

BAB II

GAMBARAN UMUM RUMAH MAKAN SUMINAR NGAWI DAN IDENTITAS RESPONDEN

1.1. Rumah Makan Suminar Ngawi

Rumah Makan Suminar sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Kabupaten Ngawi. yang terkenal dengan sebutan “Spesialnya Gurame”. Rumah makan ini terkenal dengan olahan ikan guramenya. Rumah Makan Suminar berusaha membuat citra sendiri bagi penikmat olahan ikan. Tidak hanya menjual olahan ikan saja Rumah makan ini juga menjual menu sayur dan juga menu lauk lainnya. Namun, ikan gurame tetap menjadi menu utama bagi rumah makan ini.

Rumah makan seminar berdiri pada tahun 1998 yang didirikan oleh Bapak Supriyanto, yang awal bangunannya berupa tenda makan pinggir jalan yang berada di perempatan kartonyono. Seiring berjalannya waktu karena terus konsisten dan memiliki modal yang cukup, akhirnya rumah makan suminar pada tahun 2005 memutuskan untuk berpindah ke tempat dengan lokasi yang lebih luas, tepatnya di Jalan Basuki Rahmat No. 40 Kabupaten Ngawi. Nama Suminar sendiri diambil dari anak Bapak Supriyanto.

1.2. Visi dan Misi

1.2.1. Visi

Menjadikan Rumah Suminar yang menyajikan berbagai olahan makanan yang terutama olahan ikan guramenya agar bisa dinikmati oleh semua kalangan dan bisa dikenal.

1.2.2. Misi

Rumah Makan Suminar Ngawi memiliki beberapa misi untuk mencapai visinya, yaitu:

1. Memberikan pelayan terbaik untuk kenyamanan pelanggan.
2. Memberikan masakan khas dengan resep turun-menurun.
3. Menggunakan bahan-bahan segar.
4. Menjaga kualitas rasa yang konsisten.

1.3. Menu Yang disajikan R.M Suminar Ngawi

a. Menu Spesial :

Gurami bakar, Gurami goreng, Gurami asam manis

b. Menu Lauk :

Pecel lele, ayam goreng, ayam bakar, lele bakar, ampela hati, nila goreng, nila bakar.

c. Menu Sayur :

Ca sawi, sayur asem, ca kangkong, asem-asem ceker, urap-urap, rawon.

d. Menu Minuman

Softdrink, Es dawet, Megamendung, Susu (panas/es), Jeruk (panas/es), Tomat (panas/es), Es Blewah, Teh (panas/es), Josua, Soda gembira, kopi, kopi gingseng, kopi susu, kopi susu jahe.

1.4. Peningkatan Kualitas Produk dan Pelayanan Rumah Makan Suminar Ngawi

Seiring dengan perkembangan industri kuliner, Rumah Makan Suminar Ngawi

selalu konsisten dalam menjaga kualitas produk dan pelayanannya. Upaya Rumah Makan Suminar Ngawi untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, antara lain sebagai berikut:

1. Pelatihan Karyawan : Rumah Makan Suminar Ngawi memastikan semua karyawan, termasuk koki dan pelayan, mendapatkan pelatihan yang memadai dalam hal persiapan makanan, presentasi hidangan, dan pelayanan pelanggan yang ramah dan efisien.
2. Kontrol Kualitas Bahan Baku : Rumah Makan Suminar Ngawi selalu memastikan bahan baku yang digunakan berkualitas baik dan segar. Jika memungkinkan, pihak rumah makan menjalin hubungan dengan pemasok yang terpercaya untuk memastikan konsistensi dan kualitas bahan baku.
3. Standar Resep yang Jelas : Rumah Makan Suminar Ngawi menetapkan standar resep yang jelas untuk setiap hidangan yang disajikan. Hal tersebut akan membantu mempertahankan konsistensi dalam rasa dan presentasi.
4. Feedback Pelanggan : Rumah Makan Suminar Ngawi memberikan keterbukaan bagi para pelanggan untuk memberikan umpan balik tentang makanan dan layanan. Hal ini bisa dilakukan melalui kartu komentar, review google, atau bahkan secara langsung oleh pelayan.
5. Pemeliharaan Kebersihan : Rumah Makan Suminar Ngawi selalu memastikan kebersihan dapur, area penyimpanan, dan area pelayanan tetap terjaga dengan baik sesuai dengan standar sanitasi yang berlaku.
6. Inovasi Menu : Rumah Makan Suminar Ngawi selalu memperbarui dan mengembangkan menu dengan menambahkan hidangan baru atau memperbaiki hidangan yang ada sesuai dengan tren dan selera pelanggan.

7. Manajemen yang Efektif : Rumah Makan Suminar Ngawi selalu memastikan memiliki manajemen yang efektif dalam mengelola operasional sehari-hari, termasuk pengaturan jadwal, pengadaan inventaris, dan penanganan keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien.
8. Pelayanan Pelanggan yang Ramah : Rumah Makan Suminar Ngawi memberikan pelatihan kepada staf mengenai pentingnya pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional.
9. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan : Rumah Makan Suminar Ngawi melakukan monitoring secara teratur terhadap kualitas makanan dan pelayanan serta evaluasi dari feedback pelanggan untuk terus meningkatkan dan menyesuaikan strategi.
10. Mengikuti Perkembangan Industri : Rumah Makan Suminar Ngawi mengikuti perkembangan terbaru dalam industri kuliner, baik dari segi teknologi maupun tren rasa, untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar.

Dengan menerapkan hal-hal tersebut ini secara konsisten, rumah makan Suminar Ngawi dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi bisnis mereka.

1.5. Profil Responden

Identitas responden disajikan untuk memahami latar belakang atau keadaan responden sebagai sampel penelitian. Pengelompokan identitas responden

didasarkan pada usia, jenis pekerjaan, pendidikan terakhir, dan penghasilan per bulan. Penelitian ini melibatkan 100 responden.

Pengisian kuesioner penelitian dilaksanakan dengan cara menyebarkan secara *offline* secara langsung menemui responden. Berlandaskan jawaban dari pertanyaan yang ada pada kuesioner, didapatkan data terkait identitas responden berdasarkan usia, jenis pekerjaan, pendidikan terakhir, penghasilan per bulan, menu yang sering dibeli, kunjungan dalam 2 bulan terakhir.

1.5.1. Profil Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini berusia minimal 17 tahun.

Tabel 2. 1 - Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase (100%)
1.	18 - 24 Tahun	43	43
2.	25 - 31 Tahun	18	18
3.	32 – 38 Tahun	12	12
4.	39 – 45 Tahun	15	15
5.	46 – 52 Tahun	5	5
6.	53 – 59 Tahun	5	5
7.	60 – 66 Tahun	1	1
8.	67 – 74 Tahun	1	1
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada Tabel 2.1 diketahui bahwasanya mayoritas usia responden ialah usia 18 sampai 24 tahun yaitu terdapat 43%. Dalam penelitian ini, seluruh responden memiliki usia produktif, dimana usia paling muda ialah 18 tahun dan usia paling tua 74 tahun.

1.5.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan yang diidentifikasi dalam kuesioner ini merujuk pada pekerjaan utama

atau aktivitas utama yang dilakukan oleh responden. Berikut adalah data pekerjaan konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi:

Tabel 2. 2 - Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (100%)
1.	PNS/TNI/POLRI	10	10%
2.	Pegawai/Karyawan	31	31%
3.	Wiraswasta	17	17%
4.	Pekerja bebas/Freelance	7	7%
5.	Pelajar/Mahasiswa	17	17%
6.	Ibu Rumah Tangga	8	8%
7.	Dosen	1	1%
8.	Guru	7	7%
9.	Pensiunan	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berlandaskan Tabel 2.2 didapatkan hasil yaitu mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai Karyawan/Pekerja, sebesar 31%.

1.5.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut merupakan penguraian pendidikan terakhir responden. Maka di peroleh data konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut :

Tabel 2. 3 - Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (100%)
1.	SD	1	1%
2.	SMP	3	3%
3.	SMA	51	51%
4.	Diploma	6	6%
5.	Sarjana	35	35%
6.	S2	4	4%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat, bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD sebesar 1%. Kemudian sebanyak 51% responden berlatar belakang pendidikan terakhir SMA. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah responden berlatar belakang pendidikan SMA.

1.5.4. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Penghasilan adalah imbalan yang didapatkan oleh seseorang karena melakukan suatu pekerjaan tertentu atau uang saku yang diberikan kepada seseorang yang belum bekerja. Penghasilan per bulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penghasilan yang didapat oleh responden baik mereka mendapatkan uang dari hasil bekerja maupun masih dari pemberian orangtua.

Jumlah responden berdasarkan penghasilan per bulan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 4 - Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

No	Penghasilan/Uang Saku Per bulan	Frekuensi	Persentase (100%)
1.	≤ Rp 2.000.000	51	51%
2.	> Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	24	24%
3.	> Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	9	9%
4.	> Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	7	7%
5.	≥ Rp 5.000.000	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat sebagian besar responden mempunyai penghasilan/uang saku sebesar kurang dari Rp 2.000.000 sebanyak 51%. Hal tersebut dikarenakan mayoritas adalah mahasiswa/pelajar. Kemudian responden dengan penghasilan/uang saku lebih dari Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 per bulan

sebesar 24%. Sedangkan diatas Rp 5.000.000 hanya 9%. Karena rata – rata responden tersebut bekerja sebagai karyawan swasta.

1.5.5. Menu Yang Sering Dibeli Responden

Rumah Makan Suminar Ngawi memiliki berbagai menu yang telah diersiakan untuk konsumen. Namun, setiap konsumen tentu memiliki menu favorit masing – masing. Maka dari itu di peroleh data konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi berdasarkan menu yang sering dibeli responden sebagai berikut :

Tabel 2. 5 - Menu Yang Sering Dibeli Responden

No	Menu	Frekuensi	Persentase (100%)
1.	Gurame Bakar	53	53%
2.	Ayam Bakar	20	20%
3.	Nila Bakar	10	10%
4.	Gurame Asam Manis	16	16%
5.	Udang Goreng	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.5 dapat disimpulkan hasil responden paling banyak yang membeli menu Gurame Bakar sebesar 53%. Kemudian responden yang membeli menu Ayam Bakar sebesar 20%.

1.5.6. Kunjungan Responden ke Rumah Makan Suminar Ngawi Dalam 2

Bulan Terakhir

Rumah Makan Suminar Ngawi setia harinya memiliki konsumen dan jumlah kunjungan yang berbeda-beda. Maka dari itu diperoleh data konsumen Rumah Makan Suminar Ngawi berdasarkan kunjungan responden ke Rumah Makan Suminar Ngawi dalam 2 bulan terakhir sebagai berikut :

Tabel 2. 6 - Kunjungan Dalam 2 Bulan Terakhir

No	Kunjungan Responden 2 Bulan Terakhir	Frekuensi	Persentase (100%)
1.	< 3 Kali	68	68%
2.	\geq 3 Kali – 6 Kali	25	25%
3.	> 6 Kali	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Bedasarkan Tabel 2.6 menunjukkan bahwa 68% responden paling banyak < 3 kali dalam 2 bulan. Kemudian 25% responden datang ke Rumah Makan Suminar Ngawi \geq 3 kali – 6 kali. Terakhir 7% responden yang datang > 6 kali dalam 2 bulan.