

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sesuai dengan hakikatnya bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi atau masyarakat luas. Dalam hal ini dibutuhkan pengusaha yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat terlebih dapat membuka lapangan kerja.¹ Pengusaha (*businessman*) akan selalu melihat kebutuhan masyarakat dan kemudian mencoba untuk melayaninya secara baik sehingga masyarakat menjadi puas dan senang karenanya, dari kepuasan masyarakat itulah pengusaha akan mendapatkan keuntungan, kemudian keuntungan tersebut akan digunakan untuk mengembangkan bisnis atau usahanya agar menjadi lebih luas lagi ataupun membuka bisnis baru bagi kebutuhan masyarakat yang lain.²

Tercapainya tujuan ekonomi dan sosial dari kegiatan bisnis, secara ideal perlu di dukung oleh semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung berjasa dan meraih keuntungan bisnis secara layak. Hal ini muncul dengan alasan bahwa keuntungan yang di peroleh bisnis, secara logis disebabkan karena jasa pihak lain terkait, dengan kata lain, pencapaian tujuan bisnis terwujud karena telah didukung oleh sumber daya manusia dan non manusia. Penghapusan kemiskinan, pengurangan ketimpangan pendapatan, pertumbuhan, penyerapan tenaga kerja, pembagian pendapatan dan lain-lain melalui kegiatan informal. Sektor informal sebagai istilah yang biasa digunakan untuk menunjukkan sejumlah kegiatan ekonomi berskala kecil, pada masa kini merupakan manifestasi dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja di perkotaan.

Kegiatan sektor informal mencakup berbagai macam kegiatan di bidang usaha antara lain, usaha perdagangan. Sektor informal ini terutama melayani kebutuhan golongan ekonomi lemah, yang sebagian besar berpusat pada penyediaan kebutuhan pokok bagi golongan penghasilan rendah. Sektor

¹Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta:BPFE,1992),h.2

²*Ibid.*, h.4

informasi terdiri dari unit-unit usaha berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa, dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi dirinya, dan dalam usaha itu dihadapkan berbagai kendala seperti faktor modal, fisik, keterampilan, dan faktor pengetahuan. Jadi dalam sektor informal aktivitas-aktivitasnya ekonomi tidak semata-mata untuk kesempatan investasi, tapi yang paling pokok adalah menciptakan kesempatan kerja bagi dirinya sendiri. Sehingga tidak lagi tergantung pada pemerintah atau pengusaha-pengusaha besar untuk menyediakan lapangan pekerjaan.

Bagi kondisi ekonomi marginal yang mempunyai kegiatan berikut:³

1. Pola kegiatannya tidak teratur baik dalam arti waktu, permodalan, maupun penerimaannya.
2. Tidak tersentuh oleh peraturan-peraturan atau ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah
3. Modal, peralatan, dan perlengkapan maupun omzet biasanya kecil dan diusahakan atas perhitungan harian.
4. Umumnya membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus sehingga secara luas dapat menyerap bermacam-macam tingkat kerja
5. Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan tenaga yang paling sedikit dan dari lingkungan hubungan keluarga, kenalan, atau berasal dari daerah yang sama.

Untuk lebih jelasnya di berikan batasan mengenai perdagangan itu sendiri sebagai berikut:Perdagangan adalah suatu kegiatan pembelian baik dalam partai besar maupun partai kecil untuk di jual kembali guna untuk memperoleh nilai tambah atau keuntungan dengan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh dan memuaskan kebutuhannya.⁴

Berdasarkan situasi tersebut seorang pelaku ekonomi harus mampu melihatnya keadaan tersebut dan memanfaatkanya sebagai peluang usaha, misalnya usaha dagang yang banyak memberikan inisiatif untuk mendatangkan hasil bagi dirinya sendiri.⁵ Namun hal ini perlu di dukung oleh

³Bukhori Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung:ALFABETA, 2006),h.1

⁴Collins, *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Jakarta:Erlangga,1994).h.172

⁵Hidayat1978.com/search/sektor usaha/Bisnis.org/wordpress.com/2009/07/06,

strategi pemasaran guna tercapainya suatu kegiatan bisnis atau usaha. Selain strategi pemasaran seorang pengusaha memperhatikan faktor dalam bisnis seperti lokasi bisnis, karena salah satu faktor penting bagi perusahaan yang akan mempengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan. Dua hal ini penting yang mendasar pemilihan lokasi, yaitu komitmen jangka panjang serta mempengaruhi biaya operasi dan pendapatan.⁶

Selanjutnya menentukan harga yang merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen. Harga yang ditetapkan harus menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu guna mendapatkan laba, Tetapi jika harga di tentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat di tutup dan akhirnya perusahaan akan mendapatkan kerugian.

Salah satu prinsip manajemen dalam penentuan harga adalah menitik beratkan pada keinginan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.⁷

Ukuran keberhasilan suatu usaha dalam menerapkan strategi pemasaran adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang di jalankan sudah cukup berhasil.⁸ Ukuran mampu meraih pelanggan sebanyak mungkin hanya merupakan salah satu ukuran bahwa strategi yang dijalankan sudah cukup baik. Namun hal tidak terlepas dari pada pesaing, dalam pemasaran pesaing selalu menjadi tantangan untuk keberhasilan suatu bisnis atau usaha.⁹

Rumah makan hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satu bentuk usaha ekonomi yang memiliki prospek cukup bagus, bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Disisi lain, dalam periode yang sama banyak rumah makan yang gulung tikar. Banyak daya pengusaha yang sukses membangun bisnisnya disuatu wilayah tetapi gagal kala mencoba melakukan ekspansi diwilayah lainnya. Usaha rumah makan memiliki prospek yang cukup bagus

⁶Harding, A. *Manajemen Produksi*, (Jakarta:Balai Aksara, 2002).h.67

⁷Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Op Cit*,h.211

⁸<http://fauzyibrahim.blogspot.co.id/2013/08/pengertian-keberhasilan-usaha.html>

⁹Kasmir, *Kewirabisnisan*, (Jakarta:RajawaliPers.,2010).h.171

tetapi juga sangat rentan, khususnya pada masalah konsistensi rasa, kontrol mutu dan pelayanannya. Dibidang ini membutuhkan pemahaman yang kuat tentang bisnis rumah makan tersebut yang berkaitan dengan produk, mutu pelayanan, administrasi dan pengawasannya.

Beberapa pengusaha yang sukses dibidang usaha rumah makan yaitu Rumah Makan Begadang dan Dua Saudara pengusaha yang sukses mampu mempertahankan usahanya sampai sekarang. Usaha jasa pelayanan penyedia Rumah makan Begadang dan Dua Saudara ini telah berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari Rumah Makan Dua Saudara I Jalan Teuku Cik Ditiro , Kemiling, Bandar Lampung, telepon No. 0721.7566724, Rumah Makan Dua Saudara-III Jalan Imam Bonjol No 439, Kemiling, Bandar Lampung, telepon No.0721.475349, Rumah Makan Dua Saudara – III Jalan Wolter Mongonsidi No. 203, Pengajaran, Bandar Lampung, Telepon No. 0721.475349, Rumah Makan Dua Saudara – IV Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.108, Kedaton, Bandar Lampung, Telepon No. 0721.707042, Rumah Makan Dua Saudara – V Jalan Imam Bonjol No. 89, Bambu Kuning, Bandar Lampung, Telepon No. 0721.23866, Rumah Makan Dua Sudara – VI Jalan Yos Sudarso No. 40 Teluk Betung, Bandar Lampung, Telepon No. 0721.269254, Rumah Makan Dua Saudara – VII Jalan Gajah Mada No. 49, Kota Baru (depan UTB), Bandar Lampung, Telepon No. 0721.269254, Rumah Makan Dua Saudara Group – I Jalan Urip Sumoharjo No. A/B, Kedaton, Bandar Lampung, Telepon No. 0721.24108, Rumah Makan Dua Saudara Group –II Jalan Pemuda (depan SM Chandra), Bandar Lampung, Telepon NO. 0721.24108. Begitu pula esedangkan Rumah Begadang yang tersebar khususnya di Bandar Lampung seperti Rumah Makan Begadang I, Rumah Makan Begadang II, Rumah Makan Begadang III, Rumah Makan Begadang IV, Rumah Makan Begadang V, Rumah Makan Begadang Resto.

Penulis memilih observasi di Rumah Makan Begadang dan Dua Saudara karena lokasi, harga, pelayanan berbeda menurut Kasmir lokasi merupakan sebagai tempat untuk memanjangkan barang-barang dagangannya¹⁰. Lokasi atau tempat rumah makan Begadang tempatnya sangat besar dan juga ada

¹⁰Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h.140

tempat sewa untuk acara rapat, acara pernikahan, acara pesta sedangkan di rumah makan Dua Saudara tempatnya kecil. Lokasi merupakan tempat usaha Rumah makan untuk melakukan penjualan langsung kepada konsumen. Oleh karena itu memilih lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan bisnis rumah makan. Memilih lokasi rumah makan yang tepat adalah pemilihan lokasi yang tepat yaitu sebaiknya dekat dengan jalan raya, transportasi, dan pasar. Jalan raya memudahkan untuk mengakses pengunjung yang mampir mau makan dan minum. Sedangkan transportasi memudahkan pengunjung yang datang ke rumah makan anda mudah dan cepat mengakses jalan, serta tempat parkir yang luas juga menjadi kemudahan bagi pengunjung rumah makan, supaya memudahkan menaruh kendaraan mereka, baik roda empat atau roda dua. Dari segi harga menurut Basu Swatha dan Ibnu Sukotjo 2002 harga adalah penjual akan menerima sejumlah uang sebagai imbalan dari usahanya menjual barang atau jasa kepada pembeli¹¹.



¹¹ Basu Swatha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002). h.210

Tabel 1: Daftar Harga Rumah Makan Begadang dan Dua Saudara

Menu Rumah Makan	Menu harga di Begadang	Menu harga di Dua Saudara
rendang ati,	Rp 16.000,00	Rp 14.000,00
Rendang daging	Rp 16.000,00	Rp 14.000,00
kalio ati	Rp 20.000,00	Rp 18.000,00
randang ayam	Rp 17.000,00	Rp 18.000,00
gulai ayam	Rp 18.000,00	Rp 15.000,00
kalio bebek	Rp 22.000,00	Rp 20.000,00
Kalio lambonsu	Rp 25.000,00	Rp 23.000,00
gulai cubadak	Rp 19.000,00	Rp 17.000,00
gulai paku	Rp 20.000,00	Rp 18.000,00
Abuih pucuk parancih	Rp 18.000,00	Rp 15.000,00
sambal balado mudo		
gulaiancang	Rp 24.000,00	Rp 20.000,00
gulai tunjang	Rp 24.000,00	Rp 21.000,00
gulai ikan tongkol	Rp 22.000,00	Rp 19.000,00
gulai ikan samba	Rp 25.000,00	Rp 23.000,00
gulai ikan mas	Rp 30.000,00	Rp 27.000,00
gulai pangek padeh ikan tongkol	Rp 24.000,00	Rp 21.000,00
gulai telur bebek	Rp 16.000,00	Rp 14.000,00
dendeng balado	Rp 20.000,00	Rp 17.000,00
ayam goreng balado	Rp 18.000,00	Rp 15.000,00
ikan tongkol goreng balado	Rp 22.000,00	Rp 20.000,00
ayam goreng pop	Rp 18.000,00	Rp 15.000,00
kalio daging	Rp 20.000,00	Rp 18.000,00

Sumber Wawancara dengan bapak Dasril dan bapak H. Fuad

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.¹²

Price adalah sejumlah yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.¹³ Lebih luas lagi, harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang diberikan konsumen untuk semua manfaat yang diterimanya atau digunakan dari suatu produk atau jasa. Selanjutnya tradisional harga telah dioperasikan sebagai dimensi utama dari pilihan pembeli, meskipun faktor-faktor non harga pada saat ini menjadi lebih penting.

Diantaranya untuk menetapkan harga sebagian ulama yang lain membenarkan negara untuk menetapkan harga. Perbedaan pendapat ini berdasarkan pada adanya khabar yang diriwayatkan oleh Anas yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi sebagaimana berikut: “Orang-orang mengatakan, Wahai Rasulullah, harga mulai melonjak. Patoklah harga untuk kami! Rasulullah bersabda, “Sesungguhnya Allah-lah yang mematok harga, yang menyempitkan dan melapangkan rizki, dan saya sungguh berharap untuk bertemu Allah dalam kondisi tidak seorang pun dari kalian yang menuntut kepadaku dengan suatu kedzalimanpun dalam masalah darah dan harta”.¹⁴

Asy-Syaukani menyatakan, khabar dijadikan dalil bagi pengharaman pematokan harga dan bahwa (pematokan harga) merupakan suatu kedzaliman (yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang mereka kecuali dengan harga yang sekian, kemudian melarang mereka untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut). Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas harta mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka.¹⁵

Jika memang demikian maka hal tersebut seperti dengan surat An-Nisa ayat 29

¹² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*, Erlangga, 2006, h.345

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), h.344

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), hlm. 256 yang diterjemahkan oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husin dari Daurul Qiyam wal Akhlami fil Iqtishadil Islami

¹⁵ Asmuni Mth, Penetapan Harga dalam Islam: Perspektif Fikih dan Ekonomi di <http://shariaeconomy.blogspot.com/2008/07/penetapan-harga-dalam-islam-perpektif.html>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Wahai orang – orang yang beriman ! Janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹⁶

Yang benar sebagaimana yang telah kita ketahui bersama adalah manusia dikuasakan (amanat) atas harta mereka dengan syarat tidak membahayakan mereka dan orang lain, karena tidak boleh ada bahaya dan tidak boleh membahayakan orang lain dari Allah SWT.

Dari segi pelayanan rumah makan Begadang berpakaian seragam sedangkan Dua Saudara tidak untuk harga pelayanan sebuah rumah makan Begadang dan rumah makan Dua Saudara ini sangat berbeda. Untuk segmen pasar tertentu harga menjadi faktor yang sangat menentukan tetapi untuk kelas atas tampaknya harga bukan merupakan faktor penentu. Disisi lain, pada kelas bawah harga menjadi sangat penting dalam memilih sebuah restoran dan rumah makan, apalagi jenis masakan yang disajikan juga banyak dijumpai didaerah sekitarnya. Secara umum faktor harga sebenarnya tidak bisa berdiri sendiri tetapi memiliki keterkaitan yang sangat kuat dengan mutu produk dan pelayanannya. Untuk produk yang sejenis dengan mutu produk dan pelayanan yang hampir sama, maka harga menjadi pertimbangan utama bagi pembeli atau calon pelanggan.

Selain harga dan rasa, hal lain yang cukup penting dalam usaha rumah makan adalah pelayanan. Pelayanan yang ramah dengan senyuman di bibir

¹⁶Departemen Agama, *Op.Cit.*h.83

akan menarik banyak pelanggan untuk kembali ke rumah makan Anda. Usahakan agar pengunjung merasa nyaman di rumah makan Anda dan jangan biarkan mereka menunggu sangat lama untuk menikmati hidangan yang dipesan.

Berdasarkan Uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang mengangkat masalah-masalah menjadi bahan tulisan yang berjudul *Faktor-faktor Keberhasilan Usaha Rumah Makan Begadang Dan Dua Saudara Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dalam menguraikan tentang permasalahan ini perlu dijelaskan hal-hal berikut:

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Produk (menu) yang ditawarkan rumah makan Begadang dan Dua Saudara berbeda
- b. Harga yang ditawarkan rumah makan Begadang dan Dua Saudara berbeda
- c. Lokasi rumah makan Begadang dan Dua Saudara tidak sama
- d. Strategi promosi rumah makan Begadang dan Dua Saudara
- e. Tingkat kualitas pelayanan rumah makan Begadang dan Dua Saudara apa berbeda satu sama yang lainnya

2. Pembatasan Masalah

Batasan Masalah dalam permasalahan di atas adalah Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan begadang dan Dua Saudara di Bandar Lampung ini di batasi:

- a. Pelayanan rumah makan Begadang dan Dua Saudara
- b. Harga yang ditawarkan rumah makan Begadang dan Dua Saudara
- c. Lokasi rumah makan Begadang dan Dua Saudara
- d. Strategi pemasaran rumah makan Begadang dan Dua Saudara
- e. Produk rumah makan Begadang dan Dua Saudara

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk makanan dan harga yang ditawarkan rumah makan Begadang dan Dua saudara?
2. Bagaimana lokasi, promosi dan pelayanan rumah makan Begadang dan Dua Saudara?
3. Bagaimana produk makana, harga, promosi dan pelayanan yang diberikan rumah makan Begadang dan Dua Saudara dalam perspektif ekonomi Syari'ah ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk makanan dan harga yang ditawarkan Rumah Makan Begadang dan Dua Saudara di Bandar Lampung
2. Menganalisis lokasi sarana, strategi pemasaran dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen
3. Agar dapat menganalisis erspektif ekonomi syariah tentang keberhasilan kualitas produk makanan, harga, lokasi, dan pelayanan Rumah makan Begadang dan Dua Saudara di Bandar Lampung

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Perusahaan sebagai informasi dan bahan masukan ide serta gagasan pemikiran dan saran-saran dalam menentukan kebijakan pelayanan jasa yang diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dimasa yang akan datang.
2. Bagi kalangan akademisi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai pembanding bagi penelitian selanjutnya sebagai pembanding bagi penelitian,selanjutnya sehingga segala kelemahan dan

kekurangan yang ada dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan disempurnakan.

3. Penulis memperoleh wawasan pengetahuan, teori-teori yang diperoleh selama berada selama di perkuliahan sebagai gambaran untuk bahan studi perbandingan dengan kesesuaian fakta-fakta yang ada.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Taufik Hidayat 2011 Usaha Nasi Bungkus Itik Gambut (Studi Terhadap Rumah Makan Tenda Biru), dengan permasalahan yang diteliti faktor-faktor usaha keberhasilan usaha nasi bungkus itik gambut? Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha nasi bungkus itik gambut tenda biru yaitu faktor pemasaran, produksi, organisasi dan manajemen keuangan.
2. Adkha Widiastanto 2012 Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan Bisnis di kota Semarang. Menurut perspektif ekonomi Islam, permasalahan yang diteliti adalah bagaimana menurut perspektif ekonomi Islam faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis di kota Semarang? Kesimpulan dari penelitian tersebut menurut pandangan Islam faktor yang mempengaruhi adalah pelayanan, harga, lokasi dan citra rasa.
3. Zulkifli (2009:33) dan berkaitan dengan topik yang diangkat yaitu jurnal yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan seorang wirausaha dihubungkan dengan pemilihan bidang usaha. Penelitiannya dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dan kegagalan wirausaha oleh pemilihan bidang usaha yang tepat.
4. Purwiniarti dan Ninggarwati Maret 2006 dalam penelitiannya Faktor pendorong minat untuk berwirausaha (studi lapangan terhadap mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta) menyatakan bahwa keinginan untuk berwirausaha bukan disebabkan oleh faktor lingkungan mereka melainkan karena di dorong oleh faktor jiwa kewirausahaannya terutama dalam melihat besarnya peluang yang ada menghasilkan ketika usaha tersebut dijalankan akan menghasilkan keuntungan.

5. Intan Septi Handayani, 2006 Faktor-faktor penentu keberhasilan wirausaha dapat disimpulkan bahwa dua faktor yang menentukan keberhasilan wirausaha yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari motivasi yang timbul dari dalam diri pelaku usaha. Pengalaman dan pendidikan yang dimiliki wirausaha serta kepribadian wirausaha tersebut sedangkan faktor eksternal terdiri dari dua faktor yaitu lingkungan keluarga dan lingkungan kerja.
6. Rizki Pamungkas, Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, 2010, Faktor-Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pemegang usaha waralaba, dapat disimpulkan hasil penelitian berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Hasil analisis selanjutnya ini, variable karakteristik usaha menunjukkan hasil paling dominan dalam pengaruh keberhasilan usaha.
7. Fandi Abdullah Pasca Sarjan Universitas Sumatera Utara (2013) Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada usaha pakaian tauko Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Tauko Medan

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas penelitian yang sedang penulis lakukan adalah mengungkap beberapa faktor yang menentukan keberhasilan usaha rumah makan dalam menjalankan usahanya, usaha rumah makan dapat berkembang pesat apabila dapat mempertahankan konsistensi rasa, kontrol mutu dan pelayanannya, sehingga para pengusaha ini membutuhkan pemahaman yang kuat tentang bisnis rumah makan tersebut khususnya yang berkaitan dengan produk mutu pelayanan.

G. Kerangka Pikir

Persiapan pertama untuk memulai bisnis apa saja, termasuk rumah makan adalah mempersiapkan mental untuk menghadapi tantangan ketakutan dan keraguan akan kegagalan. Setelah langkah pertama ini, kini menyangkut

masalah operasional dari rencana usaha Anda. Masalah-masalah teknis yang menyangkut seluk beluk pekerjaan perlu disiapkan rapi.

Mulai dari menghitung kemampuan diri, keterampilan yang dimiliki yang menyangkut bidang pekerjaan itu, untuk usaha rumah makan minimal harus mengerti masakan. Pintar memasak, lebih baik lagi ahli memasak. Namun, untuk menjadi pengusaha restoran tidak harus menjadi ahli memasak dulu, tetapi yang terpenting adalah mampu mengelola usaha itu, tenaga ahli yang bisa memasak bisa direkrut.

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keanekaragaman, terutama di bidang kuliner. Setiap daerah atau provinsi di Indonesia memiliki ciri khas dan masakan yang berbeda-beda. Indonesia memang sangat dikenal di Internasional karena Indonesia mempunyai beragam jenis makanan dan minuman yang memiliki cita rasa yang berbeda. Oleh karena itu, banyak orang Indonesia yang ingin memulai bisnis, diantaranya adalah bisnis di bidang kuliner, yaitu usaha rumah makan.

Makanan merupakan salah satu kebutuhan yang paling penting bagi manusia untuk menunjang kelangsungan hidupnya sehari-hari. Maka dari itu, membuka usaha rumah makan merupakan salah satu peluang yang bagus dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar. Apalagi Indonesia mempunyai beragam jenis makanan yang mempunyai cita rasa berbeda, itu membuat konsumen ingin mencicipi makanan-makanan dari daerah yang berbeda. Namun, para wirausaha harus benar-benar dapat melihat peluang usaha itu dengan jeli untuk dapat menarik konsumen dan tetap mempertahankan usahanya.

Oleh karena itu, para wirausaha harus menciptakan sesuatu tampilan yang berbeda dan unik, yaitu dengan memberikan nama yang unik serta cita rasa yang berbeda, akan tetapi tidak menghilangkan cita rasa masakan yang sebenarnya. Bukan hanya itu saja karena persaingan yang begitu ketat maka harga pun menjadi salah satu alasan penting untuk membuka usaha, karena dikhawatirkan apabila menjual makanan yang begitu mahal para konsumen tidak ingin membelinya. Berdasarkan hal tersebut diperlukan pemaparan mengenai usaha rumah makan.

Definisi Rumah Makan dan Restoran: Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan bahwa rumah makan adalah setiap tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Dalam SK tersebut juga ditegaskan bahwa setiap rumah makan harus memiliki seseorang yang bertindak sebagai pemimpin rumah makan yang sehari-hari mengelola dan bertanggungjawab atas perusahaan rumah makan tersebut.

Usaha-usaha lain yang sejenis dan tidak termasuk dalam Usaha Rumah Makan dalam definisi ini adalah Usaha Restoran, Usaha Tempat Makan dan Usaha Jasa Boga (Catering). Sedangkan restoran adalah salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum. Pengusahaan restoran meliputi jasa pelayanan makan dan minum kepada tamu restoran sebagai usaha pokok dan jasa hiburan didalam bangunan restoran sebagai usaha penunjang yang tidak terpisahkan dari usaha pokok sesuai dengan ketentuan dan persyaratan teknis yang ditetapkan. Pemimpin restoran adalah seorang atau lebih yang sehari-hari memimpin dan bertanggung jawab atas penyelenggaraan usaha restoran tersebut, sedangkan bentuk usaha restoran ini dapat berbentuk Perorangan atau Badan Usaha (PT, CV, Fa atau koperasi) yang tunduk kepada hukum Indonesia.