

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupan, manusia tidak terlepas dari kebutuhan akan makanan. Makanan adalah sumber utama energi yang dibutuhkan tubuh agar dapat berfungsi dengan baik dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Makanan sangat penting bagi kehidupan manusia. Makanan adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi, dan permintaan makanan terus meningkat yang menimbulkan meningkatnya permintaan penawaran makanan.

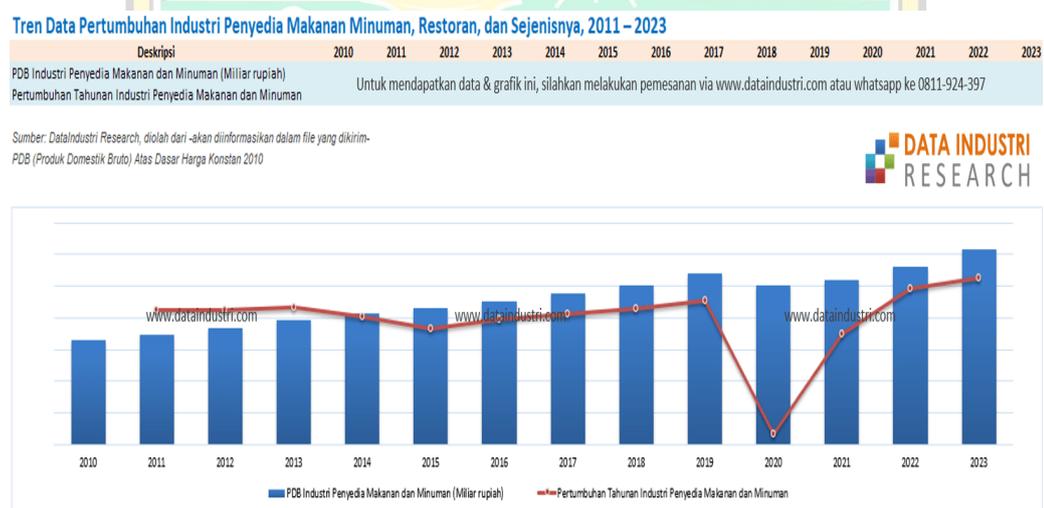
Menurut Nonto (2011), seiring dengan terus meningkatnya permintaan atas kebutuhan makanan menyebabkan perkembangan pada industri makanan terus meningkat, salah satunya dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang konsumtif dan juga pola konsumsi masyarakat yang mengalami pergeseran, yaitu masyarakat lebih menyukai mengkonsumsi makanan diluar rumah daripada memasak sendiri dirumah, terutama bagi masyarakat yang sibuk bekerja dan beraktivitas diluar rumah. Peralihan dalam mengkonsumsi makanan ini juga disebabkan karena berkembangnya jumlah jenis makanan (Tiwa, Elsaday Teresa, et al, 2022: 4).

Indonesia sebagai negara dengan kepadatan penduduk yang menempati peringkat keempat di dunia, menyebabkan besarnya peluang bagi berbagai sektor bisnis untuk berkembang, salah satunya yaitu usaha dalam bidang kuliner (Sumiyati dan Abdur Rohman, 2022: 2) .

Menurut Woodward (ed.), (1999) kuliner merupakan sebuah istilah yang berasal dari kata Inggris "culinary". Kata "culinary" sendiri berakar dari bahasa latin "culinarius", yang diambil dari kata "culina" yang berarti dapur atau tempat memasak makanan. Memasak memiliki makna yang sangat luas ini adalah proses mengubah bahan alami menjadi sesuatu yang memiliki nilai budaya. Lebih dari itu, memasak juga bisa diartikan sebagai cara kita mengekspresikan siapa diri kita dan posisi kita di dunia ini. Kuliner bukan sekadar makanan, melainkan sebuah konsep utuh yang membentuk bagian tak terpisahkan dari kebudayaan. Oleh karena itu, kuliner erat kaitannya dengan berbagai aspek masyarakat seperti sejarah, pengaruh kolonialisme, mitos, agama, dan nilai-nilai yang dianut. (Sri Utami, 2018)

Gambar 1.

Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan, Minuman dan Sejenisnya Tahun 2021-2023



Sumber : Data industri research tahun 2023

Bisnis kuliner cukup menggiurkan bagi para pengusaha karena adanya potensi keuntungan yang besar. Dengan prospek yang menjanjikan ini menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal untuk menekuni bisnis kuliner (Puspita RM dikutip dalam Sumiyati dan Abdur Rohman, 2022). Munculnya beragam makanan dan minuman yang khas dan unik, serta kebutuhan manusia untuk konsumsi makanan yang terus menerus, menjadikan potensi bisnis kuliner semakin besar. Hal ini menunjukkan pesatnya perkembangan bisnis kuliner (Yuyun Alamsyah dikutip dalam Sumiyati dan Abdur Rohman, 2022: 2).

Salah satu bisnis kuliner di Kota Padang, Sumatera Barat yang sangat dikenal dan digemari oleh masyarakat yaitu bisnis Rumah Makan Padang. Tingginya minat masyarakat Kota Padang Sumatera Barat, membuat banyaknya masyarakat yang membuka usaha Rumah makan Padang. Meskipun pada saat ini sudah banyak yang menjalankan usaha tersebut, tetapi usaha rumah makan Padang terus berkembang. Rumah makan Padang merupakan rumah makan yang sudah dikenal secara luas baik di daerah-daerah di nusantara maupun mancanegara.

Rumah makan Padang merupakan kuliner tradisional Minangkabau yang sudah ada sejak lama. Rumah makan Padang adalah restoran yang menyajikan berbagai ragam masakan khas dari Minangkabau, Sumatera Barat. Rumah makan Padang terkenal dengan kelezatannya dan keunikan pada cara penyajiannya, yaitu makanan disajikan dengan disusun di atas meja dalam bentuk hidangan nasi dengan berbagai macam lauk pauk, seperti gulai ayam dan ikan, rendang, samba lado dan masih banyak lagi, dan konsumen bebas memilih lauk yang diinginkan (Asmar Yulastri, 2008).

Menurut Asmar Yulastri (2008), rumah makan Padang mempunyai ciri khas yang membedakannya dengan rumah makan lain. Hal ini dapat dilihat dari berbagai jenis rumah makan Padang yang berada di daerah mana pun pasti sama, yaitu suasana dibuat seperti suasana adat dan istiadat Minangkabau. Ciri-ciri khusus rumah Makan Padang baik yang berada di Indonesia maupun di negara lain yaitu, rumah makan Padang menyediakan makanan halal dan menjamin bahwa semua masakan yang disajikan memenuhi kriteria halal berdasarkan hukum syariat agama. Ini berarti bahan baku dan pengolahan telah dipastikan kehalalannya, memberikan ketenangan bagi pelanggan saat mengonsumsi.

Rumah makan Padang menghadirkan masakan yang berasal dari Sumatera Barat, menyediakan masakan khas Minangkabau dan rumah makan Padang berperan aktif dalam mengembangkan dan memperkenalkan adat serta budaya Minangkabau kepada masyarakat luas di berbagai penjuru Indonesia. Kontribusi dalam mengenalkan budaya kuliner ini menjadi ciri khas dan keunggulan kompetitif rumah makan Padang. Selanjutnya, rumah makan Padang mempunyai ciri khusus seperti, bumbu lebih banyak, santan lebih kental dan masakan lebih pedas. Suasana rumah makan dibuat seperti suasana di Minangkabau dengan desain rumah Makan Padang secara keseluruhan menciptakan suasana budaya khas Minangkabau yang otentik. Kekhasan budaya ini tercermin jelas mulai dari bentuk bangunan, penataan ruang bagi pengunjung hingga cara penataan makanan yang disajikan, display makanan yang menonjol biasanya berupa etalase kaca besar menjadi ciri khas yang menarik perhatian pengunjung. Kekhasan rumah makan Padang selanjutnya melakukan penyajian tanpa nampan. Pelayan rumah makan

Padang memiliki keunikan dalam menyajikan hidangan, mereka tidak menggunakan nampan, melainkan membawa sejumlah piring yang tertata rapi langsung dengan kedua tangan. Teknik penyajian ini jelas membutuhkan keahlian khusus. Terakhir, rumah makan Padang menyediakan sarana ibadah Rumah makan Padang umumnya menyediakan mushola sebagai bentuk pelayanan dan penghormatan kepada pelanggan yang hendak beribadah saat sedang menyantap hidangan.

Menurut Heru dan Martini (2021) rumah makan merupakan istilah umum yang merujuk pada bangunan yang menyajikan hidangan makanan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan tersebut, serta menetapkan harga tertentu untuk jenis makanan dan pelayanannya. Walaupun pada umumnya rumah makan menyediakan makanan di tempat, akan tetapi ada juga yang menyediakan untuk dapat dibawa pulang dan juga model antar makanan untuk melayani konsumennya.

Demikianlah berbagai ciri khas rumah makan Padang yang tidak hanya menyajikan hidangan lezat, tetapi juga berperan sentral dalam melestarikan budaya Minangkabau di seluruh Indonesia. Sebagai bagian dari ribuan kekayaan intelektual bangsa yang wajib dijaga, rumah makan Padang, termasuk yang berada di Kecamatan Pauh, mengadopsi prinsip yang sama. Keberadaan rumah makan ini tidak hanya bermanfaat sebagai penyedia kuliner khas, tetapi juga menjadi sarana vital bagi masyarakat, khususnya budayawan, untuk meneliti dan mengkaji kebudayaan asli Minangkabau.

Rumah makan merupakan sebuah usaha yang menjanjikan, hal ini dapat dilihat dari banyaknya tempat-tempat makanan baru yang didirikan oleh para pebisnis. Makanan merupakan suatu kebutuhan pokok bagi manusia, maka dengan ini para pebisnis memicu target pasar yaitu mulai dari golongan ekonomi kebawah, menengah, hingga ekonomi atas. Namun dapat dilihat, semakin banyaknya tempat-tempat rumah makan baru yang berdiri dan ini merupakan sebuah tantangan bagi usaha rumah makan.

Dalam berbisnis pasti terdapat tantangan yang membuat pelaku bisnis harus bisa menghadapi tantangan tersebut. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis yaitu banyaknya jumlah pesaing yang dapat menyebabkan menurunnya pendapatan usaha. Ketatnya persaingan ini membuat para pebisnis di bidang kuliner harus memikirkan berbagai macam strategi, agar usahanya semakin maju, eksis di pasaran dan disukai oleh banyak orang.

Awalnya Rumah Makan Padang hanya bersaing dengan sesama bisnis rumah makan, tetapi dengan semakin berkembangnya zaman, teknologi dan pengetahuan, yang mengakibatkan masuknya kuliner dari negara luar. Berkembangnya kuliner dari luar negeri di Indonesia juga disebabkan kebutuhan manusia yang mulai berubah. Menurut Kotler & Keller (2012) awalnya, kuliner menjadi kebutuhan dasar untuk bertahan hidup. Namun, saat ini kuliner telah berevolusi menjadi sebuah gaya hidup bagi masyarakat. Makan bukan hanya untuk kelangsungan hidup, tetapi juga untuk mengekspresikan diri. Seiring dengan modernisasi kehidupan, manusia tak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga pada pemenuhan keinginan.

Saat ini, pilihan kuliner tak hanya soal rasa, tetap juga tentang citra, prestise, dan status sosial. Keputusan untuk membeli produk kuliner asing dipengaruhi oleh berbagai faktor pribadi seperti usia, tahap hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan nilai-nilai yang dianut.

Bisnis kuliner yang bermunculan saat ini sangat beragam, seperti pedagang kaki lima, rumah makan Padang, kafe-kafe dengan konsep yang unik, toko kue dan bermacam-macam minuman. Pasar Baru di Kecamatan Pauh, Kota Padang adalah salah satu titik sentral aktivitas ekonomi dan sosial di daerah tersebut. Fenomena kuliner di sini bukan sekedar tentang makanan, melainkan cerminan kompleks dari interaksi ekonomi mikro dan kebiasaan konsumsi masyarakat lokal. Variasi kuliner yang dapat ditemukan di Pasar Baru Kecamatan Pauh, sangat beragam seperti jajanan pasar dan kue tradisional berbagai jenis kue basah, gorengan dan panganan ringan khas Minang atau Indonesia umumnya. Berbagai makanan sarapan pagi seperti lontong/ketupat gulai, sate, pical, bubur, nasi goreng. Masakan Padang atau Rumah Makan Padang yaitu nasi Padang lengkap dengan berbagai lauk. Minuman tradisional seperti teh talua dan minuman kekinian seperti boba. Makanan nusantara seperti bakso, pecel lele, soto dan masih banyak lagi. Makanan kekinian adalah jenis makanan yang sedang populer, memiliki tampilan menarik dan menjadi tren di kalangan masyarakat khususnya generasi muda, seperti dimsum, sushi, pisang krispi, mie pedas dan masih banyak lagi.

Dari kacamata ekonomi lokal, fenomena kuliner di Pasar Baru adalah motor penggerak ekonomi mikro dan indikator kesehatan ekonomi masyarakat setempat

yaitu, dapat menciptakan lapangan kerja lokal dimana setiap warung makan membutuhkan tenaga kerja, mulai dari pemilik, juru masak, pelayan, hingga tukang cuci piring. Ini menyediakan banyak kesempatan kerja bagi penduduk lokal di sekitar Pauh, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan pendapatan rumah tangga. Terjadinya perputaran uang dan rantai pasok lokal seperti permintaan bahan baku, transportasi dan logistik, aksesibilitas ekonomi bagi masyarakat menengah ke bawah keberadaan berbagai pilihan kuliner, terutama warung kaki lima dan kedai sederhana, menawarkan pilihan makanan yang terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa dengan anggaran terbatas dan pekerja informal. Ini memastikan bahwa kebutuhan pangan masyarakat dapat terpenuhi secara ekonomis. Persaingan harga dan kualitas karena tingginya jumlah penjual makanan di pasar baru menciptakan persaingan sehat. Pedagang harus berinovasi dalam harga, rasa, porsi, atau pelayanan untuk menarik pelanggan. Ini menguntungkan konsumen karena mereka mendapatkan pilihan yang lebih baik dan harga yang kompetitif.

Budaya konsumsi di Pasar Baru sangat dipengaruhi oleh tradisi, gaya hidup, dan nilai-nilai sosial masyarakat Minangkabau, serta adaptasi terhadap modernitas. Makanan sebagai simbol kebersamaan dan komunitas bagi masyarakat Minangkabau, makan bukan hanya memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga ritual sosial. Pasar Baru dengan beragam kuliner-nya, seringkali menjadi tempat berkumpul, bercengkrama, dan menjalin silaturahmi. Nongkrong di warung kopi atau sarapan di kedai lontong adalah bagian dari interaksi sosial sehari-hari. Misalnya, pagi hari didominasi oleh sarapan berat (ketupat gulai, lontong sayur),

siang hari untuk makan nasi (nasi Padang), dan malam hari untuk santai atau makanan ringan (sate Padang, nasi goreng). Ini mencerminkan kebiasaan dan ritme kehidupan masyarakat. Preferensi rasa yang kuat masyarakat Minangkabau umumnya memiliki preferensi rasa yang kuat terhadap masakan yang kaya rempah, pedas, dan gurih. Ini tercermin dari dominasi masakan Padang di Pasar Baru. Para pedagang harus mampu memenuhi ekspektasi rasa ini agar dapat bertahan. Rasa otentik seringkali menjadi nilai jual utama. Adaptasi terhadap perubahan selera, meskipun tradisionalisme kuat, budaya konsumsi juga menunjukkan fleksibilitas. Masuknya menu-menu non-Padang atau jajanan modern menunjukkan bahwa masyarakat lokal juga terbuka terhadap variasi dan tren baru, terutama segmen yang lebih muda (mahasiswa). Ini adalah bukti bahwa budaya konsumsi tidak statis, tetapi terus berevolusi. Ekonomi kreatif dalam makanan pedagang lokal seringkali menunjukkan kreativitas dalam menyajikan menu, menawarkan porsi yang menarik, atau membangun hubungan personal dengan pelanggan. Ini adalah bagian dari budaya konsumsi di mana hubungan pribadi dan kepercayaan seringkali sama pentingnya dengan kualitas makanan.

Dengan semakin berkembangnya beragam kuliner, membuat kuliner Indonesia, seperti usaha rumah makan Padang harus menghadapi persaingan ketat. Dengan ketatnya persaingan pebisnis rumah makan ini, menciptakan tantangan antar pemilik usaha rumah makan. Persaingan bisnis semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Akibatnya pengusaha dan pebisnis harus dapat mempertahankan bisnis mereka dan bersaing untuk mempertahankannya. Strategi yang membantu para pengusaha untuk bertahan yaitu mengendalikan hasil

bisnisnya melalui manajemen kinerja.

Dengan berkembangnya usaha kuliner hampir di seluruh Indonesia tidak hanya kita temui keberadaannya di kota-kota besar saja, akan tetapi di kota-kota kecil pun juga banyak ditemui usaha kuliner. Salah satu kawasan berkembangnya usaha rumah makan Padang yaitu di Kecamatan Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat. Usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh ini terdapat beragam harga yang ditetapkan oleh pemilik usaha rumah makan.

Pada usaha Rumah makan Padang terdapat adanya persaingan usaha baik dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Para pengusaha rumah makan Padang saling bersaing dan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas usahanya karena dapat berpotensi menarik minat pelanggan. Walaupun makanan yang dijual rumah makan Padang mayoritas sama akan tetapi masing-masing pedagang memiliki harga dan porsi yang berbeda-beda, sehingga terjadi persaingan yang cukup ketat. Bukan hanya itu, dari segi kualitas produk seperti perbedaan cita rasa dan khas bumbu yang digunakan oleh pedagang juga dapat memicu adanya persaingan antar pengusaha rumah makan Padang, karena seorang konsumen tentunya akan memilih kualitas produk atau cita rasa yang lebih baik. Sehingga para pedagang berusaha agar kualitas produk yang dimiliki menjadi produk yang terbaik dan banyak diminati konsumen. Selain itu, timbulnya persaingan juga dapat dilihat dari cara pelayanan yang dilakukan pedagang kepada konsumen karena memiliki cara yang berbeda-beda.

Usaha rumah makan Padang yang menjadi studi kasus penelitian adalah rumah makan Padang yang ada di Kecamatan Pauh, kota Padang. Peneliti mengambil 6 rumah makan Padang diantaranya Rumah Makan Talago Sari, Rumah Makan Sederhana, Ampera Bukan Dia, Ampera Surya Family, Rumah Makan Simpang Pasia dan Rumah Makan Perdana Raya. Dasar dari pemilihan 6 rumah makan ini adalah representasi keberagamannya, seperti ampera yang dikenal dengan tempat makan sederhana dan menawarkan harga terjangkau, dengan target pasarnya seringkali pekerja harian dan mahasiswa. Sedangkan, rumah makan biasanya memiliki skala lebih besar dan fasilitas lengkap, target pasarnya lebih luas termasuk keluarga, wisatawan dan harganya lebih tinggi dari ampera. Dengan memilih 6 rumah makan dapat membandingkan strategi persaingan antara dua segmen pasar yang berbeda, namun saling berkaitan. Kecamatan Pauh sebagai lokasi penelitian dipilih karena terdapat beragam rumah makan Padang. Keberadaan Universitas Andalas dan Politeknik Negeri Padang menjadikan Kecamatan Pauh sebagai kawasan yang banyak dihuni oleh mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia. Rumah Makan Padang yang memiliki cita rasa khasnya yang telah dikenal luas, menjadi salah satu pilihan bagi mahasiswa. Pesatnya perkembangan usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh menciptakan tingkat persaingan yang tinggi antar rumah makan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai tantangan yang dihadapi oleh usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang dan bagaimana strategi yang dilakukan pemilik rumah makan Padang di

Kecamatan Pauh, Kota Padang untuk tetap bertahan dengan banyak pesaing yang ada.

B. Rumusan Masalah

Kemudahan untuk memulai usaha rumah makan Padang terutama pada skala kecil, membuat banyak orang yang membuka usaha rumah makan Padang. Membuka usaha rumah makan seringkali dianggap mudah dalam hal perizinan dan modal awal yang dibutuhkan. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa tren gaya hidup modern masyarakat saat ini turut berkontribusi pada popularitas usaha rumah makan Padang. Kesibukan aktivitas sehari-hari membuat banyak orang tidak memiliki waktu untuk memasak di rumah. Mereka lebih memilih untuk menikmati makanan di luar atau memesan makanan secara daring. Perubahan gaya hidup ini membuka peluang pasar yang sangat besar bagi bisnis rumah makan, menciptakan permintaan yang terus meningkat untuk berbagai jenis makanan dan minuman.

Selain itu, dunia kuliner adalah arena inovasi yang tak pernah berhenti. Munculnya tren makanan baru, kreasi resep yang unik dan cara penyajian yang menarik terus memikat selera konsumen. Hal ini mendorong para pelaku usaha untuk terus berkreasi dan menawarkan sesuatu yang baru dan menarik bagi pelanggan mereka. Bagi sebagian orang, memasak dan menyajikan makanan bukan hanya sekedar pekerjaan, tetapi juga merupakan hobi dan passion. Membuka rumah makan menjadi wadah untuk mengekspresikan kreativitas kuliner mereka sekaligus menghasilkan pendapatan.

Namun, daya tarik yang begitu besar terhadap usaha rumah makan Padang menimbulkan persaingan. Hampir setiap sudut jalan di Kecamatan Pauh Kota Padang, kita dapat menemukan berbagai jenis rumah makan Padang. Persaingan ini semakin intensif dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha yang terjun ke bisnis ini. Bukan hanya itu, munculnya platform pesan antar makanan daring juga mengubah lanskap persaingan. Rumah makan Padang kini tidak hanya bersaing dengan sesama usaha rumah makan di sekitar lokasi mereka, tetapi juga dengan ribuan restoran lain yang dapat diakses oleh pelanggan melalui aplikasi. Hal ini memperluas jangkauan persaingan dan menuntut rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, untuk memiliki daya saing yang kuat di ranah digital. Selain itu, dengan banyaknya pilihan yang tersedia, pelanggan menjadi semakin sensitif terhadap harga. Mereka cenderung mencari rumah makan yang menawarkan kombinasi terbaik antara kualitas makanan, rasa dan harga yang terjangkau. Kemudahan bagi pesaing untuk meniru konsep dan menu yang sukses juga semakin memperketat persaingan, di mana keunggulan kompetitif yang tidak dijaga dengan baik dapat dengan cepat ditiru oleh orang lain.

Dalam menghadapi persaingan yang sedemikian ketat, usaha rumah makan Padang tidak dapat lagi hanya mengandalkan cita rasa makanan yang lezat. Mereka harus merancang dan mengimplementasikan serangkaian strategi yang matang untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan bisnis mereka. Berdasarkan dari penjelasan diatas peneliti ingin menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Apa tantangan yang dihadapi Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang?

2. Bagaimana strategi rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang dalam menghadapi persaingan usaha?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang.
2. Untuk mendeskripsikan strategi rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang dalam menghadapi persaingan usaha.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi akademis maupun dari segi praktis.

1. Manfaat Akademis

Dari segi akademis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan bidang antropologi yaitu antropologi budaya yang memberikan penjelasan tentang fenomena budaya dan sosial di lingkungan kampus.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini akan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengelola rumah makan Padang dan pihak yang terlibat dalam memahami dinamika sosial dan budaya.

E. Tinjauan Pustaka

Sebagai bahan perbandingan penelitian, peneliti mengambil referensi dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian oleh Aldo Hardi Sancoko (2015) dengan judul *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya*. Industri makanan dan minuman mengalami perkembangan pesat dan menawarkan berbagai pilihan, mulai dari harga hingga jenisnya. Hal ini mengakibatkan persaingan bisnis di bidang kuliner semakin ketat, yang berdampak pada seluruh rantai industri, mulai dari produsen hingga konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan bisnis usaha makanan dan minuman yaitu sebuah depot yang berada di Surabaya Timur, yang menyediakan makanan dan minuman untuk siswa SD dan SMP. Mengkaji strategi pengembangan bisnis yang tepat dengan menggunakan analisis lingkungan internal dari sudut pandang sumber daya, lingkungan eksternal jauh dan industri, serta dilengkapi dengan rencana bisnis yang matang.

Metode penelitian menggunakan data kualitatif primer (objek penelitian) dan sekunder (studi kepustakaan), meliputi wawancara dan dokumentasi, serta analisis data dengan uji validitas, triangulasi, dan member check. Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya pergeseran strategi dan dari cost leadership ke strategi fokus pada ceruk pasar spesifik, dengan rencana bisnis yang sederhana namun efektif, berdasarkan pengalaman objek penelitian selama ini.

Selanjutnya penelitian oleh Mahyudin Damis (2018) dengan judul *Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi bertahan pengelola kedai

kopi Tikala dalam menghadapi persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat di Kota Manado. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan informan kunci yang terdiri dari pengelola, pekerja dan pelanggan. Data diperoleh dari informan dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Sedangkan data tentang perkembangan bisnis kedai kopi Tikala diperoleh dengan metode pendekatan sejarah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh pengelola kedai kopi Tikala dalam bertahan menggunakan dua strategi yaitu strategi produksi dengan mengatasi aspek produksi di satu sisi dan strategi pemasaran dengan mengatasi masalah pemasaran itu sendiri di sisi yang lain. Strategi bertahan merupakan bagian dari keseluruhan pengetahuan pengelola kedai kopi Tikala yang memandang sisi produksi yaitu minuman kopi harus tetap terjaga ciri khasnya, rasa atau aromanya harus yang terbaik dan tetap terjaga kualitasnya serta penganan tradisionalnya juga harus enak-enak. Adapun sisi permainannya sangat ditentukan oleh kualitas produksi yang baik harus benar-benar dijaga kepercayaannya saat dipromosikan, baik melalui media massa maupun media sosial. Dengan menjaga kualitas produksi maka di antara para pengunjung yang pernah menyeruput kopi di kedai kopi tersebut turut mempromosikannya melalui jejaring sosial pribadi mereka seperti facebook, twitter, atau blog-blog mereka sehingga kedai kopi Tikala tetap bertahan sampai saat ini.

Penelitian selanjutnya oleh Fatkhurahman dan Eddy Irsan Siregar (2019) dengan judul *Kinerja Bisnis Kuliner dalam Menghadapi Persaingan Di Kota Pekanbaru*. Perkembangan bisnis kuliner di kota Pekanbaru menjadi suatu hal yang menarik untuk dibahas. Saat ini usaha kuliner merupakan suatu usaha yang sangat

menjanjikan, hal ini dikarenakan jumlah penduduk kota Pekanbaru yang sangat heterogen sehingga diperlukan kebutuhan pangan yang beragam. Untuk melihat lebih detail bagaimana kinerja pengusaha usaha kuliner digunakan survei kepada pengelola usaha dan juga pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner pada sampel pengusaha sebanyak 100 responden yang diambil dengan cara purposive random sampling dan analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pengusaha usaha kuliner dapat dikategorikan cukup baik, ternyata diperoleh informasi bahwa dimensi yang paling besar adalah efektifitas dan kualitas. Sedangkan dimensi terkecilnya adalah kuantitas dan independensi.

Penelitian selanjutnya oleh Sumiyati dan Abdur Rohman (2022) dengan judul *Analisis Persaingan Bisnis Pada Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Pelanggan Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl. Niaga Pamekasan)*. Bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang sangat pokok dalam memenuhi kebutuhan manusia. Banyak orang terjun ke dunia bisnis untuk meraih keuntungan. Salah satu bidang bisnis yang sedang ramai dan kompetitif adalah kuliner. Persaingan di sektor ini semakin ketat, terutama untuk produk sejenis. Kondisi ini mendorong para pelaku bisnis untuk mencari berbagai cara, baik secara sehat maupun tidak, demi meraih keuntungan. Dalam hal ini, penting untuk menerapkan etika bisnis Islam sebagai pedoman.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persaingan bisnis di antara usaha kuliner sate di Jl. Niaga Pamekasan dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan, dengan fokus pada perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui dua sumber: data primer yang diperoleh langsung dari wawancara dengan informan, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber lainnya. Hasil pada penelitian ini menerangkan bahwa persaingan bisnis di antara usaha kuliner sate di Jl. Niaga Pamekasan umumnya terjadi secara sehat. Persaingan terjadi dalam hal harga, produk, tempat, dan pelayanan. Tetapi terdapat dua pedagang yang kurang memperhatikan kebersihan tempat berdagang, akibatnya mengurangi daya tarik bagi pembeli. Strategi yang diterapkan oleh Bapak Yuto, seperti menjaga kualitas dan cita rasa satenya, terbukti efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatannya, yang berkisar antara Rp800.000 hingga Rp2.000.000 per hari. Mayoritas dari lima belas pedagang sate di Jl. Niaga Pamekasan telah menerapkan etika bisnis Islam dengan baik, seperti prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ishan. Hanya satu pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam.

Penelitian selanjutnya dari skripsi oleh Annisa Ikfi Hayati (2022) dengan judul *Analisis Strategi Bersaing Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pendopo Asri Kecamatan Jatilawang Kabupaten Banyumas)*. Rumah Makan Pendopo Asri, yang berdiri sejak tahun 2014, merupakan usaha kuliner yang memadukan desain tradisional dan modern, menciptakan ciri khas yang menarik pelanggan. Penelitian ini menitikberatkan pada strategi persaingan yang diterapkan oleh Rumah Makan Pendopo Asri di

Kecamatan Jatilawang, Kabupaten Banyumas, untuk meningkatkan omset penjualannya.

Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, serta analisis SWOT. Penelitian ini menghasilkan bahwa Rumah Makan Pendopo Asri Jatilawang menerapkan strategi diferensiasi untuk bersaing. Strategi ini mencakup diferensiasi produk, pelayanan, personil, dan citra, yang berdampak positif pada peningkatan omset penjualan. Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi. Untuk meminimalisir kendala tersebut, penelitian ini menyusun strategi SO, ST, WO, dan WT. Penerapan strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu meningkatkan omset penjualan Rumah Makan Pendopo Asri di Kecamatan Jatilawang, Kabupaten Banyumas dalam menghadapi persaingan.

F. Kerangka Pemikiran

Gaya hidup masyarakat yang terus berubah, menyebabkan pergeseran pada pola konsumsi masyarakat yaitu peningkatan masyarakat mencari makanan yang praktis dan cepat. Faktor-faktor seperti kemudahan, biaya dan bahkan prestige memainkan peran dalam keputusan ini. Pilihan yang tersedia sangat beragam, mulai dari hidangan cepat saji untuk mereka yang memiliki aktivitas padat, hingga pengalaman bersantap yang nyaman di restoran yang menawarkan suasana yang menyenangkan. Meningkatnya permintaan akan makanan cepat saji dan praktis, mendorong pertumbuhan bisnis kuliner dan salah satunya yaitu rumah makan Padang. Pesatnya pertumbuhan rumah makan Padang salah satunya terjadi di

Kecamatan Pauh, Kota Padang. Berbagai jenis rumah makan Padang, mulai dari rumah makan Padang berskala kecil seperti Ampera hingga rumah makan Padang yang berskala besar. Pertumbuhan pesat rumah makan Padang di Kecamatan Pauh saat ini menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat antar rumah makan Padang tersebut, hal ini menjadi tantangan bagi para pemilik rumah makan Padang untuk mampu bertahan.

Menurut Rollings dan Emerst (2003) tantangan adalah suatu kompetisi dan hambatan yang dihadapi dalam aktivitasnya. Tantangan dapat menginspirasi individu untuk memenangkan kompetisi dan menyelesaikan rintangan, untuk mencapai sebuah keberhasilan. (Siti dan Herni, 2024)

Menghadapi berbagai tantangan, rumah makan Padang mengembangkan berbagai strategi untuk bertahan dan bahkan berkembang. Dalam menghadapi tantangan, usaha rumah makan Padang akan melakukan berbagai macam strategi untuk mempertahankan usaha agar dapat bersaing dan menarik banyak konsumen

Konsep strategi menurut Ahimsa-Putra, strategi adalah cara-cara yang dirancang dalam berbagai usaha untuk menyelesaikan masalah. Strategi tersebut hadir didasarkan pada pemahaman kita tentang lingkungan atau situasi yang dialami (Mahyudin Damis, 2018: 6). Strategi yang dilakukan oleh rumah makan Padang di Kecamatan Pauh adalah bagaimana cara tetap bertahan di tengah banyaknya persaingan yang ada. Keberhasilan strategi sangat dipengaruhi oleh kemampuannya untuk bertahan. Bisnis kecil maupun menengah, dengan struktur

yang lebih fleksibel dan dipimpin langsung oleh pemilik cenderung memiliki keunggulan.

Di era bisnis yang dinamis, persaingan ketat dan perubahan cepat seperti perkembangan teknologi, selera konsumen yang berubah-ubah, menjadi tantangan yang tidak dapat dihindarkan bagi usaha Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh. Oleh karena itu, Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh dituntut untuk memahami kondisi pasar, kebutuhan konsumen dan perubahan lingkungan bisnis agar tetap kompetitif. Untuk mencapai hal ini, Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh perlu memilih dan menerapkan strategi yang tepat. Strategi persaingan usaha yang diterapkan Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh berkaitan dengan nilai-nilai kebudayaan.

Menurut Parsudi Suparlan (1981), kebudayaan merupakan seluruh pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial. Pengetahuan tersebut membentuk pemahaman, interpretasi dan perilaku manusia terhadap lingkungan dan pengalaman. Dalam konteks ini, kebudayaan mencakup nilai-nilai, norma, tradisi dan pengetahuan yang diwariskan dari generasi ke generasi. Rumah Makan Padang sebagai bagian integral dari budaya Minangkabau, menerapkan strategi yang sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang diwariskan. Rumah Makan Padang memanfaatkan pengetahuan budaya mereka untuk beradaptasi dan bersaing dalam dunia usaha.

Salah satu aspek penting adalah cita rasa dan bahan baku. Penggunaan rempah-rempah khas dan teknik memasak tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi menjadi kekuatan utama dalam menarik pelanggan. Konsistensi dalam

menjaga cita rasa, pelayanan yang ramah dan cepat, dan desain arsitektur yang khas itu semua adalah strategi penting untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang ketat.

Dalam menghadapi persaingan, rumah makan Padang beradaptasi dengan perkembangan zaman. Memanfaatkan teknologi dan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya yang menjadi ciri khas Rumah Makan Padang. Dengan demikian, strategi rumah makan Padang tidak hanya fokus pada aspek bisnis, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai dan pengetahuan budaya Minangkabau yang mereka miliki. Hal ini menunjukkan bagaimana kebudayaan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Parsudi Suparlan berperan penting dalam membentuk strategi usaha.

Penelitian ini menggunakan teori fungsionalisme oleh Bronislaw Malinowski. Menurut Turner dan Maryanski (2010), oleh Malinowski kebutuhan biologis disebut juga kebutuhan primer, setiap individu secara naluriah akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Pemenuhan kebutuhan individu ini kemudian berkembang menjadi upaya kolektif yang pada akhirnya memperluas struktur sosial dan simbol budaya suatu masyarakat. Setelah kebutuhan biologis terpenuhi, manusia kemudian mengembangkan kebutuhan instrumental atau struktural sosial. Menurut Malinowski, pada tahap ini manusia mulai membentuk lembaga sosial. Lembaga sosial diartikan sebagai aktivitas terorganisasi yang diciptakan oleh manusia dengan struktur yang jelas. Lembaga sosial ini merupakan gabungan dari beberapa unsur penting yaitu personil, anggaran dasar, norma, aktivitas, peranti material. Dengan terpenuhinya kebutuhan biologis dan instrumental ini, manusia

secara tidak langsung menciptakan sistem lambang. Pada tingkat kebutuhan instrumental, manusia menghasilkan sistem gagasan yang berfungsi untuk mengesahkan, mengatur, dan menuntun perilaku mereka. Lambang-lambang ini kemudian digunakan untuk menyatukan berbagai lembaga menjadi satu kesatuan yang utuh. (Putri Arimbi A, 2019)

Dari teori Malinowski, pandangannya bahwa setiap elemen dalam suatu budaya, termasuk institusi sosial dan praktik sehari-hari, memiliki fungsi spesifik dalam memenuhi kebutuhan dasar (biologis) dan kebutuhan instrumental (kultural) anggota masyarakat. Kebutuhan dasar seperti rasa lapar dan kebutuhan akan nutrisi adalah universal. Namun, cara masyarakat memenuhi kebutuhan ini melahirkan kebutuhan instrumental yang terikat pada konteks budaya, seperti sistem ekonomi untuk produksi dan distribusi makanan, sistem sosial untuk interaksi saat makan, tradisi kuliner sebagai bagian dari identitas budaya, dan ruang publik sebagai tempat berkumpul. Rumah makan bukan hanya sekadar tempat untuk membeli makanan, melainkan sebuah institusi yang berpotensi memenuhi berbagai kebutuhan ini bagi masyarakat Padang.

Strategi usaha rumah makan Padang adalah memahami secara mendalam kebutuhan konsumen lokal. Ini melampaui sekadar mengetahui bahwa orang butuh makan. Kita perlu menggali lebih dalam jenis makanan apa yang secara budaya dianggap memuaskan dan lezat bagi lidah orang Padang (cita rasa pedas, kaya rempah, penggunaan santan), bagaimana tradisi makan dalam keluarga atau komunitas mempengaruhi pilihan tempat makan (apakah mencari tempat yang nyaman untuk berkumpul), bagaimana nilai-nilai sosial dan status tercermin dalam

pilihan rumah makan (apakah ada preferensi terhadap rumah makan tertentu untuk acara khusus atau pertemuan bisnis), dan bagaimana pengetahuan kuliner tradisional diturunkan dan dihargai (apakah ada kerinduan akan resep autentik dari kampung halaman).

Dengan memahami rumah makan bukan hanya sebagai tempat transaksi jual beli makanan, tetapi sebagai sebuah institusi yang melayani berbagai kebutuhan masyarakat Padang dalam konteks budaya mereka, strategi usaha yang dirumuskan akan menjadi lebih mendalam, relevan, dan berpotensi menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat dengan pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang usaha. Ini adalah tentang menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sosial dan budaya masyarakat Padang melalui cita rasa dan pengalaman yang ditawarkan.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif bertujuan mencari data-data dan informasi, baik dari informasi secara lisan maupun tindakan masyarakat yang berkenaan dengan fokus penelitian. Menurut Creswell (2016: 5) pendekatan kualitatif adalah metode-metode yang digunakan untuk menjelajahi dan memahami makna yang dianggap oleh individu atau kelompok sebagai masalah sosial atau kemanusiaan.

Menurut Creswell (2020), pendekatan studi kasus merupakan pendekatan yang meneliti kehidupan nyata dengan berbagai kasus dengan pengumpulan data

mendalam melalui berbagai sumber informasi, seperti pengamatan, wawancara, bahan audiovisual dan dokumen. Studi kasus dalam penelitian ini adalah pemilik usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang. Pendekatan studi kasus ini digunakan untuk meneliti bagaimana strategi pemilik usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang mempertahankan bisnisnya di tengah banyaknya persaingan, dengan mengumpulkan data yang valid dari berbagai sumber termasuk melalui observasi dan wawancara.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat. Peneliti memilih lokasi ini karena banyaknya Rumah makan Padang di wilayah tersebut. Hal ini memungkinkan pengumpulan data lapangan dilakukan dengan mudah dan juga peneliti merasa lokasi ini relevan dan cocok untuk mendapatkan dan memperjelas data yang menjadi sasaran dalam penelitian.

3. Informan Penelitian

Menurut Afrizal (2015:139) Informan penelitian merupakan individu yang memberikan informasi tentang diri mereka sendiri, orang lain, atau suatu peristiwa, kepada peneliti atau pewawancara. Adanya dua jenis pada bagian informan, yaitu pertama Informan pengamat atau yang sering disebut informan kunci merupakan seorang yang menyampaikan informasi yang berkaitan dengan orang lain, ataupun sesuatu yang khusus kepada peneliti tersebut. Mereka berperan sebagai saksi peristiwa atau pengamat lokal. Sementara informan pelaku adalah individu yang memberikan informasi tentang diri mereka sendiri, tindakan mereka, pemikiran

mereka, interpretasi mereka, atau pengetahuan mereka. Mereka adalah subjek penelitian itu sendiri.

Pada penelitian ini, teknik pengambilan informan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu informan dipilih berdasarkan kesesuaian dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* adalah sebuah metode pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti secara sengaja memilih subjek atau kasus tertentu berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitiannya. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama saat peneliti ingin mendalami kasus-kasus yang spesifik, unik, atau memiliki informasi kunci yang berkaitan langsung dengan pertanyaan penelitian. Dengan menggunakan metode ini, peneliti bisa lebih fokus pada individu atau kelompok yang paling relevan, sehingga data yang terkumpul menjadi lebih kaya dan mendalam. (Subhaktiyasa, 2024)

Adapun dalam penelitian ini pemilihan informan kunci adalah pemilik usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang, sedangkan informan biasa dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari individu yang mengetahui sebagian dari data pada penelitian. Pada penelitian ini jumlah informan tidak ditetapkan karena menggunakan prinsip kejenuhan informasi melalui wawancara mendalam dan untuk sejauh ini informan kunci dan informan biasa yang sudah didapat berjumlah 10 informan. Untuk 7 informan tersebut adalah pemilik dari rumah makan Padang dan 3 informan merupakan konsumen rumah makan di Kecamatan Pauh, Kota Padang. Berikut daftar informan :

Tabel 1.
Daftar Informan

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Ket
1	Herwin	54	Pemilik Ampera Bukan Dia	Informan Kunci
2	Afriani	40	Ampera Bukan Dia	Informan Kunci
3	Syafrianto	42	Pemilik Rumah Makan Talago Sari	Informan Kunci
4	Nazwarlis	57	Pemilik Ruman Makan Simpang Pasia	Informan Kunci
5	Indra Jaya	49	Pemilik Ampera Surya Family	Informan Kunci
6	Nazwarman	54	Pemilik Rumah Makan Perdana Raya	Informan Kunci
7	Yuki	34	Pemilik Rumah Makan Sederhana	Informan Kunci
8	Annisa	30	Karyawan Toko	Informan Biasa
9	Nadya	23	Mahasiswa	Informan Biasa
10	Lathifa	23	Mahasiswa	Informan Biasa

Sumber: Data Primer 2024

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Burhan Bungin (2007:118), observasi atau pengamatan merupakan aktivitas manusia yang menggunakan panca indera mata sebagai alat utama, bersama dengan panca indera lain seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu, observasi merupakan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dukungan dari panca indera lainnya. Sugiyono (2019:227) menjelaskan bahwa pada observasi, seorang pengamat atau peneliti harus langsung berpartisipasi atau ikut serta dalam kegiatan

sehari-hari individu yaitu yang menjadi objek pengamatan atau sumber data penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode observasi partisipatif pasif yaitu peneliti mengamati secara langsung aktivitas para pemilik usaha rumah makan Padang tetapi tidak ikut serta dalam keseluruhan kegiatan para pemilik usaha rumah makan Padang. Peneliti hanya melakukan pengamatan dan berkomunikasi dengan informan untuk memastikan validitas data yang diperoleh. Untuk mencapai tujuan ini, peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mengamati kegiatan-kegiatan di rumah makan Padang. Teknik pengumpulan data dengan observasi ini memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung interaksi antara pedagang dan pembeli di rumah makan.

Dengan menggunakan observasi partisipatif pasif, peneliti dapat memperoleh data yang lebih menyeluruh dan mendalam. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk memahami makna di balik setiap perilaku yang terlihat, mulai dari aktivitas berdagang hingga strategi penjualan dan interaksi dengan konsumen. Dengan demikian, peneliti dapat menggambarkan secara detail bagaimana pemilik usaha rumah makan Padang menjalankan bisnis mereka.

b. Wawancara

Huberman dan Miles (1992) mendefinisikan wawancara adalah metode pengumpulan data yang mengharuskan peneliti berinteraksi langsung dengan narasumber. Dalam proses ini, peneliti mengajukan serangkaian pertanyaan untuk mendapatkan informasi yang kaya dan mendalam mengenai topik yang sedang diteliti. (Ramdona et al., 2025)

Menurut Burhan Bungin (2007) wawancara mendalam adalah suatu metode untuk mengumpulkan data dengan bertatap muka langsung dengan informan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap mengenai topik yang diteliti. Dengan menggunakan wawancara mendalam peneliti menggali informasi dari pemilik usaha rumah makan Padang di Kecamatan Pauh. Sebelum melaksanakan wawancara, peneliti terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan untuk diajukan kepada informan. Peneliti menggunakan alat bantu saat melakukan wawancara yaitu buku, pena, dan handphone. Peneliti melakukan wawancara dengan langsung mendatangi rumah makan dan terlebih dahulu menanyakan kesediaan pemilik rumah makan untuk di wawancara

c. Dokumentasi

Dalam teknik ini melibatkan peninjauan atau analisis dokumen yang dihasilkan bagi subjek itu sendiri ataupun oleh pihak lain mengenai subjek tersebut. Studi dokumentasi adalah sarana untuk peneliti memahami perspektif subjek melalui media tertulis dan dokumen lain yang dibuat langsung oleh subjek terkait (Herdiansyah, 2010). Tujuan dari penggunaan metode dokumentasi adalah untuk memfasilitasi peneliti dalam mengeksplorasi data yang relevan dengan topik penelitian secara langsung. Pada penelitian ini mendokumentasikan data berupa foto dan dokumen untuk mendukung informasi.

5. Analisis Data

Menurut Bogdan seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2019:244), analisis data merupakan proses penyusunan dan pencarian data secara sistematis yang berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya. Tujuannya

adalah agar data tersebut mudah dipahami dan temuannya dapat disampaikan kepada orang lain.

Setiap data yang telah dikumpulkan dari hasil mengamati dan mewawancarai informan selanjutnya akan dianalisis. Setelah dianalisis maka akan dilakukan penarikan kesimpulan. Pada penelitian kualitatif analisis data dilakukan dengan dua langkah. Pertama, melakukan analisis data semasa proses pengumpulan data di lapangan, dan kedua melakukan analisis data saat penulisan laporan penelitian.

Menurut Miles dan Huberman (1992) membagi analisis data pada penelitian kualitatif dalam tiga tahap yaitu :

- 1) Reduksi Data

Reduksi data berarti memilih data yang peneliti anggap penting dan relevan terkait dengan permasalahan penelitian. Sementara data yang tidak berkaitan tidak digunakan. Data berupa catatan lapangan dan dokumentasi dari hasil observasi dan informasi dari informan yang akan peneliti reduksi. Kemudian data yang telah peneliti reduksi akan ditampilkan dalam bentuk laporan untuk memberikan gambaran hasil penelitian yang lebih jelas.

- 2) Penyajian Data

Pada tahap penyajian data peneliti menyajikan data yang peneliti dapatkan dari penelitian dalam bentuk kategori atau pengelompokan. Penyajian data ini dapat berupa penjelasan singkat, hubungan antar kategori, bagan dan sebagainya.

- 3) Penarikan Kesimpulan

Dalam tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian dan selanjutnya peneliti mengecek kembali kebenaran interpretasi dengan memeriksa ulang proses dari reduksi data dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan.

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah peneliti selesai seminar proposal, setelah itu peneliti melakukan revisian, membuat outline skripsi dan menemui pembimbing untuk meminta saran terkait outline tersebut. Outline ini nantinya akan membantu peneliti di lapangan. Selanjutnya setelah peneliti rasa outline skripsi tersebut sudah benar, peneliti membuat panduan wawancara agar memudahkan peneliti ketika turun kelapangan. Sebelum turun lapangan peneliti melanjutkan penulisan pada BAB II agar nantinya setelah selesai turun lapangan peneliti bisa melanjutkan ke BAB III dan BAB IV yaitu hasil penelitian.

Lokasi penelitian pertama yang peneliti datangi yaitu Ampera Bukan Dia, peneliti tiba disana waktu istirahat setelah shalat zuhur, sesampainya di lokasi peneliti terlebih dahulu makan siang di Ampera Bukan Dia. Setelah makan peneliti menemui pemilik Ampera tersebut dan meminta izin untuk mewawancarai. Beruntungnya pemilik Ampera tersebut sangat baik dan bersedia untuk diwawancarai yang sedang melayani pelanggannya di kasir. Pertama peneliti terlebih dahulu memperkenalkan diri kepada pemilik Ampera dan setelah itu peneliti mulai melakukan wawancara kepada pemilik Ampera terkait ampera tersebut.

Hari berikutnya peneliti ke Rumah Makan Talago Sari, pada rumah makan ini peneliti datang di pagi hari karena di waktu itu rumah makan tersebut tidak terlalu ramai sehingga tidak mengganggu aktivitas pada rumah makan tersebut dan juga untungnya pemilik bersedia untuk diwawancarai. Pada Rumah Makan Talago Sari ini peneliti juga melakukan proses wawancara seperti pada Ampera Bukan Dia dan juga berada. Setelah selesai melakukan wawancara di Rumah Makan Talago Sari, peneliti mendatangi Rumah Makan Barokah, akan tetapi pada rumah makan ini peneliti tidak bisa untuk melakukan proses wawancara, karena pemilik rumah makan tidak berada ditempat dan karyawan rumah makan tidak bisa untuk diwawancarai karena sedang bekerja.

Pada hari berikutnya peneliti mendatangi Rumah Makan Simpang Pasia, peneliti mendatangi rumah makan pada sore hari dan kebetulan rumah makan tersebut sedang tidak ramai dan peneliti dapat mewawancarai pemilik Rumah makan tersebut. Pada Rumah Makan Simpang Pasia ini peneliti cukup lama berbincang dengan pemilik rumah makan yang merupakan seorang ibu-ibu, karena ibu tersebut senang dapat bercerita terkait dengan usaha yang sedang dijalankan dan peneliti juga dapat memperhatikan bagaimana ibu tersebut berinteraksi dengan para pembelinya.

Pada hari selanjutnya peneliti mendatangi Ampera Surya Family, peneliti juga membawa teman karena ingin sekalian makan siang disana. Setelah selesai makan peneliti menemui karyawan ampera tersebut untuk bertanya dimana pemilik ampera, sayangnya pemilik ampera sedang tidak ada di ampera tersebut karena sedang shalat ashar di masjid. Sembari menunggu pemilik ampera selesai shalat,

peneliti mewawancarai karyawan ampera tersebut dan karyawan ampera juga bersedia. Selesai melakukan wawancara dengan karyawan ampera, akhirnya pemilik ampera tersebut datang dan peneliti melanjutkan wawancara terkait hal yang tidak diketahui oleh karyawannya.

Rumah makan selanjutnya yang peneliti datangi yaitu Rumah Makan Perdana Raya. Peneliti datang pada sore hari dan beruntung rumah makan sedang tidak ada pembeli. Peneliti langsung meminta izin kepada pemilik rumah makan untuk diwawancarai. Pemilik rumah makan sangat baik, peneliti disambut dengan baik bahkan diberi tempat duduk agar lebih nyaman saat proses wawancara. Beberapa hari setelah wawancara Rumah Makan Perdana Raya, peneliti mendatangi Rumah Makan Sederhana. Pada rumah makan ini peneliti juga datang pada sore hari, berharap rumah makan tidak ramai pengunjung, dan beruntungnya saat itu rumah makan sedang sepi pengunjung. Sehingga peneliti dapat mewawancarai pemilik rumah makan.

Setelah peneliti merasa cukup dalam mendapatkan data penelitian di lapangan, peneliti memulai untuk mengolah data dan selanjutnya memulai untuk menulis BAB III dan BAB IV.