



Journal of Risk and Uncertainty Issues

P. ISSN :
E-ISSN :
VOLUME 1 NO 1 2022
PP: 1-3

PERBAIKAN DAN KELANGSUNGAN BISNIS RESTORAN, KULINER, ATAU TEMPAT MAKANAN DI INDONESIA: SUATU PERSPEKTIF EVALUASI STRATEGI

Astria Putri Santosa¹, La Ode Man Sabdar Kanande²

¹Universitas Jendral Achmad Yani, Indonesia. Email: putri.p30@gmail.com

²Program Studi Manajemen Dakwah IAIN Kendari, Indonesia. Email: mansabdar11@gmail.com

Abstrak

Fenomena menjamurnya bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan sekaligus banyaknya bisnis tersebut yang menutup gerainya, bahkan mengalami kebangkrutan di Indonesia harus dapat ditangani secara baik. Disimpulkan bahwa kelangsungan bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan di Indonesia tidak dapat terlepas dari evaluasi strategi yang berkesimbangan dengan menerapkan prinsip-prinsip non-terupsi, mempertimbangkan konsep “ketidakcocokan” atau “Misfit”, dan mengedepankan prinsip spiritualitas.

Keywords: *prinsip-prinsip non-terupsi, konsep misfit, prinsip spiritualitas*

A. LATAR BELAKANG

Akhir-akhir ini terjadi fenomena menjamurnya bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan. Namun selain menjamur, banyak resto ternama yang menutup gerainya, bahkan banyaknya bisnis tersebut yang sekarat atau mengalami kebangkrutan. Salah satunya adalah WU dan F & Co yang akhir-akhir ini menutup banyak gerainya (CNBC Indonesia, 2023).

Padahal disadari banyaknya kuliner yang menjamur tersebut membuat harga dan kualitas menjadi persaingan yang justru sangat memberikan manfaat kepada konsumen. Menjamurnya resto atau kuliner telah menjadikan makanan-makanan yang dulunya tidak terjangkau keuangan rakyat kecil, kini menjadi terjangkau, sebagaimana salah satu moto resto D’Cost adalah menjadikan rakyat kecil bisa makan masakan hotel berbintang tapi dengan harga yang terjangkau oleh kantong. Berdasarkan fenomena tersebut, perlu untuk menjawab rumusan permasalahan yang ada, yaitu bagaimana *critical review* evaluasi strategi secara umum dalam memperbaiki bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan di Indonesia?

B. METODE PENELITIAN

Studi ini mempergunakan kerangka konseptual dalam menjawab rumusan permasalahan yang ada. Kerangka konseptual tersebut merupakan kajian kualitatif, studi ini berusaha menemukan reasons yang tersembunyi dibalik tindakan umum para pelaku tindakan social atau menemukan social meaning dari suatu fenomena social (Simanjuntak, 2022, 25).

C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Prinsip-Prinsip Non-Interupsi sebagai Salah Satu Evaluasi Strategi

Bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan perlu melakukan evaluasi strategi. Hal ini sesuai dengan pendapat Patton dan Patrizi (2010,15) yang memperspektifkan evaluasi strategi berarti memeriksa bagaimana organisasi berpikir tentang dirinya, termasuk sejauh

mana kepemimpinan organisasi, staf, dan peserta dalam program organisasi mengartikulasikan pandangan yang konsisten dari perspektif strategi. Sehingga, hal-hal yang dilakukan bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan, seperti memberikan diskon atau melakukan corporate social responsibility atau strategi lainnya merupakan bentuk evaluasi strategi mengingat strategi tersebut muncul dari perebutan peluang baru dan lebih baik (Patton dan Patrizi, 2010,16), karena selama ini industri restoran/makanan selalu bermotifkan keuntungan, dan cita rasa yang enak (tapi belum tentu menyehatkan).

Bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan harus berkiblat pada strategi “prinsip-prinsip non-terupsi” yang diterapkan oleh Jepang dalam mengungguli kompetitornya, dimana “prinsip-prinsip non-terupsi” selalu memandang produk yang dihasilkan dan proses yang dilakukan selalu tidak sempurna dan harus selalu disempurnakan, sekalipun banyak pelanggan memuji bahwa produk yang dihasilkan elegan, bagus, murah, dan fungsional. Sehingga intinya bahwa setiap produk harus selalu berusaha memberikan layanan dan kualitas yang terbaik tanpa henti (Cotter dan Hanley, 1995, 25).

Prinsip-prinsip non-terupsi bersenjatakan spirit yang diharapkan selalu memberi, sebagaimana salah satu motto resto terkenal telah menerapkan “the power of giving”. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis resto/kuliner tetap harus melalui proses evaluasi strategi. Karena sekalipun salah satu tujuan mendasar dari sebuah perusahaan adalah untuk menghasilkan keuntungan, namun berjuang untuk mendapatkan laba harus dilakukan sah dan bekerja keras. Dan salah satu strategi yang masih jarang diterapkan perusahaan adalah dengan mengaplikasikan “the power of giving”. Padahal strategi “the power of giving” menunjukkan bahwa tidak ada perusahaan yang tumbuh subur tanpa memberi kepada orang lain, karena memberi juga berarti melayani secara tulus. Bisnis meraup untung haruslah secara proporsional dengan layanan yang diberikannya kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, komunitas yang lebih luas, dan dunia. Semakin baik layanan yang diberikan, semakin besar keberhasilan atau keuntungan (Azim dan McKinnon, 2008). Dengan menerapkan strategi “the power of giving” berarti perusahaan mempergunakan strategi kolaboratif dan menerapkan filosofi “win-win”, sehingga berhasil dalam mempertahankan pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan.

b. Konsep “Misfit” dalam Bisnis Resto/Kuliner

Bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan harus mempertimbangkan konsep “ketidakcocokan” atau “Misfit” (Hamel and Prahalad) dalam kelangsungan usahanya. Penciptaan suatu “misfit” menurut Hamel & Prahalad (1993) (dalam Proff, 2015, 66) terjadi antara kompetensi dan harapan melalui suatu “peregangan berbasis kompetensi eksternal”, dimana suatu “ketegangan” ada di antara hambatan kompetensi yang diterjemahkan ke dalam keuntungan individu sehubungan dengan adanya upaya untuk menjaga stabilitas relatif dalam suatu lingkungan yang dinamis.

Selanjutnya, terjadinya hambatan dalam suatu pasar harus dapat mengaktifkan kompetensi sehingga menjadi keuntungan individu berdasarkan peluang yang harus terus ditinjau dan disesuaikan. Penyesuaian proses manajemen dengan perubahan tujuan atau perubahan yang terjadi karena logika strategi baru biasanya menghasilkan kecocokan internal baru (Proff, 2015, 66). Kerangka teori “misfit” ini sejalan dengan konsep evaluasi strategi yang harus diterapkan bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan mempertimbangkan ukuran yang dijadikan konsumen adalah pengusaha yang bisa memberikan lebih banyak kembali kepada konsumen daripada yang tidak mau memberi atau hanya memberi sedikit.

c. Bisnis Resto/Kuliner yang Mengedepankan Prinsip Spiritualitas

Bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan yang selalu menerapkan prinsip-prinsip non-terupsi yang bersenjatakan spirit akan mengedepankan prinsip spiritualitas. Artinya, bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan sepatutnya juga mampu memberi manfaat yang banyak kepada para konsumennya juga, seperti dapat membuat perbedaan positif bagi orang

lain, memberikan manfaat emosional, fisik, dan bahkan finansial bagi perusahaan/pengusaha, dapat membantu pengusaha/perusahaan mencapai potensi penuhnya, dan secara langsung dapat memberik memberi lebih banyak makna, kepuasan, dan kebahagiaan bagi perusahaan/pengusaha tersebut (Azim dan McKinnon, 2008, 1). Prinsip spritualitas yang dilakukan oleh bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan menunjukkan bahwa “dunia adalah bangunan satu keluarga” bukan “dunia sebagai pasar” telah menunjukkan bahwa selain harus tetap mempertahankan individualitas masing-masing, yakni antara restoran, kuliner, atau tempat makanan, pegawainya, dan konsumennya. Dengan adanya kemampuan dan ketulusan bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan untuk memberi kepada pegawainya dan para konsumennya, berarti telah mensinergikan kekuatan mereka dan membangun di atas keterbatasan mereka dalam mewujudkan komunitas yang lebih kohesif dan efektif (Singh, 2010, 28).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan latar analisis dan pembahasan, disimpulkan bahwa kelangsungan bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan di Indonesia harus menyertakan evaluasi strategi. Terdapat 3 (tiga) critical point evaluasi strategi yang dapat memperbaiki kinerja dan kelangsungan suatu bisnis restoran, kuliner, atau tempat makanan di Indonesia, yaitu penerapan prinsip-prinsip non-interupsi, mempertimbangkan konsep “ketidakcocokan” atau “Misfit”, dan mengedepankan prinsip spiritualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Cotter, Michael J., dan Henley, James A. (1995). 'Japanese Business Strategy Derived from Karate Principles: Controlling Western Advances', *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 3, No. 2, hlm. 20-27.
- Jamal, Azim, dan McKinnon, Harvey. 2008. *The Power of Giving: How Giving Back Enriches Us All*. New York: Penguin Group.
- CNBC Indonesia, 2023, available at <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230210114604-4-412754/warunk-upnormal-cs-ramai-ramai-tutup-ternyata-pemicunya-ini>, accessed on February 12, 2023.
- Simanjuntak, Dumaria, (2022), *Rancang Bangun Hukum Pengawasan Desa di Indonesia*, Jakarta: PT. Scientia Integritas Utama.
- Singh, Karan (2010) "Sprituality in Global Society, India International Centre Quarterly, Vol. 37, No. 2, hlm. 26-35.
- Patton, M. Q., & Patrizi, P. A. (2010). Strategy as the focus for evaluation. In P. A. Patrizi & M. Q. Patton (Eds.), *Evaluating strategy. New Directions for Evaluation*, Vol. 128, hlm. 5-28.
- Proff, Heike (2015). "A Model of Resources Refinement" *In Competence Perspectives on Resources, Stakeholders and Renewal*. Hlm. 55-80.