

Analisis Kemampuan Berwirausaha Pengusaha Rumah Makan Kemilau di Kabupaten Kaimana

Sulma Laupe¹

Nurtisatul Mukarramah²

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Asy-Syafiiyah Fakfak, Papua Barat

¹sulmalaupe@gmail.com, ²nurtisa06@gmail.com

Abstract

Human resources play a crucial role in determining a nation's competitive edge. However, creativity within human resources is key to enhancing quality of life through innovation, design, and problem-solving. Entrepreneurship is one effective way to achieve success, as it allows individuals to innovate and create within their business ventures, while managing risks and competition. Entrepreneurship not only provides opportunities to channel interests and talents but also has the potential for personal gain and satisfaction. This article focuses on entrepreneurship in the restaurant sector, particularly in Kaimana Regency. Restaurants are increasingly popular due to changes in lifestyle and the needs of busy individuals. The study examines Rumah Makan Kemilau, which has been operating since 2015 and is strategically located in an office area. The research identifies several issues, including the use of a cash payment system that hampers business development, a lack of innovation and creativity in the menu and facilities, and limited promotion and employee knowledge. Despite the restaurant being busy daily, a decline in sales on holidays and competition from other eateries indicate a need for improvement. Based on this analysis, the author is interested in further exploring the entrepreneurial capabilities of Rumah Makan Kemilau's owner, as well as the factors influencing the success and competitiveness of restaurant businesses in Kaimana Regency.

Keywords: *Human resources, Creativity, Entrepreneurship, Business competition*

Pendahuluan

Sumber daya manusia sangat memiliki peran dalam menentukan daya kompetitif suatu bangsa dan negara, namun hal ini belum cukup jika sumber daya manusia belum cukup tanpa diiringi dengan kreativitas sumber daya manusianya. Kreativitas sumber daya manusia ini dapat meliputi mengkreasikan adanya sebuah perubahan, mendesain sesuatu dan penyelesaian masalah sehingga mampu meningkatkan kualitas hidup. Terkait hal ini tentunya Salah satu cara untuk mencapai sukses adalah dengan berwirausaha. Hal ini dikarenakan wirausaha merupakan bentuk kemandirian seseorang tidak saja untuk memenuhi kebutuhan finansial tapi juga sarana untuk mengaktualisasikan diri dalam bisnis yang digelutinya dan komunitas- komunitasnya (Isnaini Arif, 2012:75). Wirausaha diterjemahkan dari kata *entrepreneur*. Dalam bahasa Indonesia pada awalnya dikenal istilah wiraswasta yang mempunyai arti berdiri sendiri. Istilah tersebut kemudian berkembang menjadi wirausahaan. Wirausaha adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha (Hamdani, 2010:33).

Kewirausahaan juga merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, membawa visi berupa ide inovatif, kreatif, dan peluang serta cara yang lebih baik dalam menjalankan usaha. Melihat peluang yang ada serta memanfaatkan peluang tersebut dan menyalurkan dalam sebuah inovasi tentunya hal ini adalah salah satu cara bagaimana kita mampu bertahan dengan kondisi ekonomi yang memiliki sifat ketidak pastian.

Banyak alasan mengapa seseorang termotivasi untuk berwirausaha. Dengan wirausaha akan diperoleh beberapa keuntungan. Keuntungan yang dapat diperoleh seorang wirausahawan antara lain adalah dapat memilih bidang usaha sesuai dengan minat dan bakat, keuntungan usaha dapat dinikmati sendiri, memperoleh kepuasan, tidak ada yang memerintah, tidak perlu persetujuan pihak lain dalam membuat keputusan, mempunyai peluang membantu orang lain, selain beberapa keuntungan terkait berwirausaha, tentunya memiliki resiko yang begitu besar dalam berwirausaha dimana salah satunya terkait dengan persoalan pendapatan yang tidak pasti serta banyaknya pesaing usaha lainnya. Dalam kondisi persaingan kompetitif, maka para pelaku usaha dapat lebih meningkatkan daya analisa terhadap kondisi eksternal, sehingga dapat menciptakan strategi daya saing yang kuat. Inovasi dan kreatifitas dalam hal ini merupakan salah satu kunci dalam keberlangsungan usaha terkhususnya pada resiko persaingan usaha.

Usaha rumah makan saat ini semakin populer baik di pusat kota maupun di daerah pinggiran kota. Adanya perkembangan jaman yang semakin maju, pola kehidupan penduduk mengalami perubahan. Bagi mereka yang sehari-hari sibuk bekerja hampir tidak mempunyai waktu dan tenaga untuk menyiapkan hidangan keluarga, apalagi harus menyelenggarakan dan menyiapkan sendiri jamuan makan untuk acara tertentu. Dengan demikian mereka akan menyerahkan tanggung jawab penyediaan makanan kepada pengusaha rumah makan yang dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan dalam menyiapkan makanan dan minuman. Oleh karena itu tidak mengherankan jika bidang usaha rumah makan mengalami perkembangan yang pesat.

Jika dulu rumah makan hanya dikunjungi oleh kalangan menengah keatas yang membutuhkan tempat untuk melepaskan penat sepulang dari kantor, kini fenomena tersebut lambat-laun bergeser menjadi suatu kebiasaan bagi kaum muda dan keluarga di kota-kota besar dan juga kota-kota kecil seperti di Kabupaten Kaimana.

Salah satunya rumah makan yang terdapat di kabupaten kaimana adalah rumah makan kemilau yang beralamat di jalan casuarina krooy dan sudah berdiri sejak tahun 2015 hingga sekarang. Dari pengamatan awal penulis bahwa diketahui mayoritas pembeli adalah masyarakat setempat dan para pegawai kantoran yang ada di sekitar rumah makan kemilau kaimana. Lokasi rumah makan kemilau terletak di daerah strategis kawasan perkantoran.

Pengusaha rumah makan kemilau dalam hal pengambilan resiko telah mempertimbangkan dengan matang dalam pengambilan keputusannya. Hal ini terlihat pada sistem transaksi pembayaran, dimana sistem pembayaran di rumah makan kemilau masih menggunakan sistem manual atau transaksi tunai (*cash*), ini dilakukan karena pemilik rumah makan kemilau melihat resiko jika menggunakan transaksi secara non tunai baik itu secara utang, akan berpengaruh pada keuntungan yang didapat sering kali tidak memenuhi target, Hal ini menjadi penghambat pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya dikarenakan faktor modal yang tidak mencukupi dari hasil yang diperoleh kerap habis untuk menutupi modal awalnya sehingga perputaran usaha menjadi monoton, sehingga sistem pembayaran yang dilakukan rumah makan kemilau masih menggunakan sistem tunai. Fenomena yang lain terkait pada rumah makan kemilau, dimana kurangnya Inovasi dan kreativitas pada menu makanan yang disajikan oleh rumah makan Kemilau yang dasarnya disajikan dengan prasmanan, sehingga berdampak kebosanan bagi para pelanggan rumah makan kemilau, serta kurangnya Fasilitas yang tersedia dirumah makan kemilau seperti tidak tersedianya halaman parkir yang luas untuk pelanggan, dan meja makan masih kurang, baik itu dari sisi *interior* atau desain

ruangan pada rumah makan kemilau yang begitu begitu saja dan juga belum adanya promosi penawaran diskon untuk pelanggan pada hari-hari tertentu yang dilakukan oleh rumah makan kemilau sehingga mengurangi daya tarik tersendiri kepada pelanggan atau kosumen, sedangkan di wilayah kabupaten Kaimana khususnya daerah Krooy sudah terdapat beberapa rumah makan lainnya yang lebih lengkap. Kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dan pemilik rumah makan dalam meningkatkan produktivitas rumah makan, hal tersebut dikhawatirkan apabila tidak dibenahi terkait kualitas dari makanan, tempat, pelayanan dan *skill* berwirausaha tentunya memiliki dampak tersendiri bagi rumah makan Kemilau, salah satunya pelanggan atau konsumen akan beralih kerumah makan yang jauh lebih baik.

Dalam hal penjualan, rumah makan kemilau kaimana rata-rata setiap hari ramai pembeli, terbukti setiap harinya rumah makan ini bisa menjual sekitar 100-200 porsi. Penurunan penjualan terjadi pada hari minggu atau hari libur hanya bisa mencapai tertingginya 50-100 porsi. Rumah makan Kemilau Kaimana buka setiap hari dari jam 7 pagi hingga jam 7 malam. Dalam penerapan harga rumah makan kemilau menerapkan harga yang murah dengan sistem prasmanan dibandingkan dengan pesaingnya.

Banyaknya orang yang melirik bisnis rumah makan melihat banyak peluang dari segi daya beli konsumen. Pertumbuhan kelas menengah di Kabupaten Kaimana, maka tumbuh pula gengsi mereka. Ketika anda bisa menyediakan sebuah rumah makan yang mampu mewartahi gengsi ini, anda berkesempatan untuk peluang usaha, menjadikan persaingan menjadi tak terletak lagi, seperti halnya bisnis lainnya, jika konsep dan citra rumah makan dibangun kuat, maka rumah makan tersebut akan dapat bertahan dan sukses, demikian juga sebaliknya tentunya.

Dari segi karakteristik Kewirausahawan adalah mereka yang memiliki motif berprestasi tinggi, dan memiliki perspektif masa depan. Dalam wirausaha juga terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan diantaranya adalah minat, pengetahuan, bakat, pengalaman, relasi, serta modal. Untuk mengetahui seseorang dalam mengambil keputusan menjadi wirausahawan rumah makan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini dilakukan pada rumah makan kemilau yang terletak jalan Kasuarina Krooy Kabupaten Kaimana. Dimana dalam penelitian ini objek dan sumber datanya adalah pemilik dan karyawan rumah makan kemilau yaitu, Pemilik 1 orang, Kasir 1 orang, Koki 2 orang, As Koki 1 orang, Pelayan 3 orang, Pelanggan 2 orang. Teknik pengumpulan data melalui observasi terlebih dahulu, kemudian wawancara dan dokumentasi dan sampai pada tahap penarikan kesimpulan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur agar proses wawancara berlangsung secara alami dan mendalam Sugiyono (2007:74).

Teknik analisa data dalam penelitian ini ada 3 cara yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data (data reduction) dilakukan dalam bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik (Sugiyono, 2015:249). Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya apabila diperlukan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data /informasi yang tidak relevan

Hasil Dan Pembahasan

Rumah Makan Kemilau didirikan pada Tahun 2017 bertempat di jalan Yos Sudarso (Taman Kota Kaimana), karena meningkatnya konsumen atau pelanggan maka Rumah Makan Kemilau kemudian berpindah lokasi di jalan Kasuarina Krooy pada tahun 2021 hingga sekarang, Rumah Makan Kemilau mempunyai luas 4x4 meter dan terletak di jalan utama Kasuarina, jalan Kasuarina juga merupakan lingkungan perkantoran, sehingga menarik banyak pengunjung yang datang. Struktur Organisasi Rumah Makan Kemilai adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan/Manager
Rumah Makan Kemilau memiliki seorang pipinan/manager yang bertanggung jawab mengelola dan mengatur tim kerjanya, serta memastikan kebijakan usahanya berlangsung sebagaimana mestinya.
2. Kasir
Memiliki satu orang kasir yang bertanggung jawab melayani pembayaran yang dilakukan pelanggan, setelah itu juga dia melakukan pencatatan barang yang di beli.
3. Koki
Rumah Makan Kemilau memiliki dua orang koki atau juru masak bertugas menyiapkan makanan untuk di santap para pelanggan.
4. Asisten Koki
Memiliki satu orang asisten koki yang bertugas sebagai membantu koki selama proses memasak.
5. Pelayan (pramusaji)
Memiliki tiga orang pelayan yang bertugas untuk melayani pengunjung yang datang.

Informasi dalam penelitian ini didapatkan dari beberapa orang informan. Informan yang diminta informasinya oleh peneliti sebanyak 10 orang. Informan penelitian ini dilihat dari jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	10	100%
2	Laki-Laki	0	0%
Total		10	100%

Sumber Data Primer : dioleh (2023)

Berdasarkan tabel di atas, jumlah informan perempuan adalah sebanyak 10 orang (100%).Selanjutnya dilihat dari tingkat pendidikan informan maka di dapatkan data sebagai berikut :

Tabel. 2
Tingkat Pendidikan

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Diploma/Sarjana	2	20%
2	SMA	3	30%
3	SMP	2	20%
4	SD	3	30%
Jumlah		10	100%

Sumber Data Primer : dioleh (2023)

Data penelitian ini, peneliti dapatkan dengan melakukan wawancara mendalam terhadap Sepuluh (10) informan. Kesembilan informan tersebut masing-masing dengan perannya sendiri-sendiri. Jika peneliti mengelompokan peran masing-masing informan, maka responden dikelompokan dalam tiga kelompok antara lain : a) Kelompok Pemilik Rumah Makan; b) Kelompok Pekerja. Kelompok pekerja ini dibagi lagi menjadi dua: 1) Kelompok Pelayan; dan 2) Kelompok Koki/Asisten Koki; c) Kelompok Pelanggan.

Sebelum peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap setiap informan, langkah awal yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan tindakan observasi terhadap setiap objek yang menjadi target yang akan diwawancarai.

Kurang lebih satu minggu observasi selesai dilakukan, setelah mendapat persetujuan dari setiap informan maka peneliti melakukan wawancara terhadap masing-masing informan.

Pada bagian ini peneliti akan melakukan pembahasan terhadap data yang didapat dari 10 informan. Ada 5 (lima) indikator yang akan dibahas diantaranya : 1) Indikator Inovasi (*Inovatiiveness*); 2) Indikator Proaktif (*Proactiveness*); 3) Indikator Mengambil Resiko (*Risk Taking*); 4) Indikator Agresif Berkompetisi (*Competitive Aggresiveness*) dan 5) Indikator Otonomi (*Autonomy*). Bahsan lima (5) indikator tersebut antara lain :

Indikator Inovasi (*Inovatiiveness*)

Dari hasil wawancara indikator inovasi pada pertanyaan tentang ide baru untuk mengembangkan produk dengan pemilik rumah makan Ibu Chenny, beliau menyatakan bahwa : *“sebagai pemilik rumah makan, saya mempunyai banyak ide dan menu makan akan saya tambahkan. Saya berencana akan menambahkan jam pelayanan kepada pelanggan sampai malam hari. Dan menu pasti akan saya tambahkan kalau siang hari makanan prasmanan lauk pauknya yang sehari-hari nanti kedepannya insya Allah habis lebaran malam mau jualan lagi tetapi dengan menu yang berbeda misalnya: ayam goreng, cumi goreng, ayam bakar (ayam kampung) yang nanti orang pilih baru kita gorengkan, lauknya bermacam dan nanti lauknya diambil sendiri oleh pelanggan seperti prasmanan tetapi ayamnya di pilih baru kita goreng atau di bakar “ (Chenny Angg, 8 Februari 2023).*

Pertanyaan yang sama pada saat penelitian melalui wawancara kepada beberapa karyawan rumah makan kemilau tentang inovasi apakah ada ide baru dari pemilik rumah makan untuk mengembangkan produk pada rumah makan kemilau, dua orang karyawan menyatakan mereka mengetahui, diantaranya : Femmy menyatakan :

“saya mengetahui tapi hanya snack, cemilan dan minuman seperti burger, lekker dan singe” (Femmy, 13 Februari 2023).

Menurut Saira Tatroman :

“masih dalam perencanaan nanti pada saat pindah ditempat yang baru maka akan dibuat menu baru” (Saira Tatroman, 13 Februari 2023).

Indikator Proaktif (*Proactiveness*)

Dari hasil wawancara indikator Proaktif pada pertanyaan tentang lokasi rumah makan kemilau sekarang ini apakah sudah strategi, ibu Chenny, menyatakan bahwa : *Lokasi sekarang ini di dekat perkantoran semuanya menganggap strategis, tatapi menurut saya pribadi sebagai penjual saya merasa belum strategis karena klau disini berarti kita kan target marketnya itu orang-orang perkantoran saja, saya kedepannya mau pindah tempat usaha rumah makan kemilau rencananya mau sewa tempat agak lama karena lokasinya di daerah dekat pasar, targetnya tidak jauh dari perkantoran dan juga dari orang luar karena di pasar selalu banyak orang tidak pernah sunyi. Kalu dilokasi perkantoran hari sabtu, minggu dan hari-hari libur kantor omsetnya menurun. “ (Chenny Angg, 8 Februari 2023).*

Pertanyaan yang sama pada saat penelitian melalui wawancara kepada beberapa karyawan rumah makan kemilau tentang indikator Proaktif lokasi rumah makan kemilau sekarang ini apakah sudah strategi, dua orang pelanggan menyatakan bahwa

“Disatu pihak sangat sangat strategis karena berada diantara perkantoran namun dipihak lain tidak strategis karena posisi berada dipinggir jalan tanpa lokasi parkir yang luas” (Naomi Serong, SE. 13 Februari 2023).

“Menurut saya strategis karena berada didaerah dekat perkantoran yang notabene sangat dekat dengan kantor saya” (Sara Saludung, 13 februari 2023).

Indikator Mengambil Resiko (*Risk Taking*)

Dari hasil wawancara indikator Mengambil Resiko pemilik Rumah makan kemilau ibu Chenny, menyatakan bahwa :

“Saya siap mengambil risiko dalam menyajikan menu baru, karena saya selalu mencari dan belajar membuat menu baru lewat youtube juga mempraktekkan sebelum mempromosikan menu baru tersebut” (Chenny Angg, 8 Februari 2023).

Indikator Agresif Berkompetisi (*Competitive Aggresiveness*)

Dari hasil wawancara indikator Agresif Berkompetisi untuk mempromosikan menu makan secara online dan offline, pemilik Rumah makan kemilau ibu Chenny, menyatakan bahwa

“Iya, karena kalau online itu setiap hari, kalau offline dari reklame yang kita pasang. Kedepannya juga saya mau pasang spanduk dan memakai lampu agar bisa lebih kelihatan oleh orang lain dan dapat membacanya” (Chenny Angg, 8 Februari 2023).

Pertanyaan yang sama pada saat penelitian melalui wawancara kepada beberapa karyawan rumah makan kemilau tentang indikator Agresif Berkompetisi untuk mempromosikan menu makan secara online dan offline, satu orang pelayan menyatakan bahwa :

“Iya pasti membantu secara online dan offline karena saya tetap memberikan pelayanan secara langsung kepada konsumen” (femmy, 13 Februari 2023).

Indikator Otonomi (*Autonomy*)

Dari hasil wawancara indikator Otonomi untuk meningkatkan kemampuan dalam usaha kuliner, pemilik Rumah makan kemilau ibu Chenny, menyatakan bahwa :

“Iya, itu harus terus saya tingkatkan. Jadi kadang orang setiap malam lihat facebook kalau saya tidak karena saya setiap malam berpikir kira-kira saya harus buat apalagi, saya lihat mungkin masakan apa yang kurang terus saya mulai bandingkan dengan daerah-daerah yang lain yang saya bisa jadikan contoh atau mengikuti menu makanan yang belum ada rumah makan saya, seperti yang saya mau buat menu ayam goreng ini saya ambil dari salah satu youtube saya nonton akhirnya tertarik untuk membuat rumah makan seperti ini di kaimana yang menunya ayam goreng nanti dipilih sendiri ayam baru kita goreng, lauknya dipilih sendiri, sambalnya ada tiga empat macam silahkan diambil sendiri nanti hitungannya dari belakang. Menampilkan ayam lalapan tetapi orang bisa pilih sendiri lauknya mau apasaja terserah tinggal ambil sendiri. Karena kadang orang dikasih tidak mau seperti daun kumangi separuh orang tidak suka, kalau mereka suka ketimun ya mereka ambil ketimun saja jadi mereka nanti ambil lauk sesuai selera masing-masing” (Chenny Angg, 8 Februari 2023).

Pada bagian ini peneliti akan melakukan pembahasan terhadap data yang didapat dari 10 responden. Ada 5 (lima) indikator yang akan dibahas diantaranya : 1) Indikator Inovasi (*Inovatiiveness*); 2) Indikator Proaktif (*Proactiveness*); 3) Indikator Mengambil Resiko (*Risk*

Taking); 4) Indikator Agresif Berkompetisi (*Competitive Aggressiveness*) dan 5) Indikator Otonomi (*Autonomy*). Analisis lima (5) indikator tersebut antara lain :

Analisis tentang Inovasi (*Inovativeness*)

Pemilik Rumah Makan Kemilau berinovasi terhadap menu makan yang akan disajikan dan waktu buka Rumah Makan Kemilau. Dia berencana akan menambahkan jam pelayanan kepada pelanggan sampai malam hari. Dan menu yang ditawarkan lebih bervariasi khususnya jika siang hari.

Untuk menciptakan sebuah inovasi menu, paling kurang dibutuhkan pelatihan-pelatihan khusus yang berorientasi pada produk baru dimaksud. Pemilik Rumah Makan Kemilau mengaku sering latihan sebelum membuat produk baru, latihannya melalui *via oneline* (kursus online) karena kedepannya dia ingin menambahkan menu cemilan, *snack* dan juga minuman, karena rencana tempat usaha saya akan pindah ke dekat pasar yang terdapat banyak penjual kue.

Dari hasil kursus *Online* yang diikuti oleh pemilik rumah makan Kemilau, tidak saja menambah wawasan untuk menciptakan menu-menu baru. Pemilik rumah makan Kemilau tetap berkreasi, karena makanan yang dibuat bukan saja makanan rumahan, tetap diselipkan sedikit menu makanan yang berbeda makanan resto seperti rendang rusa, daging lada hitam karena makanan ini jarang ada di tempat rumah makan lainnya dan menu ikan akan ditambahkan seperti ikan pepes.

Selain kualitas menu diperhatikan oleh pemilik rumah makan, kualitas pelayanan juga menjadi tidak bisa diabaikan oleh pemilik rumah makan Kemilau. Untuk pelayanan tetap diutamakan karena pelanggan merupakan target utama dalam mengembangkan usaha rumah makan kemilau dan setiap hari selalu pemilik rumah makan kemilau mengajarkan dan memperhatikan pelayanan karyawan terhadap pelanggan, karena karyawannya juga ada yang baru dan ada yang berpendidikan rendah jadi pemilik rumah makan kemilau tetap mengajarkan tentang cara pelayanan, tatakrma dan etika untuk melayani pelanggan dengan baik. Tujuan lain dari pemilik rumah makan kemilau ingin terus berkreasi dan ingin menghadirkan pengalaman makan yang berbeda ketika pelanggan makan di Rumah Makan Kemilau.

Analisis tentang Proaktif (*Proactiveness*)

Menurut (*Bateman dan Crant,1993*) dia mendefinisikan *proaktif (proactiveness)* merupakan kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan yang dapat mempengaruhi suatu lingkungan atau suatu keadaan.

Dari defenisi *Bateman dan Crant* di atas, pemilik rumah makan Kemilau mengatakan bahwa lokasi rumah makan Kemilau dekat perkantoran dan semua orang menganggap lokasi ini strategis. Akan tetapi menurut pemilik, lokasi ini kurang strategis, karena klau disini berarti target marketnya hanya orang kantor saja. Kedepannya pemilik berencana pindah di daerah dekat pasar, karena di pasar selalu banyak orang tidak pernah sunyi. Kalu dilokasi perkantoran hari sabtu, minggu dan hari-hari libur kantor omsetnya menurun dikarenakan pengunjungnya berkurang.

Menu rumah makan kemilau biasanya setiap hari menunya sama hanya kadang di ganti-ganti misalnya seperti sayur hari ini sayur kangkung tumis, besoknya saya ganti dengan jantung pisang atau ada tambahan sayur lagi seperti tagas-tagas, jadi menu selalu saya ganti jadi menu hari ini beda besoknya beda lagi. Menu ikannya juga kadang hari ini ikan bakar lema besoknya ikan bakar merah-merah.

Selain sajian menu yang mengalami perubahan setiap hari, perubahan tampilan juga menjadi target dari rumah makan Kemilau. Rumah makan kemilau berencana kedepannya di tempat yang baru akan lebih luas pemilik berencana berjualan dari pagi sampai malam dengan menu yang berbeda, menu sarapan pagi sendiri, menu makan prasmanan sendiri dan menu

makan malamnya itu berbeda lagi dan diselipkan dengan cemilan, snack dan *drink*... Jadi kita aktif dari pagi sampai dengan malam hari dan karyawannya rumah makan kemilau rencana akan ditambahkan karena akan dan akan dibagikan tugas masing-masing, ada yang bertugas melayani snack dan drinknya sendiri, ada yang tangani makanan siang sendiri dan malam sendiri.

Ruangan rumah makan kemilau akan dibagi, di bagian dalam untuk orang yang mau makan tinggal ambil sendiri dan di bagian depan untuk orang yang mau bungkus makanan, kalau sekarang tempatnya agak sempit jadi kalau yang mau makan kadang tidak jadi makan karna tempatnya sudah penuh akhirnya mereka bungkus ada juga yang tidak jadi makan atau bungkus karna terlalu banyak orang.

Pemilik rumah makan kemilau selalu memasarkan produk menu makanan lewat media digital seperti Facebook, instagram, whatsApp bahkan sudah memasarkan lewat google maps.

Analisis tentang Mengambil Resiko (*Risk Taking*)

Pemilik Rumah Makan Kemilau sebagai seorang manejer, sudah harus memahami bahwa segala keputusan yang dibuatnya sangat mengandung resiko.

Pemilik rumah makan kemilau siap mengambil risiko dalam menyajikan menu baru, karena pemilik selalu mencari dan belajar membuat menu baru lewat youtube juga mempraktekkan sebelum mempromosikan menu baru tersebut. Pemilik rumah makan kemilau akan terus memperbaiki pelayanan kepada konsumen, pemilik berencana nanti kalau sudah di tempat yang baru mau membagi ruangan untuk yang makan, dibagikan dalam dan yang mau bungkus di bagian depan agar tidak mengganggu pelanggan yang mau makan mereka bisa merasa nyaman untuk menikmati makan mereka.

Pemilik rumah makan Kemilau memiliki tujuan yang berkaitan dengan rasa nyaman terhadap konsumen, maka lokasi rumah makan akan dirancang untuk diperluas. Untuk sekarang ini pemilik tidak ada rencana untuk membuat lokasi menjadi luas, tetapi saya berencana untuk pindah ketempat yang baru insya Allah selesai lebaran dan lokasinya dekat pasar dan mempunyai lokasi dan rungan yang luas.

Apapun yang terjadi akibat perubahan yang dilakukan oleh pemilik rumah makan Kemilau, saat melakukan terobosan-terobosan baru merupakan keputusan yang harus diambil. Pemilik rumah makan kemilau siap mengambil resiko apabila terjadi sesuatu dikemudian harinya, karena namaya kita berbisnis atau berwirausaha itu harus berani dalam mengambil resiko apapun yang terjadi nantinya. Modal utama kita adalah keberanian dan Money.

Segala resiko yang di hadapi siap diambil oleh pemilik rumah makan Kemilau apapun resiko tersebut. Akan tetapi diversifikasi produk dengan membuka usaha diluar rumah makan untuk pemilik tidak berencana untuk membuka usaha diluar rumah makan tetapi berencana menambah usaha snack, cemilan, minuman dan melayani sarapan pagi dan makan malam bagi pelanggan.

Analisis tentang Agresif Berkompetisi (*Competitive Aggresiveness*)

Dalam teorinya, agresif berkompetisi (*Competitive Aggresiveness*) selalu mengacu pada kecenderungan perusahaan untuk secara langsung dan secara intens menantang pesaingnya untuk mencapai entri atau meningkatkan posisi dengan tujuan untuk mengungguli pesaing industri di pasar. Bentuk agresif berkompetisi (*Competitive Aggresiveness*) dapat berupa konfrontasi langsung, misalnya, ketika sebuah perusahaan memasuki pasar yang telah dikuasai oleh pesaing lain, atau reaktif, misalnya, ketika sebuah perusahaan menurunkan harga sebagai tanggapan untuk menantang pesaingnya.

Terkait dengan konteks rumah makan Kemilau dalam berkompetisi dengan rumah makan di Kabupaten Kaimana, pemilik setiap hari mempromosikan penjualan secara online,

kalau offline dari reklame yang kita pasang. Kedepannya juga pemilik akan memasang spanduk dan memakai lampu agar bisa lebih kelihatan oleh orang lain dan dapat membacanya.

Dari data tersebut, tergambar bahwa rumah makan Kemilau secara perlahan mulai bersaing dengan rumah makan yang lainnya di Kabupaten Kaimana. Sikap bersaing yang dilakukan oleh pemilik rumah makan Kemilau adalah harga menu yang dibuat sangat terjangkau. Menurut pemilik harga jual menu di rumah makan kemilau tidak terlalu murah, karena mungkin ada beberapa orang yang sering makan mengatakan kalau harga menu di rumah makan Kemilau mahal. Tapi menurut pemilik, harga itu sudah sesuai, karena untuk satu produk, bukan kita ambil sayur dari pasar, datang langsung jadi kan tidak, pasti ada biaya produksinya. Mana tenaga kerja yang masak, dan bahan-bahan yang kita pakai seperti bumbu-bumbu dapur. Jadi kalau menurut saya harganya sudah wajar atau sesuai. Karena target pelanggan saya adalah orang perkantoran dan karyawan swasta lainnya.

Selain harga menu yang masih dianggap mahal oleh pelanggan, rumah makan kemilau menyediakan menu yang disukai oleh konsumen, rumah makan kemilau selalu menyediakan menu makan pavorit dari pelanggan yang setiap hari harus ada seperti ayam rica-rica, ayam saus, keladi tumbuk, acar kuning karena pelanggan paling suka menu makan tersebut.

Selain persaingan dari sisi sajian menu makan. Persaingan lainnya adalah kemampuan karyawan yang sudah seharusnya memberikan pelayanan prima kepada para pelanggan. Pelayan harus setiap hari memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Karena pemilik rumah makan kemilau selalu memantau pelayanan dari karyawannya. Pemilik selalu mengajarkan apabila menyapa pelanggan, jangan menyapa dengan sebutan om, lebih baik dengan sebutan pak atau ibu atau kakak begitu, dan pemilik selalu mengingatkan mereka untuk harus selalu memberikan senyum, ramah kepada pelanggan, dan menyapa dengan baik, seperti bertanya maaf pak mau bungkus apa. Kadang juga ada pembeli yang menyebalkan kaya gini sudah dikasih harga lima belas ribu masih ditawar lagi sepuluh ribu. Kadang karyawan jadi dongkol, tetapi pemilik memberitahukan kepada mereka, tetap harus layani dengan lembut, maaf ibu atau bapak ini sudah harganya. Perubahan yang dilakukan pada rumah makan Kemilau, mulai dari sajian menu dan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan, terus mendapat perhatian dari pemiliknya. Semua itu dilakukan agar rumah makan Kemilau bisa eksis dan bertahan sampai saat ini.

Pemilik rumah makan kemilau bisa bersaing dengan rumah makan lain yang berada di lokasi Krooy, karena bisa terbukti rumah makan Kemilau banyak pelanggannya dan bisa bertahan sampai dengan sekarang. Dari rumah makan kemilau yang dulu kecil sampai bisa seperti sekarang ini dan yang dulu itu menunya sedikit, sayur cuma dua macam saja, lauk itu cuma tiga empat macam. Rumah makan kemilau bisa berkembang sampai sekarang ini, menunya bisa dua puluh sampai tiga puluh per hari, kedepannya akan lebih banyak lagi, menu ditempat yang baru dan fasilitasnya pemilik sudah siapkan apa-apa yang di perlukan karena pemilik sudah pikirkan sebelumnya.

Analisis tentang Otonomi (*Autonomy*)

Otonomi mengacu pada tindakan independen dari individu atau tim dalam memunculkan ide atau visi dan melaksanakannya sampai ide dan visi tersebut diwujudkan/selesai. Ini berarti kemampuan dan kemauan diri sendiri diarahkan untuk mengejar peluang. Dalam konteks organisasi, ini mengacu pada tindakan yang diambil harus bebas dari hambatan organisasi yang menyesakkan. Jadi, meskipun faktor-faktor seperti ketersediaan sumber daya, tindakan oleh saingan kompetitif, atau pertimbangan organisasi internal dapat mengubah arah inisiatif usaha baru, ini tidak cukup untuk memadamkan proses kewirausahaan otonom yang mengarah ke entri baru. Sepanjang prosesnya, pemain organisasi tetap bebas untuk bertindak secara independen, membuat keputusan penting, dan melanjutkan.

Berkaitan dengan teori di atas, pemilik rumah makan kemilau terus meningkatkan kemampuan dalam usaha kuliner, kadang orang setiap malam melihat facebook pemilik rumah makan kemilau mengatakan bahwa dia tidak pernah karena setiap malam pemilik rumah makan kemilau berpikir kira-kira menu apa yang harus di persiapkan lagi, pemilik melihat mungkin masakan apa yang kurang terus pemilik melakukan perbandingan dengan daerah-daerah yang lain yang pemelik bisa jadikan contoh atau mengikuti menu makanan yang belum ada rumah makan kemnilau, seperti yang pemilik ingin membuat menu ayam goreng pemilik ambil dari salah satu youtube yang menjadi contoh, akhirnya tertarik untuk membuat rumah makan seperti ini di Kaimana yang menunya ayam goreng nanti dipilih sendiri ayam baru di goreng, lauknya dipilih sendiri, sambalnya ada tiga empat macam silahkan diambil sendiri nanti hitungannya dari belakang. Menampilkan ayam lalapan tetapi orang bisa pilih sendiri lauknya mau apa saja terserah tinggal ambil sendiri. Karena kadang orang dikasih tidak mau seperti daun kumangi separuh orang tidak suka, kalau mereka suka ketimun ya mereka ambil ketimun saja jadi mereka nanti ambil lauk sesuai selera masing-masing.

Rumah makan Kemilau yang menentukan sendiri menunya, karena untuk sekarang menu prasmanan masih dari pemilik yang tentukan. Rencana kedepannya nanti pemilik akan selipkan menu pilihan seperti ayam goreng, nasi goreng, ada *chainasfood* juga sedikit tapi yang halal. Akan selipkan menu pilihan di rumah makan yang waktu malam tidak begitu banyak juga hanya beberapa menu saja disamping ayam goreng yang akan disajikan nanti.

Apabila ada keluhan dari pelanggan segera di atasi oleh pemilik dan karyawan rumah makan kemilau, ada beberapa ibu-ibu yang kadang mengeluh ke pemilik seperti mengeluh tentang ikan saus yang rasanya agak asin terus saya mencobanya agar mengetahui rasanya ternyata memang rasanya gak asin dan saya menegur kokinya agar membuat menu ikan asin besok jangan terlalu asin begitu. Keluhan pelanggan segera saya atasi agar membuat pelanggan merasa puas.

Selain itu, sebagai sebuah rumah makan yang memiliki target sukses ke depan, sudah selayaknya harus memiliki visi dan misi ke depan, sehingga apa yang menjadi target bisa diwujudkan. Terkait dengan hal tersebut, rumah makan kemilau dapat memunculkan ide atau visi dan melaksanakan sampai terwujud ide atau visi tersebut. Pemilik rumah makan kemilau mempunyai banyak ide yang ingin diwujudkan, karena kedepannya pemilik yakin akan lebih maju dengan ide-ide baru yang akan dibuat. Maksudnya kalau berusaha harus optimis dan yakin kedepannya di tempat yang baru ini akan lebih ramai pelanggannya. Pokoknya ide-ide itu banyak yang akan dibuat. Untuk sekarang ini cuma makanan siang yang menonjol, kedepannya itu menu pagi dan makan malam pun akan seramai yang siang, pemilik meyakini dengan ide-ide baru yang akan dibuatnya. Mulai dari tata ruangnya, semua sudah di desain dan sudah mulai menyiapkan perlengkapannya. Sehingga pada waktu dipindahkan rumah makan kemilau yang baru tidak dimulai dari awal lagi tetapi sudah mulai sedikit-sedikit diperbaiki sampai betul-betul bagus.

Pemilik selalu memberikan contoh dan teladan yang baik pada karyawan, karena karyawan masing-masing memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda yang turut mempengaruhi perilaku mereka masing-masing.

Simpulan

Berdasarkan teori yang telah dijabarkan, serta melihat fakta yang terjadi di lapangan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, di antaranya :

1. Pengusaha rumah makan kemilau memiliki kemampuan berwirausaha dianalisis dari inovasi sudah baik. Adanya ide-ide baru dalam penyajian menu makanan yang disiapkan dan pelayanan yang baik dari karyawan.

2. Kemampuan Pengusaha rumah makan kemilau dianalisis dari segi proaktif sudah baik. Rumah Makan Kemilau terletak di daerah strategis karena berada dilokasi perkantoran, maka sasaran yang ingin dicapai di sana adalah para pegawai. Selain letaknya yang strategis, upaya lain yang dilakukan adalah rumah makan Kemilau mempromosikan menunya lewat media sosial. Dengan demikian, menu makan harus berfariasi sehingga pelanggan tidak akan bosan.
3. Kemampuan pengusaha rumah makan kemilau dianalisis dari segi mengambil resiko sudah baik, karena pemilik rumah makan telah siap menghadapi resiko yang akan terjadi dikemudian harinya.
4. Pemilik rumah makan kemilau memiliki kemampuan berwirausaha dianalisis dari agresif berkompetisi sudah baik. Rumah makan Kemilau sudah mengantisipasi segala hal yang kemungkinan bisa terjadi, mulai dari menunya, strategi tempat rumahnya, dan pelayan serta sikap pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
5. Pemilik rumah makan kemilau memiliki kemampuan berwirausaha dianalisis dari otonomi sudah baik. Rumah makan Kemilau mempunyai usaha sendiri dan tidak ketergantungan atau kerja sama dengan pihak lain.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman. 2015. "Berwirausaha itu harus berani". Dalam *tribunnews*, 12 November. Surakarta.
- Adriani. 2014. *Pengembangan kreatifitas usaha kafe dan warung lesehan melalui pelayanan prima sebagai upaya berwiraswasta untuk mengatasi pengangguran di Malang*. Skripsi. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Afgani,Riza . 2017. *Pengaruh, Motivasi, Kemampuan kerja dan Disiplin terhadap produktivitas kerja*. Skripsi. Malang : Universitas Muhammadiyah Purwokarto.
- Agung.2010. *Strategi promosi usaha mahasiswa STAIN Pontianak*. Skripsi. Pontianak: STAIN Pontianak.
- Alwasilah, 2006. *Instrumen Wawancara*. Rineka, Jakarta
- Buhari Alma, 2014. *Karakter Berwirausaha*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Bateman dan Crant, 1993. *Proaktif (Proactiveness)*.
- Cantillon (1734) dalam Wesley, 2022. *Kepastian dan Resiko Berwirausaha*.
- Ellianamauree 2016. *Ciri-ciri Pengusaha Sukses*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Hamdani M. 2010. *Kiat Sukses Menjadi Seorang Wirausahawan*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Hamdani. 2010. *Definisi Kewirausahawan*, Cetakan Ketiga, Alih Bahasa Agus Dharma, Erlangga, Jakarta.
- Isnaini Arif, 2012. *Pengukuran Wirausaha*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kurni Trinurhayati, 2019. *Pengertian Wirausaha*. Eresco, Jakarta.
- Lexy J. Moleong. 2007. "Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif". *Jurnal Penelitian*. Vol.17 (1): hal 10-24.
- Lundvall, 1995. *Inovasi (Inovativeness)*.
- Mark Casson, 2012. *Faktor Wirausaha*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Monier. 2008. *Pengaruh Kemampuan Kerja terhadap kualitas kerja*. Skripsi. Bandung : Universitas Kristen Maranatha.

-
- Mursani.2016. *Pengaruh Pelayanan terhadap penjualan rumah makan*. Skripsi. Makassar : Universitas Indonesia Timur.
- Nana Herdiana Abdurrahman, 2015. *Kendala di Dalam Berwirausaha*. SalembaEmpat, Jakarta.
- Sirad Hantoro,2015. *Pengertian Kepemimpinan*. SalembaEmpat, Jakarta.
- Sugiono, 2007. *Bagaimana Instrumen Penelitian dalam kualitatif*.Edisi keempat, Erlangga. Jakarta.
- Suharsimi Arikunto, 2018. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Suhartono, 2002.*Observasi Pengamatan*. PU Step. Bandung.
- Suparyantobwahyu, 2020. *Faktor-Faktor Di Dalam Berwirausaha*. Edisi Kelima, Erlangga. Jakarta.
- Suryana, 2018. *Arti Pentingnya Berwirausaha*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suryana, 2018. *Arti Pentingnya Berwirausaha*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Wesley,Tumbur, 2022. “Indikator Kewirausahaan”.Dalam Jurnal Stekom, 17 Juni .Jawa Tengah.