raja Banjar didasarkan pada budaya kekeluargaan. Kepribadian yang harus dibangun oleh karyawan rumah makan ini adalah kejujuran, bertanggung jawab, kerja keras dan nada kemauan untuk terus belajar. Dalam setiap pekerjaan kejujuran merupakan menjadi hal

yang penting karena dengan kejujuran, maka seorang karyawan dapat dipercaya untuk melakukan pekerjaannya.

Selain itu juga para karyawan harus memiliki rasa tanggung jawab tinggi pada pekerjaannya dan berkemauan untuk bekerja keras. Serta memiliki kemauan belajar yang tinggi maka seorang karyawan akan mudah beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan dan dapat menguasai hal-hal yang baru. Bapak Aulia sebagai pemilik Rumah Sambal Acan Raja Banjar sangat menginginkan agar setiap karyawan bekerja dengan baik dan sungguh-sungguh agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

a. Pengembangan Usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar

Usaha rumah sambal acan didirikan oleh bapak Aulia sebagai pemilik pada tahun 2014, pada saat itu usahanya masih atau hanya menjual sambal acan. Kemudian pada akhir tahun 2015 yaitu pertengahan Desember beliau mulai memikirkan ingin membuka rumah makan untuk sambal acan. Pada awal tahun 2016 beliau memulai usaha rumah makan yang disebut dengan rumah sambal acan raja Banjar. Usaha ini dikelola oleh beliau sendiri, yang dibantu enam orang karyawan. Dimana manajemen yang dikelola tidak seperti perusahaan pada umumnya. Disini beliau memajemen berdasarkan manajemen usaha kecil. Dalam tim manajemennya yaitu pengelola (pemilik), sekretaris, bendahara, dan karyawan. Dalam proses pengembangan usaha yang beliau jalankan, pertama beliau menggunakan strategi dengan memperkenalkan produk dari sambal acan raja banjar kemudian pada saat respon masyarakat atau konsumen bagus baru beliau membentuk usaha ini menjadi rumah makan untuk mengembangkan usaha.

Dalam mengembangkan usaha sambal acan, beliau melakukan inovasi enam bulan sekali dalam setahun artinya beliau melakukan inovasi tersebut dua kali dalam setahun. Tujuan daripada melakukan inovasi ini adalah untuk mempertahankan pelanggan karena bisa saja pelanggan bosan terhadap apa yang disediakan, maka dari itu dilakukan inovasi enam bulan sekali.

Dalam rumah makan sambal acan beliau memakai strategi bauran pemasaran, dalam strategi produk bapak Aulia menggunakan produk yang dinamakan sambal acan sebagai menu yang khas untuk disajikan. Sambal acan dalam kemasan tersebut terlihat unik dimata masyarakat, mengenai logo dalam produk sambal acan yaitu “Raja Banjar Sambal Banua Rasa Nusantara”, motto rumah makan yaitu “Jangan Supan Betambah”, merek dari rumah makan yaitu “Sambal Acan Raja Banjar”, sedangkan kemasan label sudah berlabelkan halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia). Produk yang tertera dimenu merupakan masakan rumah khas Banjarmasin seperti sayur bening, sayur belamak, sayur asam, jarak tigarun, mandai goreng, mandai basanga, sulur goreng, bilungka basantan, urap dan masakan rumah lainnya.

Dalam strategi harga yang beliau gunakan yaitu harga bisa bersaing dipasaran, dimana harga yang beliau tetapkan yaitu harga yang sesuai dengan kantong masyarakat. Tetapi menurut beliau, sekarang harga tidak menjamin untuk menarik suatu pelanggan, karena dalam zaman sekarang masyarakat tidak terlalu peduli dengan harga tetapi masyarakat lebih kepada kualitas dan pelayanan yang memuaskan.

Dalam strategi distribusi menurut beliau tempat rumah makan yang berada di Jl. RE Martadinata Banjarmasin merupakan kawasan perkantoran dan perbankan. Menurut beliau tempat tersebut merupakan tempat yang strategis untuk berwirausaha khususnya kuliner yaitu Rumah Sambal Acan Raja Banjar, untuk rumah cabang yang berada di Km.7 Kabupaten Banjar merupakan kawasan dimana orang-orang dari luar kota merupakan gerbang memasuki kota Banjarmasin, oleh karena itu menurut beliau tempat tersebut tempat yang strategis untuk membuka rumah cabang dikawasan tersebut. Untuk rumah makan yang berada di Jl. Brig.Jen.Hasan Basri Kayu Tangi Banjarmasin sekaligus pusat dari Rumah Sambal Acan Raja Banjar merupakan kawasan yang juga strategis untuk membuka rumah makan tersebut, yaitu tempatnya berada di kalangan perkantoran dan kampus.

Untuk strategi promosi, pemilik memakai periklanan yaitu melalui televisi, radio, koran. Melakukan promosi penjualan yaitu dengan menarik pelanggan rumah sambal acan, siapa saja 10 orang pelanggan dapat satu rujak gratis. Bapak Aulia juga mengikuti kegiatan pameran-pameran untuk menarik pelanggan, dan juga melakukan penjualan langsung.

Untuk prospek kedepan, beliau ingin membuka cabang di luar daerah yaitu Jakarta dan Bandung, tetapi beliau menginginkan membuka cabang diluar daerah yaitu di Bandung. Pada tanggal 9 mei 2017 di buka cabang di daerah Pelaihari dengan strategi yang sama dengan rumah cabang sebelumnya yaitu proses pengaplikasiannya. Sambal acan dalam kemasan terlihat unik di mata masyarakat ini membuat bapak Aulia ingin membuka cabang di luar daerah yaitu Bandung,

strategi yang beliau pakai adalah menjual produk sambal acannya dahulu jika respon pemasarannya bagus, kemudian didirikan rumah makannya, proses pengaplikasiannya pun sama dengan cabang-cabang sebelumnya.¹

b. Kendala-kendala Usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar

Adapun kendala-kendala yang dihadapi bapak Aulia untuk menjalankan usaha ini yaitu masalah pada sumber daya manusia, hal ini cukup berpengaruh untuk rumah makan karena dalam perekrutan karyawan pada rumah makan sambal acan raja banjar tidak memakai persyaratan yang formal, tetapi paling tidak lulusan SMA, SMU dan setingkatnya.

Dalam perekrutan karyawan ada yang lulusan S1 (strata satu), si karyawan tersebut sebelum melamar pekerjaan di rumah makan ternyata juga melamar pekerjaan di tempat lain dan ketika si karyawan di panggil dan direkrut di suatu perusahaan lain maka si karyawan berhenti bekerja dirumah makan. Hal ini berpengaruh terhadap rumah makan, karena untuk merekrut karyawan perusahaan kembali mencari karyawan-karyawan lain untuk dipekerjakan tetapi dalam hal ini bapak Aulia tidak ambil pusing untuk masalah tersebut karena di zaman sekarang pengangguran masih banyak yang menginginkan pekerjaan. Tetapi kembali lagi ke budaya kerja dimana setiap karyawan yang baru direkrut itu kembali lagi di bimbing dan diajarkan bagaimana melayani pelanggan dengan baik karena di Rumah Sambal Acan Raja Banjar sebelum direkrut diberikan pelatihan-pelatihan khusus untuk dan bagaimana menjadi karyawan yang baik.

¹Aulia Abdi, Pemilik Rumah Sambal Acan Raja Banjar, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 2 mei 2017.

Keterbatasan sumber daya alam juga mempengaruhi rumah makan sambal acan, misalnya saja cabai yang harganya lagi melonjak naik, sedangkan rumah makan ciri khasnya adalah sambal acan raja banjar jika harga cabai melonjak naik maka akan berpengaruh sekali terhadap rumah makan bahkan bisa menjadi ancaman bagi rumah makankarena pada saat harga cabai lagi naik atau tinggi maka otomatis ini akan berdampak pada rumah makan khususnya pada produksi sambalnya. Dalam hal ini bapak Aulia menanggapi dengan teliti dan pada awalnya saat itu bapak Aulia mengalami kerugian mencapai sekitar Rp 50.000.000 karena tidak bisa menanganinya. Tetapi dari semua itu bapak Aulia bisa menanganinya kembali yaitu dengan membeli harga cabai sesuai dengan harga yang ditentukan misalnya harga lagi naik kemudian bapak Aulia tetap membeli dengan harga sekian, dalam produk beliau yaitu sambal acan raja banjarnya tetap dengan harga pada umumnya dan sesuai dengan takarannya meskipun untungnya kecil sekali tetapi konsumen tetap setia atau loyal terhadap produk beliau. Tetapi sebaliknya ketika harga cabai turun maka bapak Aulia untung besar dalam hal ini karena pada saat harga cabai naik atau tinggi beliau hanya mengambil keuntungan sedikit tetapi pada saat harga turun beliau untung besar dalam hal ini beliau namakan dengan strategi promosi terhadap konsumen.²

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan dan dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut ini adalah menjawab rumusan

²Aulia Abdi, Pemilik Rumah Sambal Acan Raja Banjar, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 2 mei 2017.

masalah yang ada pada bab sebelumnya. Adapun analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar

Manajemen adalah melakukan sesuatu agar lebih baik. Perbuatan yang baik dilandasi dengan niat atau rencana yang baik, tata cara pelaksanaan sesuai dengan syariat dan dilakukan dengan penuh kesungguhan dan tidak asal-asalan sehingga tidak bermanfaat, seperti hadits berikut:

حَدَّثَنَا هِشَامُ بْنُ عَمَّارٍ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ شُعَيْبٍ بْنِ شَابُورٍ حَدَّثَنَا الْأَوْزَاعِيُّ عَنْ قُرَّةَ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ حَيَوَيْلٍ عَنِ الرَّهْرِيِّ عَنْ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ حُسْنِ إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ مَا لَا يَعْينُهُ.³ رَوَاهُ ابْنُ مَاجَه

Rasulullah bersabda: “Diantara tanda baiknyakeislaman seseorang adalah meninggalkan perbuatan yang tidak bermanfaat.”

Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan. Jika perbuatan itu tidak direncanakan, maka tidak termasuk dalam kategori yang baik. Adapun langkah-langkah menerapkan manajemen syariah yang berkualitas adalah bekerja dengan sungguh-sungguh, dilakukan secara terus-menerus, tidak asal-asalan, dilakukan secara bersama-sama, dan mau belajar dari keberhasilan dari kegagalan dari diri dan orang lain.

Dalam penelitian yang penulis teliti, bapak Aulia membuat perencanaan secara terus-menerus dan dalam menjalankan usaha rumah makan ini beliau bersungguh-sungguh untuk mengembangkan usahanya baik itu rugi maupun untung, beliau tidak takut gagal dalam menjalankan usaha ini dan mau belajar

³Muhammad bin Yazid Al-Qazwini, *Sunan Ibu Majah*, juz 2 (beirut: Dar Al-Fikr, 1995), hlm. 487.

terus-menerus. Untuk mengembangkan usaha ini beliau selalu memikirkan atau merencanakan untuk kedepan, strategi apa yang pas untuk tetap selalu rumah makan ini dikunjungi konsumen.

Dalam memajemen usaha ini bapak Aulia memakai manajemen usaha kecil. Sesuai dengan manajemen usaha kecil yaitu faktor-faktor yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha dalam menjalankan usaha kecil, yakni bagaimana seorang wirausaha dalam kewirausahaan (*entrepreneurship*), profesional, inovatif, keluasan jaringan, dan kemampuan adaptif.

Kewirausahaan sebagaimana dikemukakan oleh Kreitner (1995) adalah sebuah proses dimana seseorang atau sebuah organisasi menjawab peluang sekalipun ketersediaan sumber daya yang dimilikinya terbatas. Pengertian ini menunjukkan bahwa seorang pelaku usaha kecil tidak perlu mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang dimilikinya. Akan tetapi pengertian ini perlu dipahami dengan perspektif optimis, bahwa seorang wirausaha atau *entrepreneur* adalah seorang yang selalu berusaha mengubah keadaan menjadi lebih baik, sekalipun harus melalui sebuah resiko.

Dalam penelitian ini bapak Aulia bisa dikatakan seorang *entrepreneurship* yang berani mengambil resiko dimana bapak Aulia memberanikan diri untuk membuka usaha yang hanya memiliki modal sambal acan dan tidak mengeluarkan uang sepeserpun. Untuk menjalankan usaha rumah sambal acan ini beliau diberikan kepercayaan dimana pada saat itu rumah makan yang dulunya *collaps* bisa menyerahkan tempat tersebut untuk dikelola oleh beliau dari si pemilik rumah makan itu. Dengan bermodalkan

sambal acan raja banjar tersebut bapak Aulia berani mengambil resiko apakah itu untung atau rugi beliau tetap berani dan sudah seharusnya seorang wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang berani mengambil resiko untung ataupun rugi. Bapak Aulia berani dalam mengambil resiko tersebut karena ini adalah usaha yang berdasarkan hasil karya beliau sendiri dimana beliau yakin yang dilakukan beliau itu jujur atau baik, hal ini berdasarkan hadits:

حَدَّثَنَا إِسْحَاقُ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عَمَارٍ مُؤَدِّدٌ مَسْجِدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: سَمِعْتُ سَعِيدَ الْمِقْرِبِيِّ يَقُولُ: سَمِعْتُ أَبَا هُرَيْرَةَ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ خَيْرَ الْكَسْبِ كَسْبُ يَدَيْ عَامِلٍ إِذَا نَصَحَ.⁴ رَوَاهُ أَحْمَدُ.

Nabi bersabda: “Usaha yang paling baik adalah hasil karya seseorang dengan tangannya jika ia jujur (bermaksud baik).” H.R Ahmad.

Di dalam hadits ini nabi menyatakan bahwa usaha yang paling baik adalah berbuat sesuatu dengan tangannya sendiri dengan syarat jika dilakukan dengan baik dan jujur. Kalimat *kasbu yad Al-‘Amil* dalam hadits tersebut diatas yang berarti usaha seseorang dengan tangannya dapat dimaknai dengan wirausaha, karena dengan melakukan sesuatu dengan tangannya berarti seseorang dituntut dapat menciptakan sesuatu dan dapat memanfaatkan peluang dan kemampuan yang dimiliki. Pentingnya usaha kecil dijalankan secara profesional nampaknya tidak diragukan lagi. Dalam hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Aş-Şaff/61:4.

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُنْيَانًا مَرْضُوصًا

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh”.⁵

⁴Ahmad bin hanbal, *Al-Musnad* (Beirut: Dar Al-Fikr, 1991), hlm. 278.

Dalam hal manajemen sudah dianjurkan dalam Islam yaitu segala sesuatu yang menjadi pekerjaan itu harus dikerjakan dengan benar, tertib, teratur, sistematis, tuntas, dan bertanggung jawab tidak boleh asal-asalan dalam menjalankan suatu usaha seperti padausaha rumah makan ini. Dimana bapak Aulia dalam menjalankan usahanya beliau yakin sudah mengerjakan pekerjaan beliau dengan benar, tertib, teratur dan bertanggung jawab atasapa yang beliau telah usahakan, sehingga beliau bisa menjalankan usahanya sampai seperti sekarang.

Profesional berarti bahwa usaha kecil dijalankan dengan menganut kepada prinsip-prinsip manajemen modern dalam sebuah organisasi. Dalam mengelola sumber daya manusianya usaha kecil juga perlu menempatkan orang-orang yang sesuai dengan tempatnya. Dalam penelitian ini bapak Aulia bisa dikatakan profesional dalam berwirausaha dimana beliau menjalankan usaha ini sesuai dengan protokol atau peraturan yang beliau terapkan kepada para karyawan, baik itu jabatan atau posisi para karyawan. Dalam mengelola usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar bapak Aulia juga mengawasi karyawan-karyawan sesuai dengan tugasnya masing-masing.

Salah satu ciri dari dunia usaha adalah terjadinya perubahan yang begitu cepat. Perubahan tersebut dapat berupa perubahan dari karakteristik dan jumlah konsumen, jumlah pesaing, hingga ketersediaan pasokan bagi bisnis yang dijalankan. Berangkat dari hal tersebut, usaha kecil perlu mengembangkan pola-pola inovatif dengan memunculkan berbagai ide baru mengenai

⁵Departemen Agama RI, *Al-qu'an dan Terjemahnya* (Surabaya: CV Fajar Mulya, 2012), hlm. 551.

pengembangan usaha yang dijalankan oleh mereka. Dalam penelitian ini usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar, bapak Aulia selalu melakukan inovasi secara terus menerus dalam setiap perenam bulan sekali, yaitu dengan mengganti desain ruangan, mengganti menu-menu yang disediakan hal ini dikarenakan konsumen pasti bosan dengan menu-menu yang disajikan dan desain ruangan. Inilah proses yang selalu diterapkan oleh bapak Aulia selalu berinovasi setiap perenam bulan untuk mengembangkan usahanya artinya dalam penelitian ini bapak Aulia menjalankan usahanya selalu berinovatif untuk memberikan atau mengatasi para konsumen agar supaya tidak jenuh atau bosan dengan yang sudah disediakan.

Jaringan merupakan kunci keberhasilan usaha. Demikian ungkapan bisnis dalam bahasa inggris ungkapan ini banyak benarnya. Pada dasarnya semakin luas jaringan yang dapat dibangun oleh usaha kecil, dari mulai jaringan dengan pemasok, investor, pelanggan, hingga berbagai pihak terkait, semakin besar peluang usaha kecil untuk mengembangkan usahanya dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini bapak Aulia dari mengikuti komunitas-komunitas seperti Komunitas TDA (Tangan Di Atas), dan juga memiliki teman-teman yang juga berwirausaha dan mengikuti pameran-pameran di berbagai daerah seperti di yang dilakukan di Jakarta dan Bandung, disana beliau menyumbangkan Sambal Acan Raja Banjar, orang-orang melihat Sambal Acan Raja Banjar ini unik karena sambal acan yang disajikan dalam kemasan, orang-orang menanyakan juga apakah ada rumah makannya. Dari respon tersebut pasti orang-orang tertarik untuk datang ke Rumah Sambal Acan

Raja Banjar strategi ini digunakan bapak Aulia sebagai promosi untuk mengembangkan usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar yang termasuk dalam strategi promosi.

Akad mudharabah adalah akad kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedang pihak kedua bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Dalam membangun rumah makan ini bapak Aulia menjalin kerjasama dengan salah satu investor dimana dalam kerjasama ini bapak Aulia menggunakan akad mudharabah yaitu akad kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedang pihak kedua bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Bapak Aulia sebagai pengelola dan investor sebagai pemberi modal, adapun bagian dari usaha ini yaitu 60:40.

Manajemen usaha kecil juga perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan. Jika saat ini teknologi informasi yang berbasis komputer sudah tidak asing lagi dipergunakan dalam dunia bisnis, maka tidak ada salahnya jika usaha kecil juga menjalankan usahanya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut, tentu disesuaikan dengan kebutuhannya yang paling relevan.⁶ Dalam penelitian ini bapak Aulia tidak memakai teknologi zaman sekarang beliau tetap memakai teknologi tradisional

⁶Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen edisi pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), hlm. 414-416.

yaitu memproduksi sambal acan tetap memakai alat tradisional seperti ulekan karena untuk menjamin rasa atau kualitas sambal acan itu sendiri.

Untuk pemasaran pada usaha ini bapak Aulia memakai strategi pemasaran yaitu dengan memakai bauran pemasaran dari strategi produk, harga, distribusi dan promosi. Dalam strategi pemasaran yang beliau gunakan yang pertama dalam strategi produk.

a. strategi produk

Strategi produk adalah yang berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari nama produk, bentuk, isi, atau pembungkus produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.⁷ Dalam penelitian ini beliau memakai produk yang berwujud seperti menu-menu yang disediakan. Strategi produk yang perlu dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut. Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata yang berisikan misi dan visi perusahaan dalam melayani masyarakat. Rumah makan ini memakai logo “Rumah Sambal Acan Raja Banjar”, untuk mottonya yaitu “Jangan Supan Betambah” dalam menentukan logo dan motto perlu beberapa pertimbangan, yaitu Rumah Sambal Acan Raja Banjar, Rumah Sambal artinya rumah makan yang menyajikan sambal acan, dan Acan Raja Banjar artinya acan adalah masakan tradisional masyarakat banjar jadi dinamakan dengan Rumah

⁷Kasmir, *Kewirausahaan edisi revisi* (Jakarta: RajawaliPers.2016), hlm. 188-189.

Sambal Acan Raja Banjar. Nama Rumah Sambal Acan Raja Banjar ini mudah diingat ketika ingin menyebutnya sambal acan raja banjar. Merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Dari penelitian ini merek dari rumah makan ini adalah Rumah Sambal Acan Raja Banjar dimana nama tersebut mudah diingat, terkesan tradisional tetapi dengan pelayanan dan ruangan yang berkualitas dan ini menarik perhatian masyarakat untuk datang ke Rumah Sambal Acan Raja Banjar.

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, dalam penelitian yang penulis lakukan rumah makan ini memiliki kemasan yaitu kemasan botol sambal acan, meskipun ini merupakan produk yang dijual tidak hanya di rumah makan tersebut tetapi produk kemasan botol sambal acan tersebut sudah memenuhi kriteria dalam kemasan tersebut, yaitu kualitas kemasan tidak mudah rusak dan bentuk ukuran termasuk desain yang menarik. Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Untuk label rumah makan ini rumah makan sambal acan raja banjar, yang membuat dari rumah makan sendiri dan waktu kadaluarsanya sekitar 4 bulan. Secara umum, strategi produk yang diterapkan oleh bapak Aulia untuk usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah dengan memproduksi secara rutin produk yang telah memiliki saluran distribusi dan pemasaran yang telah dijalankan sebagai upaya memenuhi keinginan konsumen pada berdasarkan pesanan.

Dalam pengembangan strategi usaha, pemilik harus menghadapi keputusan pemberian merek (*brand*) yaitu nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan, atau

kombinasi hal-hal tersebut. Strategi produk yang digunakan oleh pemilik yaitu dengan produk dalam kemasan “Sambal Acan Raja Banjar”. Nama produk ini berbeda dengan pesaing karena memiliki *brand* yang unik karena untuk pertama kalinya produk sambal acan di jual dengan kemasan botol dan sudah terjamin kehalalannya. Dalam strategi produk bapak Aulia menggunakan produk yang dinamakan sambal acan sebagai menu yang khas untuk disajikan. Sambal acan dalam kemasan tersebut terlihat unik dimata masyarakat, mengenai logo dalam produk sambal acan yaitu “Raja Banjar Sambal Banua Rasa Nusantara”, motto rumah makan yaitu Jangan Supan Betambah, merek dari rumah makan yaitu Sambal Acan Raja Banjar, sedangkan kemasan label sudah berlabelkan halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Produk Rumah Sambal Acan Raja Banjar ini tentunya memiliki perbedaan dengan pesaing yaitu menu-menu yang sudah disediakan didaftar menu yaitu memiliki rasa dan kualitas yang khas dari para pesaing, masakan rumah yang disajikan seperti aneka sayur: sayur bening, sayur keladi, sayur belamak, sayur asam, jaruk tigarun, mandai goreng, mandai basanga, sulur goreng, bilungka basantan, urap, terong bakar/besantan, ampal jagung, pais patin sungai dan masakan rumah lainnya. Aneka ikan: patin bakar/goreng, nila bakar, peda bakar, ayam bakar, lais baikar, papuyu bakar, haruan bakar, patin sungai bakar, bawal bakar, pais patin, pais lais, pais saluang, pais peda, haruan betanak/telur, telur betanak, telang masak asam, undang raja banjar, lais batu up, sayur asam kepala patin. Aneka minuman: teh manis es/hangat, the tawar es/hangat, es jeruk hangat/es, jus sirsak, jus nangka, jus melon, jus mangga, jus naga, jus apel, jus

alpukat, jus durian, jus jeruk, es nyiur, kelapa batok, air mineral. Masyarakat Banjar yang suka akan sambal akan membuka peluang kepada rumah makan untuk membuka rumah cabang selanjutnya, sedangkan kota Banjarmasin merupakan kota Metropolitan yang cinta akan dunia kuliner dan cenderung masyarakat yang suka mengkonsumsi secara instan dimana mereka tidak ingin repot-repot untuk memasak di rumah apalagi orang-orang yang sedang sibuk bekerja.

b. Strategi Harga

Penetapan harga dari suatu produk bukan menjadi wewenang mutlak bagi seorang pengusaha oleh karena itu, juga sering menjadi masalah di dalam perusahaan dalam arti tidak bisa diputuskan dengan segera, karena banyak sisi yang harus dipertimbangkan. Dalam persaingan yang semakin tajam ini, peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar, yang tercermin dari *share* perusahaan itu disamping untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan kata lain penetapan harga akan mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen. Dalam penelitian yang penulis lakukan harga yang di dalam rumah makan inidalam menetapkan harga jual yang kompetitif dimana harga bisa bersaing dengan para pesaing meskipun di dalam pasar terbilang baru tetapi harga bisa menyaingi para pesaingdengan memperhitungkan semua biaya produksi dan pelayanan yang memuaskan sehingga keputusan yang diambil memenuhi harapan produsen untuk dapat bersaing, dan tetap dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Setelah menghitung biaya

produksi yang sudah dikeluarkan sudah bisa ditentukan harga sesuai dengan pelayanannya yaitu pelayanan yang cepat dan baik dalam melayani konsumen. Produsen berusaha menyesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat dan harga yang berkembang dipasaran.

Harga menu-menu yang disajikan mulai dari Rp 17.000 sampai dengan Rp 15.000, selain itu untuk sambal acan mulai Rp 15.000 sampai dengan Rp 24.000 tetapi menurut bapak Aulia zaman sekarang masyarakat tidak mementingkan harga, cara pandang masyarakat sekarang bukan dari harga tetapi kualitas dari produk yang disediakan produsen itu berkualitas apakah tidak dan pelayanan yang memuaskan serta kualitas desain ruangan yang bersih dan memenuhi kriteria para konsumen.

Hal ini berarti yang bapak Aulia sampaikan zaman sekarang orang-orang tidak mementingkan harga dengan kata lain harga bisa di nomor duakan oleh masyarakat karena pelayanan dan kualitas produk yang disediakan oleh produsen dan produsen juga menyesuaikan dengan biaya produksi. Meskipun pendatang baru yang bermunculan atau pesaing yang sejenis, rumah makan ini akan terus bersaing mengikuti persaingan yang ada.

c. Strategi Distribusi

Place (Distribusi) termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran.⁸ Penentuan lokasi yang strategis menjadi pertimbangan Rumah Sambal Acan Raja Banjar menentukan lokasi rumah makan ini dapat dilihat di Jl. RE Martadinata Banjarmasin persis di samping Kantor

⁸Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e jilid 1 edisi Bahasa Indonesia* (Jakarta: prenhallindo, 1996), hlm. 48-49.

Walikota Banjarmasin dan diseberang hotel *Victoria*. Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pendek atau panjangnya jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang.

Dalam distribusi produk sambal rumah makan ini menggunakan *reseller* atau distributor dalam melakukan kegiatan pemasaran produknya. Dari pemasaran produknya melalui *reseller* orang-orang pasti penasaran dan strategi distribusi ini tepat berada di kawasan perkantoran, perbankan yang ada di sekitarnya. Untuk cabang yang berada di Km.7 Kabupaten Banjar, tempatnya juga strategis yaitu papan nama terpajang tepat di depan jalan raya dan berada di kawasan dimana kawasan Km.7 itu tepat gerbangnya memasuki wilayah Banjarmasin, maka dari itu kenapa pemilik membuka cabang disana karena hal tersebut. Sehingga orang-orang dari luar kota Banjarmasin dari kejauhan melihat papan nama rumah sambal acan raja Banjar tersebut. Sedangkan rumah makan yang berada di Jl. Brig.Jen. Hasan Basri Kayu Tangi Banjarmasin sekaligus tempat kantor pusat rumah sambal acan raja Banjar, merupakan tempat yang strategis yaitu wilayah pusat kota, kampus dan perkantoran dan merupakan tempat yang strategis untuk membangun rumah cabang memiliki lahan parkir yang luas dan ruangan yang luas, bapak Aulia meningkatkan dan melebarkan usaha dengan mengaplikasikannya sesuai dengan strategi yang sudah dijalankan.

d. Strategi Promosi

Promotion (promosi) berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.⁹ Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga, maupun distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.

Dalam penelitian strategi promosi yang dilakukan rumah makan ini yaitu mempromosikan secara langsung yaitu dengan empat sarana melalui periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi. Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media. Rumah makan ini memakai promosi periklanan seperti televisi, radio, dan brosur. Tujuan dari periklanan berikut untuk menarik dan mengajak pelanggan atau konsumen agar supaya datang ke rumah makan Sambal Acan Raja Banjar.

Promosi-promosi yang dilakukan biasanya pemberian harga-harga khusus, seperti pada ruangan-ruangan yang khusus yaitu VIP untuk ruangan yang ada AC, ruangan *outdoor* untuk pelanggan yang ingin menghirup udara di luar, 10 pelanggan yang datang pertama akan di berikan rujak khusus dari rumah makan. Untuk promosi publisitas rumah makan ini dalam menarik pelanggannya yaitu dengan mengikuti pameran-pameran di berbagai acara. Dengan mengikuti pameran tersebut bapak Aulia menargetkan produk beliau agar supaya lebih

⁹*Ibid.*, hlm. 49.

banyak lagi pelanggan untuk mengenal sambal acan raja banjar dan tujuannya adalah untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Dalam strategi pemasaran yang bapak Aulia gunakan tidak ada kecurangan atau membohongi para konsumen, seperti hadits berikut:

حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عَدِيٍّ عَنْ شُعْبَةَ بْنِ الْعَلَاءِ, وَابْنِ جَعْفَرٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ قَالَ سَمِعْتُ الْعَلَاءَ عَنَّا بِهِ
عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْيَمِينُ الْكَاذِبَةُ مَنْفَعَةٌ لِلْسَّلْعَةِ مَمْحُومَةٌ
لِلْكَسْبِ وَقَالَ ابْنُ جَعْفَرٍ الْبَرْكََةُ. رواه أحمد¹⁰

Nabi bersabda: “sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan pekerjaan.” Ibnu jafar berkata: “menghapus keberkahan.” H.R Ahmad.

Dari hadits tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berlebihan dengan sumpah palsu, Islam menganjurkan agar dalam melakukan promosi, nilai kebenaran dan kejujuran harus dijunjung tinggi untuk mewujudkan suatu tujuan luhur dalam berbisnis. Sebab pada dasarnya promosi mempunyai fungsi memberikan informasi yang lengkap dan akurat kepada masyarakat tentang sesuatu yang dipromosikan. Dalam penelitian ini yang dilakukan penulis, tidak ada yang diragukan dalam hal promosi rumah makan tersebut karena promosi yang dilakukan rumah makan ini sesuai saja dengan fakta atau keadaan dimana tidak ada kebohongan sama sekali dalam mempromosikan produknya sehingga rumah makan ini memiliki reputasi yang cukup baik dimata masyarakat. Jika rumah makan ini melakukan kebohongan pada produk dalam promosinya maka tidak ada pelanggan yang *loyal* terhadap rumah makan ini dan rumah makan ini tidak bisa berkembang seperti sekarang.

¹⁰Ahmad bin hanbal. *Op.cit*, hlm. 19.

Dengan menganalisis strategi pengembangan usaha rumah sambal acan raja banjar serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, yang mempengaruhi usaha Rumah Sambal Acan Raja Banjar maka dapat dilakukan analisis SWOT. Analisis TOWS atau SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran rumah sambal acan raja Banjar. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Berikut ini adalah rincian mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

- a. Faktor Internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan.
 1. Kekuatan terdiri dari:
 - a. Memiliki rasa dan kualitas yang khas dari para pesaing
 - b. Harga jual yang kompetitif
 - c. Pelayanan yang cepat dan baik dalam melayani konsumen
 - d. Reputasi yang cukup baik dalam masalah pelayanan
 2. Kelemahan terdiri dari:
 - a. Keterbatasan SDM (sumber daya manusia)
 - b. Keterbatasan bahan utama atau pokok
- b. Faktor Eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan berupa peluang dan ancaman:
 1. Peluang terdiri dari:
 - a. Masyarakat Banjar suka akan sambal

- b. Kota Banjarmasin merupakan kota metropolitan
 - c. Masyarakat yang cinta akan dunia kuliner
 - d. Kecenderungan masyarakat untuk mengkonsumsi yang instan
2. Ancaman terdiri dari:
- a. Pendetang baru yang bermunculan atau pesaing yang sejenis yang bermunculan
 - b. Terbatasnya bahan baku pokok.

Setelah menggunakan analisis SWOT, maka dapat dirumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi usaha rumah sambal acan raja Banjar dalam meningkatkan konsumen yaitu dengan menyandingkan kekuatan internal dengan peluang eksternal (menghasilkan strategi S-O), kekuatan internal dengan ancaman eksternal (menghasilkan strategi S-T), kelemahan internal dengan peluang eksternal (menghasilkan strategi W-O), dan kelemahan internal dengan ancaman eksternal (menghasilkan strategi W-T).

Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam hasil analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi S-O (Mendukung Strategi *Growth*) yaitu Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang:
- a. Meningkatkan usaha atau melebarkan usaha dengan mengaplikasikan sesuai strategi yang sudah dijalankan.

- b. Strategi mempertahankan konsumen, dari kualitas yaitu luas parkir, desain ruangan dan mutu produk.
 - c. Tingkatkan kinerja manajemen
 - d. Menjaga *image* yang baik perusahaan dimata masyarakat
2. Strategi S-T yaitu menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman:
- a. Menjaga dan meningkatkan kualitas dan pelayanan.
 - b. Untuk mempertahankan pelanggan setia dengan berinovasi terus-menerus agar supaya pelanggan tidak bosan dengan pelayanan yang disediakan seperti menambahkan fasilitas ruangan misalnya menyediakan AC diluar ruangan VIP, menambahkan *wifi* gratis.
3. Strategi W-O yaitu mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang:
- a. Meningkatkan jumlah pemasok
 - b. Meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik
4. Strategi W-T yaitu meminimalkan kelemahan dan meghindari ancaman:
- a. Menciptakan cara-cara yang lebih inovatif untuk pelanggan membangun dan mempertahankan ciri khas dari rumah makan seperti promosi yang tadinya menyediakan rujak gratis untuk 10 pelanggan pertama yang menunggu makanan sebelum disajikan, misalnya di tambah dengan 10 kue gratis untuk 10 pelanggan pertama.
 - b. Membangun pola pikir masyarakat bahwa rumah sambal acan raja banjar lebih memuaskan baik dari segi kualitas rasa dan pelayanannya seperti ciri khas dari rumah sambal acan yaitu sambal acan yang khas beda dengan yang lain kualitas rasa yang tetap khas meskipun memakai alat tradisional

dalam memproduksinya, dari segi pelayanan rumah makan ini selalu diutamakan, jika pelanggan ada yang komplain langsung ditanggapi dengan ramah sehingga masyarakat atau pelanggan akan tetap loyal terhadap rumah makan dan ini menjadi prioritas utama rumah makan yaitu dalam masalah pelayanan.

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH-S</p> <p style="text-align: center;">Daftar Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki rasa dan kualitas yang khas dari para pesaing 2. Harga jual yang kompetitif 3. Pelayanan yang cepat dan baik dalam melayani konsumen 4. Reputasi yang cukup baik dalam masalah pelayanan 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS-W</p> <p style="text-align: center;">Daftar Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan SDM (sumber daya manusia) 2. Keterbatasan bahan utama atau pokok.
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY-O</p> <p style="text-align: center;">Daftar Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat banjar suka akan sambal acan 2. Kota banjarmasin merupakan kota metropolitan 3. Masyarakat yang cinta akan dunia kuliner 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-O</p> <p style="text-align: center;">Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka rumah makan cabang selanjutnya 2. Meningkatkan usaha atau melebarkan usaha dengan mengaplikasikan sesuai dengan strategi yang sudah di jalankan. 3. Strategi mempertahankan konsumen, dari kualitas 	<p style="text-align: center;">STRATEGI W-O</p> <p style="text-align: center;">Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkatkan jumlah pemasok bahan baku cabai 2. Meningkatkan kaulitas pelayanan yang lebih baik

4. Kecenderungan masyarakat untuk mengkonsumsi yang instan	yaitu luas parkir, desain ruangan dan mutu produk 4. Perkuat kinerja manajemen 5. Menjaga image baik perusahaan dimata masyarakat	
<p style="text-align: center;">THREATS-T</p> <p>Daftar Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendetang baru yang bermunculan atau pesaing yang sejenis 2. Terbatasnya bahan baku pokok 	<p style="text-align: center;">STRATEGI S-T</p> <p>Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan meningkatkan kualitas dan pelayanan. 2. Untuk mempertahankan pelanggan setia dengan berinovasi terus-menerus agar supaya pelanggan tidak bosan dengan pelayanan yang disediakan. 	<p style="text-align: center;">STRATEGI W-T</p> <p>Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan cara-cara yang lebih inovatif untuk pelanggan membangun dan mempertahankan ciri khas dari rumah makan 2. Membangun pola pikir masyarakat bahwa rumah sambal acan raja banjar lebih memuaskan baik dari segi kualitas, rasa, dan pelayanannya.

Gambar 2. Matriks SWOT

Sumber: Freddy Rangkuti, 2015

Adapun analisis SWOT tersebut menghasilkan alternatif yang dapat meningkatkan konsumen terhadap rumah sambal acan raja Banjar ini yaitu strategi S-O menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang adalah membuka rumah cabang selanjutnya untuk pengembangan rumah sambal acan raja Banjar karena masyarakat Banjar yang suka akan sambal acan merupakan

peluang besar untuk rumah sambal acan raja Banjar dalam mengembangkan usahanya lagi. Strategi S-O yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang untuk meningkatkan konsumen.

Semua alternatif yang dihasilkan dalam analisis SWOT ini menghasilkan 10 alternatif tetapi untuk meningkatkan konsumen yaitu dari strategi S-O yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, masyarakat Banjar yang suka akan sambal acan dan rumah sambal acan raja Banjar memiliki rasa yang khas dan berkualitas merupakan kekuatan yang digabungkan dengan peluang menghasilkan strategi S-O yang bertujuan untuk mengembangkan usaha rumah sambal acan raja Banjar.

2. Kendala-kendala usaha rumah sambal acan raja banjar

Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam usaha ini yaitu dalam mengelola sumber daya manusianya usaha kecil juga perlu menempatkan orang-orang yang sesuai dengan tempatnya.¹¹ Untuk masalah sumber daya manusia cukup berpengaruh untuk rumah makan karena dalam perekrutan karyawan pada rumah makan Sambal Acan Raja Banjar tidak memakai persyaratan yang formal, tapi paling tidak lulusan SMA, SMU dan setingkatnya.

Dalam penelitian yang penulis lakukan rumah makan ini terkendala dalam masalah perekrutan karyawan dimana sumber daya manusianya mempengaruhi rumah makan. Menurut bapak Aulia dalam merekrut karyawan beliau permasalahannya adalah ketika menerima seorang karyawan apalagi

¹¹Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen edisi pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), hlm. 415.

karyawan yang lulusan S1 (Strata satu), ketika karyawan tadi sudah menjadi karyawan rumah makan sebelumnya si kariawan tersebut sebelum melamar pekerjaan di rumah makan ternyata dia juga melamar pekerjaan di tempat lain dan jika si karyawan mendapat panggilan dan direkrut sebagai karyawan di tempat lain yang dimana si karyawan melamar pekerjaan di tempat tersebut maka si karyawan berhenti bekerja di rumah makan. Hal ini berpengaruh terhadap rumah makan karena untuk merekrut kariawan rumah makan kembali mencari karyawan-karyawan lain untuk di pekerjakan.

Dalam penelitian penulis bapak Aulia tidak ambil pusing dalam menangani masalah tersebut karena di zaman sekarang pengangguran masih banyak yang menginginkan dan membutuhkan pekerjaan. Dalam masalah ini yang mudah di atasi oleh rumah makan tetapi kembali lagi ke budaya kerja dimana setiap perekrutan karyawan yang baru di bimbing dan diajarkan bagaimana melayani pelanggan dengan baik karena di rumah makan ini sebelum direkrut diberikan pelatihan-pelatihan khusus untuk dan bagaimana menjadi karyawan yang baik dan selalu mau belajar sesuatu yang baru dalam melayani konsumen.

Jaringan merupakan kunci keberhasilan usaha. Pada dasarnya semakin luas jaringan yang dapat dibangun oleh usaha kecil, dari mulai jaringan dengan pemasok, investor, pelanggan, hingga berbagai pihak terkait, semakin besar peluang usaha kecil untuk mengembangkan usahanya dalam jangka panjang.¹² Dalam penelitian yang penulis lakukan keterbatasan sumber daya alam untuk

¹²*Ibid*, hlm. 415

pemasok juga mempengaruhi dan menjadi kendala rumah makan. Misalnya saja harga cabai yang melonjak naik, sedangkan rumah makan ini ciri khasnya adalah sambal acan raja banjar. Jika harga cabai melonjak naik maka akan menjadi kendala dan mempengaruhi jalannya proses rumah makan dan menjadi ancaman besar bagi rumah makan. Pada saat harga cabai naik maka otomatis ini akan berdampak pada rumah makan khususnya produksi sambalnya. Dalam hal ini bapak Aulia langsung menanggapi dengan teliti. Saat usaha ini masih dalam tahap awal bapak Aulia mengalami kerugian mencapai sekitar Rp 50.000.000 karena tidak bisa menanganinya. Dari pengalaman tersebut sekarang bapak Aulia bisa menanganinya yaitu dengan membeli harga cabai sesuai dengan yang ditentukan misalnya harga cabai naik kemudian bapak Aulia tetap membeli dengan harga sekian, harga yang ditetapkan pada produk itu tetap dengan sebelumnya dan sesuai takarannya meskipun untungnya kecil sekali tetapi konsumen tetap setia atau *loyal* terhadap rumah makan dalam hal ini tujuannya adalah untuk mempertahankan pelanggan. Sebaliknya jika harga cabai turun maka dalam hal ini rumah makan untung besar karena pada saat harga cabai naik rumah makan hanya mengambil keuntungan sedikit tetapi pada saat harga turun rumah makan untung besar dalam hal ini beliau menamakan dengan strategi promosi terhadap pelanggan. Dalam penelitian tersebut hal-hal yang menjadi kendala dalam usaha ini yaitu terbatasnya sumber daya manusia dan sumber daya alam menjadi permasalahan untuk rumah makan karena dalam keterbatasan sumber daya alam saja akan menjadi ancaman besar untuk jalannya usaha rumah makan.