

Hak cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

# KAJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN RESTORAN PADANG DI KOTAMADYA BOGOR

oleh  
**IRRANTIH SARY**  
A. 29 0653



JURUSAN ILMU-ILMU SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

1997



**Allah tidak akan membebani seseorang melainkan  
sesuai dengan kesanggupannya (Al Baqarah : 268)**

**Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada  
kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan itu  
ada kemudahan  
(Alam Nasyrh : 5-6)**

*Untuk semua jasa mereka yang tak mungkin ku balas.*

*Kupersembahkan karya kecil ini untuk amak, ayah, Ibu*

*serta adik-adikku tercinta.*



## *Renungan.....*

**Orang yang berpikiran tinggi akan berbicara mengenai gagasan**

**Orang yang berpikiran sedang akan berbicara mengenai peristiwa**

**Orang yang berpikiran rendah akan berbicara mengenai manusia**

**Orang yang berpikiran dangkal akan berbicara mengenai diri sendiri**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## RINGKASAN

**IRRANTIH SARY.** A. 29 0653. Program Studi Agribisnis. Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Restoran Padang Di Kotamadya Bogor. Dibawah Bimbingan **LUKMAN M. BAGA.**

Dari data BPS (1995) terlihat bahwa di sektor perdagangan, sektor usaha restoran cukup memberikan kontribusi yang besar bagi nilai Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar Rp 12.130,7 milyar. Dilain pihak pengunjung restoran siap saji baru mencapai 75 persen dari jumlah pengunjung potensial yang diharapkan (CIC,1993). Hal ini tentunya akan menjadi peluang bagi bisnis makanan siap saji di Indonesia.

Dewasa ini ada dua jenis restoran siap saji yang ada di masyarakat yaitu yang pengelolaannya dengan sistem waralaba (franchise) dan yang bersifat tradisional. Restoran siap saji dengan sistem waralaba memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan restoran siap saji yang dikelola secara tradisional antara lain dari sumber daya manusia yang terlatih, aspek permodalan yang kuat, penggunaan teknologi yang modern, ataupun dari aspek manajemen yang baik. Dilain pihak restoran siap saji di di Indonesia sebenarnya bukanlah hal yang baru. Umumnya restoran siap saji tradisional Indonesia menyajikan masakan khas daerah yang ada di wilayah ini, misalnya masakan khas Sunda, masakan khas Jawa ataupun masakan khas Padang. Dari semua restoran siap saji tradisional yang menyajikan masakan khas Indonesia, restoran Padang dapat dikatakan termasuk restoran yang relatif paling lama diantara yang lain. Akan tetapi meskipun keberadaan restoran Padang telah lebih dulu ada, perkembangannya dirasakan masih lambat mengingat keterbatasan dari restoran siap saji itu sendiri. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perkembangan restoran Padang.



Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner dan dilengkapi dengan wawancara kepada 30 responden dengan menggunakan metode penentuan sampel berdasarkan metode *random cluster*. Lokasi penelitian di Kotamadya Bogor dengan waktu pengumpulan dari bulan Januari hingga April 1997. Analisis data menggunakan metode regresi linier logistik dan metode tabulasi yang dijabarkan secara deskriptif.

Berdasarkan penelitian yang diketahui bahwa kebanyakan pemilik restoran Padang adalah laki-laki (73,3persen) dengan kisaran umur 19-53 tahun. Rata-rata pemilik berumur antara 25-34 tahun saat mulai berusaha. Tingkat pendidikan responden 36,7 persen adalah lulusan SLTA. Latar belakang pekerjaan orang tua responden wirausaha baik sebagai penjahit, pedagang di pasar maupun pemilik restoran Padang juga. Pada awalnya 66,7 persen responden menyatakan bahwa restoran Padang dirintis sebagai usaha sendiri, dengan alasan awal pendirian usaha adalah karena tidak ingin terikat bekerja dengan orang lain (ingin memiliki usaha sendiri). Jumlah modal awal kebanyakan responden adalah dari modal sendiri dengan besarnya modal awal kurang dari Rp 500.000

Sebelum memulai usaha sendiri, 63,3 persen menyatakan pernah bekerja dengan orang lain (19 orang). Dari 19 orang tersebut 14 orang diantaranya (73,3 persen) mengatakan masih bekerja dengan orang lain. Responden yang tidak lagi bekerja untuk orang lain mengatakan alasan berhenti bekerja adalah karena kompensasi yang tidak sebanding (57,1 persen). Dari 30 responden, 43,3 persen menyatakan alasan membuka restoran Padang karena telah memiliki pengalaman atau keterampilan sebelumnya.

Lokasi awal restoran Padang awalnya adalah menyewa tempat (66,7 persen) dengan dasar pertimbangan pemilihan lokasi adalah memilih lokasi yang strategis (60 persen). Kebanyakan restoran Padang tidak melakukan bentuk promosi (iklan, poster, selebaran maupun melalui teman atau relasi). Apabila melakukan promosi



pun bentuk promosi yang sering dilakukan adalah melalui teman dan relasi. Sistem penggajian restoran Padang kebanyakan adalah gaji dan persentase (pembagian keuntungan sebesar 50 persen).

Selama usaha, responden menyatakan belum pernah menemui kendala yang berarti (31,3 persen), walaupun ada hambatan yang paling dirasakan oleh 28,1 persen adalah permodalan. Umumnya responden tidak pernah meminjam modal untuk mengembangkan usaha (60 persen), sedangkan responden yang pernah meminjam modal untuk perkembangan usaha maka sumber pinjaman kebanyakan dari teman (43,8 persen).

Berdasarkan hasil analisis regresi linier logistik di Tabel 23, diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan restoran Padang bila menggunakan  $\alpha = 0,05$  adalah pengalaman dan lokasi usaha. Sedangkan untuk  $\alpha = 0,1$  selain kedua faktor tersebut juga faktor-faktor seperti promosi, status kepemilikan dan pernah atau tidaknya meminjam modal.

Berdasarkan penelitian pada 30 sampel yang ada di Kotamadya Bogor, ada kecenderungan bahwa pengalaman tidak selalu mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Dalam penelitian ini keberhasilan tersebut diukur melalui omset penjualan rata-rata perhari.

Dari hasil perhitungan, ternyata lokasi usaha yang paling mempengaruhi omset yang diterima pemilik restoran Padang. Begitu juga dengan promosi, karena *image* konsumen tentang restoran Padang sudah jelas. Restoran yang menyediakan masakan yang rasanya pedas maka bentuk-bentuk promosi seperti iklan, selebaran maupun poster dirasakan tidak efektif dan hanya akan menambah biaya sedangkan manfaat yang didapatkan tidak begitu besar.

Permodalan bukan merupakan faktor yang mempengaruhi omset Restoran Padang. Hal ini diketahui bahwa berdasarkan data yang diperoleh melalui



kuesioner, kebanyakan responden memulai usaha sebagai usaha sendiri dengan modal yang kecil ( $\leq$  Rp 500.000,00). Bahkan yang mempengaruhi perkembangan omset adalah status kepemilikan usaha. Data ini menunjukkan untuk restoran Padang kepemilikan bersama berarti bergabungnya sumber daya manusia ataupun pengalaman dan keterampilan sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha yang dalam penelitian ini diukur melalui besarnya omset rata-rata per harinya.

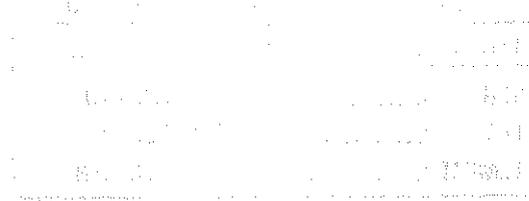
Hak Cipta milik Universitas Indonesia

1. Dilarang mengutip, menerjemahkan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengutipkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



# KAJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN RESTORAN PADANG DI KOTAMADYA BOGOR



oleh

**IRRANTIH SARY**

A. 29 0653



**Skripsi**

*Sebagai Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian pada*

**JURUSAN ILMU-ILMU SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

1997

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak Cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin tanpa menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University  
Perpustakaan IPB University

INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
FAKULTAS PERTANIAN  
JURUSAN ILMU-ILMU SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang ditulis oleh :

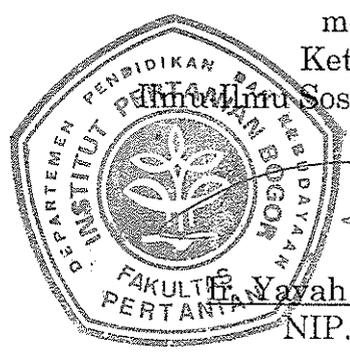
Nama : Irrantih Sary  
Nomor Pokok : A 29 0653  
Program Studi : Agribisnis  
Judul : **KAJIAN FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN RESTORAN  
PADANG DI KOTAMADYA BOGOR**

dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

menyetujui,  
Dosen pembimbing

Ir. Lukman M. Baga, MAEc  
NIP.131 846 873

mengetahui,  
Ketua Jurusan  
Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian



Ir. Yayah K. Wagiono, MEc  
NIP. 130 350 044

Tanggal Lulus : 21 Mei 1997



## PERNYATAAN

DENGAN INI SAYA MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI BENAR-BENAR HASIL KARYA SAYA SENDIRI DAN BELUM PERNAH DIAJUKAN SEBAGAI SKRIPSI PADA PERGURUAN TINGGI ATAU LEMBAGA/INSTANSI MANAPUN.

Bogor, Mei 1997

Irrantih Sary  
A. 29 0653

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



# DAFTAR ISI

	halaman
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan .....	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	4
2.1 Definisi Restoran Siap Saji (Fast-Food) .....	4
2.2 Perkembangan Industri Restoran Siap Saji di Indonesia .....	6
2.3 Definisi makanan Tradisional .....	8
2.4 Faktor-Faktor Pendorong Berwirausaha .....	10
2.5 Strategi Pemasaran.....	12
<b>BAB III. KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	13
<b>BAB IV. METODE PENELITIAN</b> .....	15
4.1 Metode Penelitian.....	15
4.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	15
4.3 Metode Penentuan Sampel .....	15
4.4 Metode Analisis Data.....	16
4.4.1 Perumusan Model.....	17
4.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



<b>BAB V. KERAGAAN RESTORAN PADANG .....</b>	<b>23</b>
5.1 Gambaran Umum Restoran Padang.....	23
5.1.1 Sejarah Perkembangan Restoran Padang .....	23
5.1.2 Struktur Organisasi Restoran Padang .....	24
5.1.3 Sistem Manajemen Restoran Padang .....	26
5.1.4 Pembagian Keuntungan restoran Padang.....	28
5.2 Karakteristik Pribadi Responden .....	28
1. Jenis Kelamin .....	28
2. Umur .....	29
3. Tingkat Pendidikan .....	30
4. Latar Belakang Pekerjaan Orang Tua .....	31
5.3 Karakteristik Usaha Responden.....	28
1. Status Kepemilikan Awal .....	32
2. Sumber dan Besarnya Modal Awal .....	33
3. Kondisi Awal Pendirian Usaha .....	33
4. Alasan Membuka Restoran Padang .....	35
5. Alasan Pemilihan Lokasi .....	36
6. Pelaksanaan Promosi.....	37
7. Sistem Penggajian.....	38
8. Status Kepemilikan.....	39
9. Kendala yang Ditemui.....	39
<b>BAB VI. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN RESTORAN PADANG.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>45</b>
7.1 Kesimpulan.....	45
7.2 Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1	Perkembangan Jumlah Perusahaan Restoran Siap Saji Lokal Yang Telah Menggunakan Sistem Waralaba Dari Tahun 1987 - 1993 .....	7
2	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
3	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Golongan Umur Saat Mulai Berusaha.....	30
4	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	31
5	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan Orang Tua .....	31
6	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Berdasarkan Status Kepemilikan Awal .....	32
7	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Alasan Awal Pendirian Usaha .....	32
8	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Sumber Modal Awal .....	33
9	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Besarnya Modal Awal .....	33
10	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Bekerja Di Tempat Lain.....	34
11	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Masih Atau Tidaknya Bekerja Di Tempat Lain.....	34
12	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Alasan Berhenti Dari Pekerjaan Sebelumnya .....	34
13	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Alasan Membuka Restoran Padang.....	36
14	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Status Kepemilikan Lokasi Usaha .....	37

@Hadi milih IPB University

Perpustakaan IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



15	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Pertimbangan Memilih Lokasi Usaha.....	38
16	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Melakukan Promosi .....	38
17	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Cara Berpromosi.....	39
18	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Sistem Penggajian .....	39
19	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Status Kepemilikan .....	40
20	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Kendala Yang Dihapapi .....	40
21	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Meminjam Modal .....	40
22	Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Sumber Pinjaman .....	40
23	Hasil Analisis Dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik .....	42

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DAFTAR GAMBAR

Nomor	<u>Teks</u>	Halaman
1	Pembagian Restoran Siap Saji.....	5
2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kewirausahaan .....	10
3	Struktur Organisasi Restoran Padang .....	25

## Lampiran

1	Klasifikasi Makanan Tradisional Minang Berdasarkan Bahan Baku Yang Digunakan.....	50
2	Klasifikasi Makanan Tradisional Minang Berdasarkan Proses Pengolahan.....	50
3	Perbandingan Permintaan Dan Penawaran Restoran Siap Saji Pada Bulan Juni 1993 .....	51
4	Perkembangan Jumlah Perusahaan Dan Outlet Makanan Siap Saji Dengan Sistem Waralaba Dari Tahun 1987 - 1993.....	51

Hak cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Barang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Palembang pada tanggal 29 September 1974.

Penulis adalah anak pertama dari delapan bersaudara dari keluarga Bapak Syahril dan Ibu Irmawati.

Penulis menamatkan pendidikan di SD Negeri 4 Putri Palembang tahun 1986 setelah lulus dari TK Aisyah Bustanul Atfal 5 Palembang pada tahun 1980.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan menengah di SMP Negeri 2 Palembang hingga lulus pada tahun 1989. Pada tahun 1989 penulis tercatat sebagai siswa SMA Negeri 2 Palembang. Kemudian pada tahun 1990 penulis pindah ke SMA Negeri 2 Bogor dan lulus pada tahun 1992. Selanjutnya pada tahun yang sama penulis mendapat kesempatan meneruskan pendidikan tinggi di Institut Pertanian Bogor pada Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian melalui jalur USMI.

Selama masa perkuliahan, penulis juga pernah terlibat di berbagai organisasi yang ada di IPB baik di tingkat jurusan (MISETA, Himpunan Mahasiswa Peminat Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian) maupun tingkat fakultas (Senat Mahasiswa Fakultas Pertanian). Selain itu penulis juga pernah menjadi asisten pada mata kuliah Sosiologi Umum di tingkat Tingkat Persiapan Bersama (TPB) dan asisten mata kuliah Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil (KMBK) di Jurusan Sosial Ekonomi. Untuk semester genap tahun ajaran 1996/1997 ini, penulis masih menjadi asisten pada mata kuliah Kewirausahaan dan Kewirakoperasian untuk program Diploma III Program Studi Manajer Koperasi, Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil 'alamiin penulis mengucapkan syukur yang sedalam-dalamnya atas selesainya penulisan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **Kajian Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Restoran Padang di Kotamadya Bogor** merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Institut Pertanian Bogor.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak, untuk itu penulis ingin menghaturkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini mulai dari awal hingga selesai maupun selama penulis menempuh masa pendidikan di IPB. Mereka diantaranya adalah :

1. Bapak Ir. Lukman M. Baga, MAEc. selaku dosen pembimbing penulis yang selama ini banyak memberikan bimbingan serta masukan kepada penulis hingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
2. Bapak Ir. Saharuddin selaku dosen moderator pada seminar penelitian penulis.
3. Ibu Ir. Mimin Aminah, MM selaku dosen penguji yang banyak memberikan masukan bagi perbaikan skripsi penulis.
4. Ibu Ir. Harmini, atas koreksi, saran dan masukan untuk perbaikan skripsi penulis.
5. Bapak Nadirman Haska atas kesediaannya sebagai nara sumber bagi penyelesaian skripsi penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



6. Bapak Zaidir Armansyah, dirut BPR Gebu Minang yang banyak memberi masukan informasi sehubungan dengan skripsi ini.
7. Amak, Ayah serta Ibunda tercinta yang dengan ketulusan cinta dan doa selalu menyertai langkah penulis selama ini.
8. Adik-adikku tersayang Riri, Roy, Minda, Kiki, Jerry, Agri dan Upay yang selama ini telah mengisi hari-hari penulis dengan segala keceriaan.
9. Om Fauzi, Etek Upik juga Pak Syair yang selama ini telah membantu penulis ketika penulis berada dalam kesulitan.
10. Keluarga Om Babay, Ibu Ida, Zomi dan Tanti yang telah banyaak memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Keluarga Ibu Mulyadi, Nana, Tata juga Da'el yang juga banyak memberikan perhatian kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.
12. Vanda dan Jo yang amat sangat banyak memberikan bantuan kepada penulis terutama pada detik-detik terakhir. Juga terima kasih untuk Rido/
13. Sahabat-sahabat penulis selama di Sosek Susi, Ipus + Aa', Lia, Dhita, Ikhsan, Nanang, Erman, terima kasih atas masa-masa indah selama kita kuliah.
14. Amin yang telah memberikan dukungan dan perhatian selama ini.
15. Yana, Hamdi dan Nia yang masih mau membantu terutama pada saat-saat yang genting.
16. Mas Arif, terima kasih atas bantuan selama ini terutama waktu data dalam disket penulis hilang. Mas Deden terima kasih terutama karena telah mengajari Logistik juga Bang Zul terima kasih karena sudah meminjamkan buku logistik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



17. Rekan-rekan di Agribisnis angkatan 29 seperti Joeffen, Deni, Iis, Rendy, Desi, Siti, Yudi.
18. Rekan-rekan di Sosek Noni, Jannah, Ina, Ria.
19. Staf pegawai Sosek , teh Ida, teh Susi, Pak Basyir, Pak Zae, Pak Ade, Mas Husen.
20. Dan tak lupa ucapan terima kasih untuk Mas Didit tersayang atas kesabaran, kesetiaan, pengorbanan juga cinta kepada penulis selama ini.

Bogor, Mei 1997

Penulis



## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pada tahun 1995, *Product Domestic Bruto* (PDB) untuk tiga lapangan usaha (pedagang besar dan eceran, perhotelan dan restoran) bernilai Rp 75.874,0 milyar (mengalami kenaikan sekitar 18,8 persen dibandingkan PDB ketiga lapangan usaha pada tahun 1994). Perincian kenaikan tersebut yaitu Rp 60.892,0 milyar untuk lapangan usaha pedagang besar dan eceran (19,1 persen), usaha perhotelan senilai Rp 2.851,3 milyar (16,7 persen) dan restoran senilai Rp 12.130,7 milyar (18 persen). Berdasarkan data tersebut maka dapat dilihat bahwa sektor usaha restoran memberikan kontribusi yang cukup besar pada PDB Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh CIC (1993) menunjukkan bahwa pengunjung restoran siap saji baru mencapai 75 persen dari jumlah pengunjung potensial yang diharapkan (Lampiran 3). Selain itu dari 190 juta penduduk Indonesia, baru sekitar 4,5 juta orang (0,10 persen) yang menjadi konsumen restoran siap saji<sup>1</sup>. Hal ini berarti peluang pengembangan restoran siap saji di Indonesia cukup besar.

Di Indonesia, ada dua jenis restoran siap saji yaitu restoran siap saji yang menggunakan sistem waralaba (*franchising*) dan restoran siap saji yang tidak menggunakan sistem waralaba (tradisional). Pada umumnya restoran siap saji asing menyediakan makanan seperti ayam goreng, pizza maupun hamburger seperti *Kentucky Fried Chicken*, *California Fried Chicken*, *Pizza Hut* ataupun

<sup>1</sup> Bisnis Indonesia, Oktober 1994

*Dunkin Donut*. Sedangkan restoran siap tradisional menyediakan masakan tradisional seperti restoran Sunda, warung Tegal, atau restoran Padang.

Restoran siap saji yang berasal dari luar negeri mulai berkembang di Indonesia mulai tahun 1987 dengan sistem waralaba (*franchising*). Rata-rata perkembangan jumlah perusahaan dan gerai (*outlet*) restoran siap saji asing dari tahun 1987 hingga 1993 masing-masing sebesar 49,8 persen per tahun dan 54,8 persen per tahun. Pangsa pasar untuk restoran makanan siap saji asing di Indonesia adalah sebesar 66,74 persen sedangkan untuk restoran makanan siap saji lokal adalah sebesar 33,26 persen (CIC, 1993).

## 1.2. Permasalahan

Ada dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan berusaha seseorang yaitu faktor-faktor pribadi pengusaha dan faktor-faktor lingkungan usaha. Contoh faktor-faktor pribadi pengusaha diantaranya pengalaman, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang pekerjaan orang tua dan perilaku berusaha (promosi yang dilakukan, lokasi usaha yang dipilih, pernah tidaknya meminjam modal dan lain-lain). Sedangkan contoh faktor-faktor lingkungan usaha misalnya peraturan pemerintah, perubahan pasar, selera konsumen atau perubahan teknologi.

Ada kecenderungan bahwa restoran siap saji dengan sistem waralaba pada umumnya sudah menggunakan sistem manajemen yang baik, menggunakan teknologi, sumber daya manusianya berkualitas dan memiliki sumber dana yang relatif kuat. Sedangkan di lain pihak restoran siap saji tradisional belum semuanya menggunakan sistem manajemen modern, teknologi yang digunakan adalah teknologi tradisional, kualitas sumber daya manusianya masih kurang diperhatikan dan kemampuan modalnya terbatas. Oleh sebab itu perlu kajian lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor apa yang

harus diperhatikan untuk mengembangkan restoran siap saji tradisional, salah satunya restoran Padang. Restoran Padang adalah satu bentuk restoran siap saji tradisional yang sudah dikenal dan penyebarannya di Indonesia cukup luas. Penelitian ini hanya terbatas untuk mengkaji faktor-faktor pribadi pengusaha apa saja yang mempengaruhi perkembangan restoran Padang.

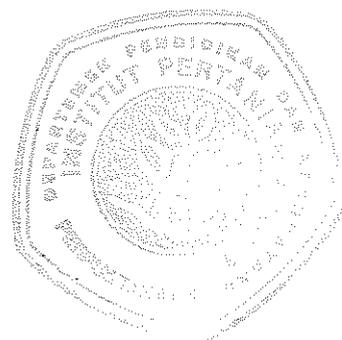
Adapun permasalahan yang ditelaah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perkembangan keragaan restoran padang dalam mengantisipasi peningkatan permintaan makanan siap saji?
2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi perkembangan restoran Padang?

### 1.3. Tujuan dan Kegunaan

1. Mengetahui perkembangan keragaan restoran Padang dalam menghadapi perkembangan permintaan makanan siap saji.
2. Mengkaji faktor-faktor yang berpengaruh perkembangan restoran Padang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi semua pihak, baik dari kalangan akademis, maupun mereka yang berminat untuk membuka ataupun mengembangkan usaha sejenis. Selain itu hasil praktek lapang ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.





## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Definisi Restoran Siap Saji (*Fast-Food*)

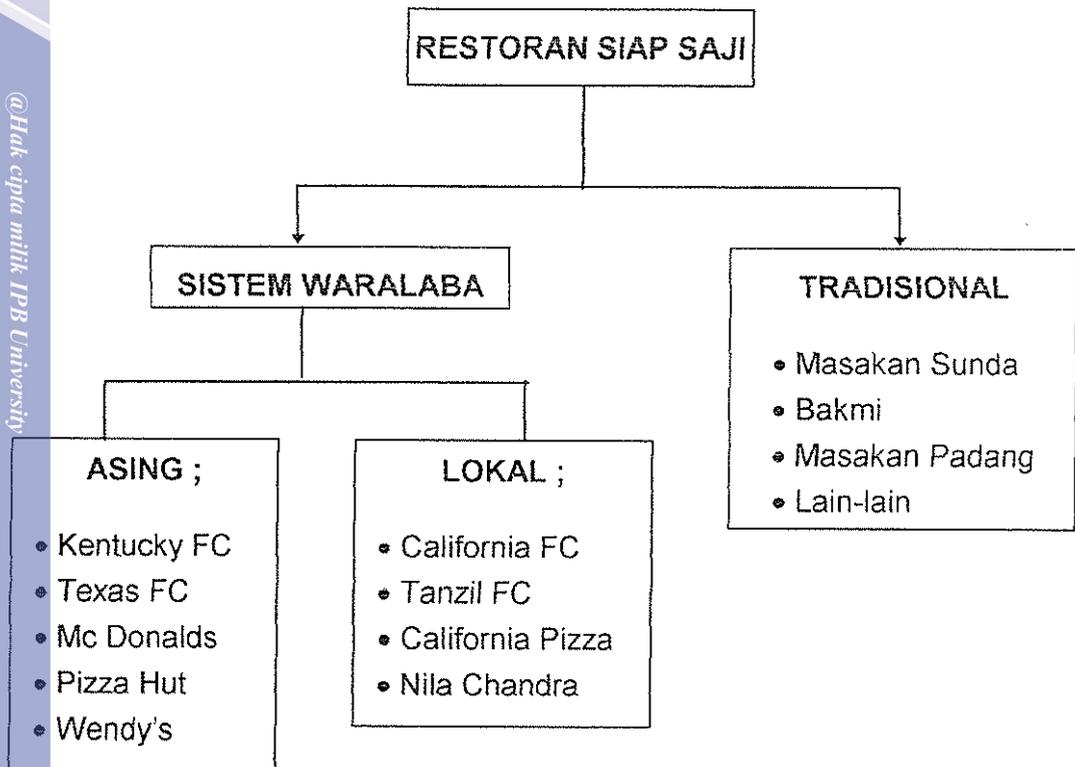
Menurut CIC , (1993) ada beberapa pengertian untuk restoran siap saji yaitu :

1. Makanan yang disajikan dengan cepat dan memiliki sistem standarisasi tertentu yang meliputi sistem, mutu, pelayanan dan harga.
2. Makanan dijual pada outlet-outlet tertentu yang memiliki ruangan untuk bersantap di tempat, baik dengan cara melayani diri sendiri (*self-service*) maupun dengan pesanan.
3. Makanan yang serba cepat, unik dan sudah terkenal.
4. Restoran dioperasikan dalam skala tertentu dan makanannya diproduksi secara massal.

Di Indonesia industri restoran siap saji digolongkan menjadi lima kategori utama yaitu (CIC, 1993) : (1) ayam goreng; (2) hamburger; (3) pizza; (4) masakan Jepang, Korea, Cina dan berbagai masakan asing lainnya; (5) masakan lokal Indonesia.

Berdasarkan kategori-kategori utama restoran siap saji, maka restoran Padang dapat dikatakan termasuk dalam industri makanan siap saji yang menyajikan masakan khas dari suatu daerah di Indonesia.

Berdasarkan definisi di atas dapat digambarkan pembagian restoran siap saji sebagai berikut (Gambar 1).



Gambar 1. Pembagian Restoran siap saji

Sumber : CIC Consulting Group (1993),

Ada beberapa alasan mengapa bisnis makanan siap saji tumbuh pesat di Indonesia, pertama adalah peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat terutama masyarakat perkotaan yang diikuti perubahan gaya hidup masyarakat kalangan menengah ke atas untuk bersantap di restoran bersama dengan keluarga sebagai hiburan atau rekreasi. Alasan kedua ialah kebiasaan makan di luar sebagai bagian dari gaya hidup yang bergengsi. Alasan yang ketiga ialah sifat makanan siap saji yang praktis dan cepat, sesuai dengan jadwal kerja yang padat, dan semakin banyak wanita yang bekerja di luar rumah sehingga mereka tidak mempunyai banyak waktu untuk menyiapkan hidangan untuk keluarganya.

## 2.2. Perkembangan Industri Restoran Siap Saji di Indonesia

Restoran siap saji asing pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1979 yaitu ketika Dick Gelael membeli waralaba dari KFC untuk menjual ayam goreng berdasarkan resep Kolonel Harland Sanders. Restoran siap saji ini ternyata cukup sukses sehingga mengundang minat perusahaan lain untuk memasuki industri ini.

Berdasarkan data dari CIC Consulting Group (1993) jumlah perusahaan restoran siap saji asing pada tahun 1987 hanya ada lima perusahaan, meningkat menjadi 9 perusahaan pada tahun 1988 yang berarti mengalami peningkatan sebesar 80 persen. Dalam 6 tahun terakhir perusahaan siap saji asing yang beroperasi di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 32 persen per tahun

Dari Lampiran 4 terlihat pertumbuhan pada sekitar tahun 1988 hingga 1989 cukup besar karena pengusaha sudah menyadari bisnis restoran siap saji ini cukup menguntungkan setelah melihat pengalaman dari PT Fast-Food Indonesia. Sedangkan tahun 1992 tergolong paling rendah yaitu hanya sebesar 4,76 persen. Kondisi ini diakibatkan oleh tingginya suku bunga kredit bank yang menyebabkan para pengusaha enggan melakukan investasi untuk memperluas usahanya. Situasi ekonomi yang mulai membaik pada tahun 1993 merangsang para pengusaha untuk kembali menanam modalnya dalam industri ini. Sampai dengan bulan Juni 1993, jumlah perusahaan restoran siap saji asing di Indonesia mencapai 23 perusahaan.



Tabel 1. Perkembangan Jumlah Perusahaan Restoran Siap Saji Lokal Yang Telah Menggunakan Sistem Waralaba Tahun 1987-1993

Tahun	Jumlah Perusahaan	Pertumbuhan (%)
1987	2	-
1988	4	100
1989	9	125
1990	18	100
1991	31	72,22
1992	44	41,94
1993*)	48	9,09
Rata-rata		74,71

\*) Sampai dengan bulan Juni 1993  
 Sumber : CIC Consulting Group , 1993

Perkembangan restoran siap saji lokal yang merupakan produk asli Indonesia berkembang sejalan dengan pesatnya perkembangan restoran siap saji asing. Pada tahun 1987 hanya terdapat dua perusahaan restoran siap saji lokal. Akan tetapi pada tahun 1993 melonjak jumlahnya menjadi 48 perusahaan. Hal ini berarti perusahaan restoran siap saji lokal mengalami pertumbuhan rata-rata 74,71 persen per tahun, yang jauh lebih besar daripada pertumbuhan restoran siap saji asing yang sekitar 32 persen per tahun. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Pada sekitar tahun 1987 sampai 1990 restoran siap saji lokal yang menggunakan sistem waralaba mengalami pertumbuhan yang menggembirakan, akan tetapi pada beberapa tahun terakhir ini menunjukkan hal yang sebaliknya. Kondisi ini disebabkan oleh situasi ekonomi yang kurang menguntungkan akibat suku bunga kredit bank yang tinggi. Selain itu juga disebabkan

kan restoran siap saji lokal umumnya belum memiliki reputasi yang populer sehingga para pengusaha takut untuk mengambil resiko yang terlalu besar.

### 2.3. Definisi Makanan Tradisional

Makanan tradisional merupakan makanan yang dikonsumsi oleh golongan etnik dan wilayah tertentu, diolah berdasarkan resep secara turun temurun. Bahan yang digunakan berasal dari daerah setempat dan makanan yang dihasilkan sesuai dengan selera masyarakat setempat (Hadisantoso, 1993). Sedangkan menurut Winarno (1993) makanan tradisional adalah makanan yang pekat dengan tradisi setempat di mana seseorang dilahirkan dan dibesarkan.

Pengertian makanan tradisional mencakup dua hal yaitu (a) makanan termasuk pangan yang sudah diolah dan siap santap; (b) bahan makanan termasuk pangan mentah atau setengah jadi yang perlu dimasak (Suhardjo, 1993).

Makanan tradisional mempunyai nilai-nilai tertentu yang umumnya mencakup nilai sosial, ekonomi, budaya dan agama. Antara berbagai jenis makanan yang dijumpai nilai-nilai yang berbeda, ada yang memiliki nilai sosial ekonomi rendah, dan ada pula yang memiliki nilai sosial ekonomi tinggi. Hal ini berkaitan dengan siapa atau golongan mana yang mengkonsumsi golongan tersebut. Pada saat dilaksanakannya upacara-upacara adat, makanan tradisional menjadi sangat berperan. Menurut Fardiaz (1994), makanan tradisional juga merupakan makanan yang memiliki kadar gizi yang cukup baik dan dapat menjadi kombinasi diet yang seimbang.

Saat ini ada kecenderungan masyarakat Indonesia khususnya yang bertempat tinggal di perkotaan mulai menggemari makanan asing (Ave, 1994).

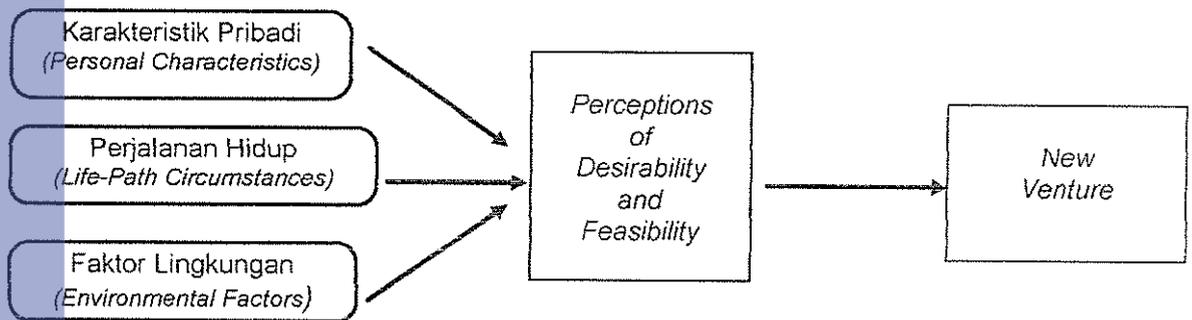


Menurut Hadisantoso (1993) hal ini antara lain disebabkan oleh : (1) kecenderungan makanan tradisional Indonesia tersisih dengan munculnya makanan asing; (2) banyaknya produk makanan tradisional belum dikembangkan secara profesional; (3) banyak produk makanan tradisional hampir belum disentuh lptek untuk menghasilkan produk yang sehat, bergizi, higienis, aman dan bermutu sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan; serta (4) belum semua perusahaan makanan tradisional tergabung dalam suatu asosiasi sehingga menyulitkan dalam pembinaannya di lapangan. Padahal makanan tradisional merupakan makanan yang mempunyai kadar gizi yang cukup baik dan kombinasinya dapat merupakan diet yang seimbang (Fardiaz, 1994). Selain itu nilai positif makanan tradisional ini berdasarkan bahan-bahan zat gizi yang diperlukan untuk membuatnya jauh lebih aman bila dibandingkan dengan makanan asing karena keseimbangan komposisi gizi (Fardiaz, 1994).

Dari beberapa jenis restoran siap saji yang menyediakan masakan khas Indonesia, Restoran Padang dapat dikatakan sebagai restoran siap saji yang mampu tetap bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Adapun kelebihan Restoran Padang dibandingkan dengan pesaing yaitu karena cita rasa yang dapat diterima oleh konsumen yang bukan berasal dari suku Minangkabau. Menurut Maulida (1997) konsumen Restoran Padang berdasarkan asal suku bangsa sangat bervariasi, 27 persen konsumen berasal dari Minangkabau, sisanya dari Suku Sunda, Jawa, Betawi, Batak, Palembang, Bali dan Jambi. Selain itu Restoran Padang adalah restoran siap saji tertua yang ada di Indonesia.

## 2.4. Faktor-Faktor Pendorong Berwirausaha

Menurut Bartol dan Martin (1991), ada tiga hal yang menjadi faktor pendorong seseorang untuk mulai berwirausaha. Faktor-faktor tersebut adalah : (1) Karakter Pribadi (*Personal Characteristics*); (2) Perjalanan Hidup (*Life-Path Circumstances*); dan (3) Faktor Lingkungan (*Environmental Factors*), seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kewirausahaan

Sumber : Bartol and Martin, 1991

### 1. Karakteristik Pribadi (*Personal Characteristics*)

Personal characteristics ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu: Karakteristik Kepribadian (*personality characteristics*) dan Latar belakang serta karakter pribadi lainnya (*background and other personal characteristics*).

Karakteristik kepribadian (*Personality Characteristics*) lebih mengarah pada kepribadian atau yang tertanam pada diri seseorang. Misalnya keinginan untuk mencapai prestasi yang lebih baik atau keyakinan bahwa keberhasilan akan didapatkan melalui perjuangan dan kerja keras.

*Background and Other Personal Characteristics*. Hasil studi lain juga memisahkan latar belakang atau karakteristik lain yang penting dari

wirausahawan. Yang menjadi fokus adalah lingkungan keluarga, pendidikan, umur serta perjalanan karir.

## 2. Perjalanan Hidup (*Life-Path Circumstances*)

Ada beberapa keadaan yang nampaknya dapat meningkatkan keinginan seseorang untuk mulai berwirausaha, yakni: lingkungan kerja yang kurang menyenangkan, perubahan gaya hidup misalnya bercerai, PHK, perpindahan karir, serta individu-individu yang dapat menjadi pendorong berwirausaha misalnya investor, orangtua, mitra kerja dan sebagainya.

## 3. Kondisi Lingkungan (*Environmental Factors*)

Keadaan lingkungan yang dapat menjadi pendorong berwirausaha antara lain ketersediaan modal, tersedianya tenaga kerja yang terampil, memiliki akses terhadap pemasok, memiliki akses terhadap konsumen atau pangsa baru, tersedianya fasilitas, transportasi serta tersedianya sarana penunjang lain.

## 2.5 Strategi Pemasaran

Menurut Stanton (1986) dalam Hifni (1995), strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dapat didekati melalui bauran pemasaran (*marketing mix*). Definisi bauran pemasaran menurut Kotler (1994) ialah campuran dari variabel-variabel produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dapat dikendalikan dan dipergunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat keuntungan/ penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran. Berdasarkan definisi tersebut, maka bauran pemasaran merupakan alat pengambil keputusan dalam menetapkan strategi pemasaran perusahaan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang meliputi



barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan (Assauri, 1990) dalam Sary (1996).

Menurut Stanton (1986) dalam Hifni (1995), harga adalah sejumlah nilai uang yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya mengakibatkan keluarnya biaya. Strategi bauran harga meliputi strategi penetapan harga, tingkat harga, keseragaman harga, potongan harga serta syarat-syarat pembayaran.

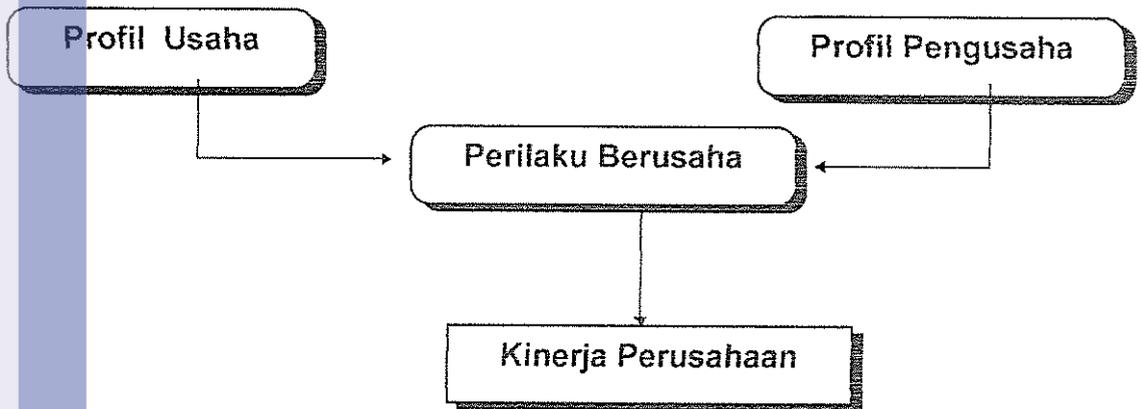
Kesalahan yang umumnya dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan harga adalah terlalu mengarah kepada pertimbangan biaya, sedangkan keadaan pasar, persaingan, dan keragaan bauran pemasarannya seringkali diabaikan (Kotler, 1994). Oleh karena itu perusahaan perlu menerapkan strategi yang mempertimbangkan reaksi konsumen dan pesaing dalam menetapkan harga atau perubahan harga

Promosi merupakan salah satu variabel yang penting dalam pemasaran. Promosi digunakan oleh perusahaan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi keputusan konsumen. Strategi promosi yang tepat akan menciptakan citra positif perusahaan atau produk di mata konsumen.



### BAB III. KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan pada pendapat Bartol dan Martin (1991), maka dapat diketahui bahwa perilaku atau sikap berusaha seorang wirausahawan dapat berhubungan dengan faktor-faktor psikologis dan sosiologis. Akan tetapi penelitian ini akan lebih mengarah pada faktor psikologis atau faktor yang menggambarkan karakteristik dari seorang wirausahawan (gambar 2).



Gambar 2. Bagan Alir Pemikiran

Gambar 2 menjelaskan kerangka pemikiran dari penelitian yang dilakukan. Pada gambar tersebut terdapat empat komponen alir kerangka pemikiran yaitu profil usaha, profil pengusaha, perilaku berusaha serta kinerja perusahaan.

Profil usaha adalah karakteristik dari suatu usaha, dalam hal ini adalah restoran Padang sebagai restoran siap saji tradisional. Restoran Padang dapat dikatakan sebagai restoran siap saji yang keberadaannya relatif lebih lama dibandingkan dengan restoran siap saji lain baik yang sama-sama menyediakan masakan khas Indonesia ataupun restoran siap saji dengan sistem waralaba. Pada awalnya restoran Padang fungsinya tidak hanya sebagai tempat makan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

akan tetapi lebih difokuskan sebagai tempat berkumpul. Restoran Padang umumnya belum memiliki struktur organisasi yang jelas dan tegas serta sistem pengelolaannya dengan manajemen secara kekeluargaan.

Profil pengusaha adalah karakteristik yang dimiliki oleh pengusaha dalam penelitian ini adalah pemilik restoran Padang. Karakteristik ini dapat dari jenis kelamin, lama pendidikan, latar belakang pekerjaan orang tua, maupun pengalaman dari pekerjaan sebelumnya.

Dari profil usaha maupun profil pribadi diharapkan akan membentuk perilaku atau sikap dalam berusaha. Akan tetapi dalam penelitian ini hal yang hendak diteliti lebih lanjut adalah dari sisi profil pengusaha atau pemilik restoran Padang. Perilaku atau sikap ini dapat dapat diwujudkan dalam strategi pemasaran yang diterapkan misalnya dalam penentuan lokasi usaha, bentuk promosi yang digunakan atau dari sistem permodalan. Strategi yang diterapkan tersebut diharapkan akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang dalam penelitian ini diukur dengan besarnya omset yang diterima rata-rata per harinya oleh restoran Padang.

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.





## BAB IV. METODE PENELITIAN

### 4.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Selain menggunakan kuesioner data juga diperoleh melalui wawancara secara lebih mendalam kepada beberapa orang yang dinilai dapat memberikan informasi yang lebih terperinci.

### 4.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Pengumpulan data baik yang merupakan data primer maupun data sekunder dilakukan mulai bulan Januari hingga April 1997. Penelitian dilakukan di Kotamadya Bogor dan sekitarnya. Data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, wawancara langsung dan pengamatan di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur dari departemen maupun instansi yang terkait dengan penelitian.

### 4.3. Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dengan menggunakan metode *Random cluster*. Dari sejumlah Restoran Padang yang ada di Kotamadya Bogor kemudian ditentukan sub populasi. Sub populasi ini ditentukan berdasarkan lokasi usaha. Dalam penelitian ini kriteria lokasi dibagi menjadi dua yaitu : restoran yang berlokasi di daerah yang strategis (pusat keramaian, terminal bis atau stasiun kereta api, pusat perbelanjaan, atau pasar). Sedangkan kriteria lokasi kedua adalah restoran yang berlokasi di dekat dengan perumahan penduduk yaitu di daerah

Semplak, Kedung Halang maupun Darmaga. Setelah penentuan sub populasi berdasarkan lokasi usaha kemudian kuesioner disebarikan kepada pemilik Restoran Padang dengan secara acak (*random*) pada lokasi-lokasi tersebut. Jumlah responden yang diambil sebanyak 30 responden.

#### 4.4 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian diolah dengan menggunakan persamaan atau tabulasi frekwensi dan model regresi logistik.

Metode regresi telah menjadi komponen integral dari analisa data untuk melihat hubungan antara variabel tak bebas dengan satu atau lebih variabel bebas. Dalam sebagian kasus, variabel tak bebas bersifat diskrit, yaitu dapat memiliki dua nilai atau lebih yang memungkinkan. Tujuan penggunaan regresi logistik sama dengan tujuan teknik model lainnya dalam statistik, yaitu untuk menemukan kesesuaian terbaik dan hanya berlaku untuk kondisi tersebut. Selama satu dekade belakangan ini, regresi logistik telah menjadi metode standar untuk analisa kasus-kasus tersebut.

Selain itu yang dibahas dalam regresi logistik adalah perbandingan nilai peluang. Pada dasarnya prinsip persamaan regresi logistik sama dengan prinsip persamaan regresi biasa yaitu dapat menggambarkan hubungan antara variabel tak bebas dan sejumlah variabel bebas. Yang membedakan model regresi logistik dari model regresi linier adalah variabel tak bebas dalam regresi logistik berupa biner atau dikotomi

Dalam penelitian ini yang ingin dilihat adalah bagaimana perbandingan peluang antara variabel bebas (jenis kelamin, lama pendidikan, lama usaha, pengalaman, latar belakang pekerjaan orang tua, lokasi usaha, promosi, status kepemilikan, pernah atau tidaknya meminjam modal serta besarnya jumlah

modal awal) dengan besarnya omset yang diterima. Besarnya omset yang menjadi variabel tak bebas dibagi menjadi dua kategori yaitu yang mendapatkan omset rata-rata per hari kurang dari Rp 300.000,00 dan yang mendapatkan omset di atas Rp 300.000,00. Dasar pengkategorian ini merupakan hasil wawancara dengan responden yang mengatakan bahwa paling tidak suatu Restoran Padang harus dapat mencapai omset diatas Rp 300.000,00 agar bisa mengembangkan usaha lebih lanjut.

Penghitungan hasil dari model regresi logistik didapatkan dengan menggunakan program komputer *shazam*. Sedangkan untuk membuat tabulasi frekuensi menggunakan program komputer *windows*. Penyajian data kuantitatif didukung dengan bahasan yang bersifat deskriptif.

#### 4.4.1. Perumusan Model

Salah satu indikator keberhasilan seseorang dalam berwirausaha yaitu dengan melihat dari perkembangan omset yang diterima. Keberhasilan (perkembangan omset) ini diduga dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi pengusaha seperti jenis kelamin, lama pendidikan, pengalaman, latar belakang pekerjaan orang tua, dan perilaku berusaha (jumlah modal awal, lama usaha, lokasi usaha yang dipilih, promosi yang dilakukan, status kepemilikan, dan pernah tidaknya meminjam modal untuk perluasan usaha).

Untuk melihat hubungan dan pengaruh dari tiap-tiap faktor terhadap perkembangan omset, maka analisa dilakukan dengan menggunakan model regresi logistik. Model regresi logistik diaplikasikan pada model dimana variabel tak bebas dibagi menjadi dua kategori yang bersifat dikotomi.

Persamaan dari model regresi logistik ini adalah :

$$P(Y_i = 1 | \underline{x}_i) = \frac{\exp(\underline{x}_i^T \underline{\beta} + \epsilon_i)}{1 + \exp(\underline{x}_i^T \underline{\beta} + \epsilon_i)} = \frac{1}{1 + \exp(-(\underline{x}_i^T \underline{\beta} + \epsilon_i))} \dots \dots \dots (1)$$

dimana  $\underline{x}_i^T = (1 \ x_{1i} \ x_{2i} \ x_{3i} \ \dots \ x_{pi})$

$$\underline{\beta} = \begin{bmatrix} \beta_0 \\ \beta_1 \\ \beta_2 \\ \vdots \\ \beta_p \end{bmatrix}$$

Bila  $P(Y_i = 1 | \underline{x}_i) = P(\underline{x}_i)$  maka model regresi logistik tersebut dapat dituliskan sebagai berikut :

$$\ln \left( \frac{P(\underline{x}_i)}{1 - P(\underline{x}_i)} \right) = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \beta_3 x_{3i} + \dots + \beta_p x_{pi} + \epsilon_i$$

atau

$$\left( \frac{P(\underline{x}_i)}{1 - P(\underline{x}_i)} \right) = \exp(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \beta_3 x_{3i} + \dots + \beta_p x_{pi} + \epsilon_i)$$

model dugaannya

$$\left( \frac{P(\underline{x}_i)}{1 - P(\underline{x}_i)} \right) = \exp(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \beta_3 x_{3i} + \dots + \beta_p x_{pi} + \epsilon_i)$$

$$\left( \frac{P(\underline{x}_i)}{1 - P(\underline{x}_i)} \right) = \text{odd rasio } (\psi)$$

$\exp = e = 2,718281828459 \dots$

- (P) : banyak peubah bebas untuk  $i = 1, 2, 3, \dots, n$
- $Y = 1$  : untuk omset di atas Rp 300.000,-
- $Y = 0$  : untuk omset di bawah atau sama dengan Rp 300.000,-
- $P(Y_i = 1 | \underline{x}_i)$  : Peluang Y pada kategori 1 pada saat  $x$
- $\beta_0$  : intersep
- $\beta_j$  : koefisien variabel ke-j
- $\underline{x}_i$  : vektor peubah bebas untuk observasi ke-i
- $i$  : 1, 2, 3, 4, ..., k
- $\psi$  (odd rasio) : perbandingan peluang omset di atas 300.000 dibagi dengan peluang omset di bawah 300.000 pada  $x_i$  tertentu.

uji rasio *likelihood* :

$$G = 2 \{ \text{nilai log-likelihood} - [n_1 \ln(n_1) + n_0 \ln(n_0) - n \ln(n)] \}$$

dimana :

$G$  = uji rasio *likelihood*

$n_1$  = jumlah sampel yang termasuk dalam kategori P ( $Y = 1 | \underline{x}$ )

$n_0$  = jumlah sampel yang termasuk dalam kategori P ( $Y = 0 | \underline{x}$ )

$n$  = total jumlah sampel

#### 4.4.2 Definisi Operasional Variabel

##### 1. Perkembangan Restoran Padang

Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari berbagai segi antara lain dari perkembangan pemasaran, perkembangan jumlah cabang dari suatu usaha, atau juga dengan melihat besarnya omset yang didapatkan per satuan waktu. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan perkembangan adalah dengan melihat jumlah omset rata-rata yang didapatkan oleh Restoran Padang per harinya. Jumlah omset dikategorikan menjadi dua bagian yaitu

yang mendapatkan omset kurang dari atau sama dengan Rp 300.000,00 dan yang mendapatkan omset di atas Rp 300.000,00.

## 2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin ini diduga akan mempengaruhi curahan waktu untuk bekerja. Apabila pemilik adalah laki-laki, diduga curahan waktu dan konsentrasinya dalam mengembangkan usaha akan semakin besar sehingga akan meningkatkan omset penjualan.

## 3. Pengalaman

Pengalaman adalah lamanya pemilik pernah bekerja di tempat lain. Pengalaman ini bisa karena bekerja di tempat lain untuk bidang pekerjaan yang sama (restoran) atau bidang kerja di luar restoran. Diduga dengan semakin lamanya pengalaman maka keterampilan untuk mengelola usaha akan lebih baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan.

## 4. Lokasi Usaha

Lokasi usaha dalam penelitian ini adalah tempat di mana restoran Padang itu berada. Lokasi usaha dibagi ke dalam dua kategori yaitu lokasi yang strategis dan yang tidak strategis. Penentuan strategis atau tidaknya suatu lokasi ditentukan oleh jumlah pengunjung potensial yang berada di sekitar lokasi. Lokasi yang strategis ditetapkan antara lain di pasar, dekat dengan pusat pertokoan, stasiun kereta api maupun terminal bis. Sedangkan lokasi lain di luar daerah tersebut dikategorikan sebagai lokasi yang tidak strategis.

Diduga penentuan lokasi usaha ini akan mempengaruhi omset penjualan restoran Padang.



## 5. Promosi

Promosi adalah cara-cara yang dilakukan oleh produsen untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap suatu produk yang akan mempengaruhi keputusan pembelian. Bentuk promosi dalam penelitian ini dibatasi hanya pada bentuk promosi melalui teman dan relasi, iklan, selebaran dan poster. Diduga kegiatan promosi akan mempengaruhi omset penjualan.

## 6. Pernah tidaknya meminjam modal (kredit)

Batasan pinjaman dalam penelitian lini adalah pinjaman modal yang berasal dari orang tua, saudara, teman atau bank. Diduga pernah tidaknya meminjam modal akan mempengaruhi omset.

## 7. Latar belakang pekerjaan orang tua

Menurut McClelland (1987) latar belakang pekerjaan orang tua akan mempengaruhi sikap kewirausahaan seseorang. Dalam penelitian ini diduga bahwa latar belakang pendidikan orang tua akan mempengaruhi omset.

## 8. Pendidikan

Penelitian ini membatasi pendidikan sebagai lamanya pendidikan formal yang dimiliki pemilik restoran Padang. Pendidikan formal dalam akan memberikan kondisi yang menunjang perkembangan aspek kepribadian seseorang. Oleh karena itu diduga pendidikan formal yang diukur dari lamanya pendidikan akan mempengaruhi penerimaan omset restoran Padang.

## 9. Status kepemilikan

Status kepemilikan pada penelitian ini dibatasi pada status kepemilikan perseorangan dan usaha bersama. Diduga bahwa status kepemilikan akan mempengaruhi omset.

## 10. Modal awal

Yang dimaksud dalam modal awal dalam penelitian ini adalah jumlah dana yang dipakai untuk memulai usaha. Diduga bahwa besarnya modal awal akan mempengaruhi omset.

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak mengiklankan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.





## BAB V. KERAGAAN RESTORAN PADANG

### 51. Gambaran Umum Restoran Padang

#### 51.1. Sejarah Perkembangan Restoran Padang

Dengan semakin lancarnya interaksi budaya antar suku di Indonesia maka masakan sebagai bagian dari budaya mempunyai peran yang penting dalam proses interaksi tersebut. Jika beberapa tahun yang lalu masyarakat rural dan agraris rata-rata makan di rumah atau di ladang selagi bekerja dan sekali-kali makan di lepau (pasar) jika mereka menjual hasil ladangnya, maka dengan semakin berkembangnya daerah perkotaan maka lepau atau restoran makin banyak dikunjungi orang. Kebiasaan makan di luar rumah pada hari minggu atau hari libur mulai menjadi kebiasaan. Dengan semakin beragamnya jenis pekerjaan di kota terutama jasa maka jasa restoran tidak saja bersifat komplementer tetapi lebih cenderung bersifat substitusi tempat makan siang, para pekerja cenderung mencari restoran untuk makan siang daripada harus pulang ke rumah. Restoran-restoran tersebut harus sesuai dengan penghasilan para pekerja tersebut disamping tujuan-tujuan khas lainnya. Dengan semakin beragamnya jenis pekerjaan maka jenis restoran juga semakin banyak.

Suku Minang dikenal sebagai salah satu suku yang suka merantau karena didasari jiwa dagang dan rangsangan sistem sosialnya. Hal ini biasanya terutama bagi yang belum berkeluarga selama di rantau sangat membutuhkan lepau atau restoran. Tidak sedikit yang berlangganan dengan cara hutang karena restoran tersebut dimiliki oleh teman sekampung atau sedaerah.

Dengan semakin eratnya hubungan antar kota maka peran lepau atau restoran mempunyai dimensi lain, yaitu sebagai tempat untuk makan selama perjalanan. Jaringan transportasi baik orang maupun barang yang semakin

panjang dan luas di Indonesia, Malaysia maupun Singapura dimanfaatkan restoran Padang sebagai tempat untuk makan selama perjalanan. Hal ini menyebabkan nasi Padang identik dengan restoran Melayu dan disukai banyak orang dari berbagai suku.

Berkembangnya restoran Padang juga tidak terlepas dari budaya di Sumatera Barat. Sejak kecil seorang anak laki-laki di Sumatera Barat harus sudah bekerja keras dan mandiri dan mulai terlepas dari bantuan orang lain maupun orang tua. Seorang anak laki-laki mulai belajar untuk memasak, mengaji di surau menjahit, mencuci dan lain lain, siapa yang memasak paling enak dengan bahan yang seadanya akan mendapatkan pujian. Ajaran untuk mandiri ini yang mendasari budaya orang Minang untuk merantau. Selain itu, pekerjaan di lepau membutuhkan pemuda-pemuda yang mau bekerja keras hampir sepanjang hari.

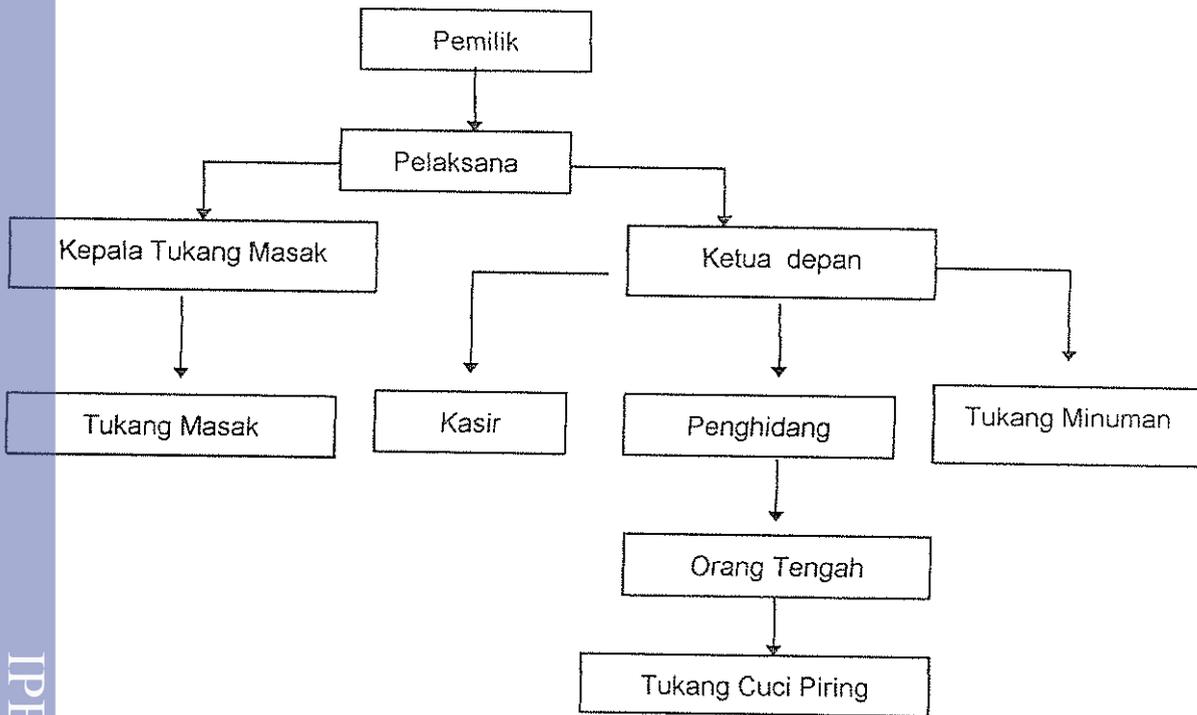
Budaya untuk pergi ke lepau atau warung atau restoran tidak hanya ada di suku Minang akan tetapi tujuan dan alasannya bisa berbeda-beda baik itu hanya untuk makan, bersenang-senang, berbincang, atau untuk melepas lelah sehabis bekerja. Budaya pergi ke lepau ini walaupun tidak seluruhnya dibawa orang ketika ia merantau.

### 5.1.2. Struktur Organisasi Restoran Padang

Pada dasarnya restoran Padang tidak memiliki struktur organisasi yang baku seperti halnya pada organisasi sosial kemasyarakatan lainnya. Akan tetapi di restoran Padang ada jenjang penugasan sebagai mekanisme pekerjaan dalam bentuk pembidangan atau pembagian pekerjaan yang tidak ketat. Yang diutamakan dalam sistem organisasi restoran Padang adalah kerjasama, kegotongroyongan dan kekeluargaan antar pelaksana maupun pemilik.

Ada beberapa sebutan pekerjaan pada restoran Padang antara lain pemilik, pelaksana di restoran, kasir, kepala penghidang, penghidang, pelayan, tukang cuci, tukang masak dan lain-lain. Posisi dan peran tiap pekerjaan dianggap sama dan masing-masing sadar akan tugasnya, tidak ada istilah untuk menunggu perintah.

Dalam struktur organisasi restoran Padang dikenal sebutan pemilik, pelaksana di rumah makan, kepala tukang masak, tukang masak, kasir, ketua depan, penghidang, tukang cuci piring, dan tukang air. Adapun bagan strukur organisasinya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Struktur Organisasi Restoran Padang

Dari Gambar 3 terlihat bahwa pemilik tidak terlibat langsung dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari. Hal ini biasanya dilaksanakan oleh restoran besar. Kegiatan operasional usaha diserahkan kepada pelaksana termasuk dalam memilih karyawan. Struktur organisasi seperti ini banyak dilakukan di restoran yang besar yakni yang memiliki jumlah karyawan sekitar 15-20 orang. Akan tetapi ada juga beberapa restoran besar yang dibawah langsung oleh pemilik modal. Untuk restoran kecil yakni yang memiliki karyawan paling banyak lima orang pengelolaan usaha langsung di bawah pemilik.

### 5.1.3. Sistem Manajemen Restoran Padang

Restoran Padang rata-rata dimiliki oleh seorang pemilik yang langsung mengelolanya. Akan tetapi ada juga restoran yang pemiliknya tidak terlibat langsung dalam kegiatan usaha. Hal-hal yang menyangkut operasional diserahkan kepada orang yang dipercaya termasuk dalam pemilihan karyawan.

Sumber modal dalam mendirikan restoran ini sebagian besar juga dimiliki oleh pribadi, akan tetapi ada juga yang meminjam dari teman atau dari bank. Pengaturan keuangan ada yang dilakukan sepihak oleh pemilik. Insentif terhadap karyawan dilaksanakan dengan sistem upah dan gaji. Selain itu ada juga yang menggunakan sistem bagi hasil keuntungan bersih antara pemilik modal dengan karyawan dengan perbandingan 40 persen untuk pemilik modal sedangkan sisanya 60 persen untuk karyawan. Disamping sistem upah dan bagi hasil, pemberian insentif pada Restoran Padang ada juga yang menggunakan kombinasi antara sistem gaji dan bagi hasil. Untuk sistem ini yang mendapatkan pembagian dengan sistem bagi hasil adalah karyawan inti seperti pelaksana restoran, tukang masak, maupun penghidang. Sedangkan yang mendapatkan

insentif dengan sistem gaji biasanya karyawan tambahan seperti tukang *cleaning service*. Pembagian dengan sistem bagi hasil biasanya dilakukan setiap 100 hari sedangkan untuk sistem upah dan gaji dilakukan setiap hari atau per bulan.

Pada perhitungan laba-rugi oleh pimpinan, karyawan digaji ditambah dengan uang rokok mingguan, uang untuk keperluan tiba-tiba, maupun uang untuk keperluan mendesak. Gaji untuk karyawan berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini tergantung kepada lama bekerja, bidang pekerjaan, tanggung jawab yang diemban, keterampilan, kerajinan, disiplin, senioritas, serta loyalitas kepada restoran. Sedangkan untuk yang bagi hasil selain didasarkan kepada kriteria di atas juga berdasarkan musyawarah dan kesepakatan diantara semua orang yang terlibat dalam usaha. Pada setiap 100 hari mereka akan menerima sebanyak jumlah persentase yang telah disepakati tadi. Penerimaan karyawan bisa berkurang apabila selama jangka waktu sebelum perhitungan karyawan meminjam lebih besar dari perkiraan yang akan dia dapatkan, begitu pun sebaliknya. Kenaikan gaji atau bagian dapat terjadi bila karyawan dinilai berprestasi, misalnya dari segi kerajinan, disiplin ataupun lamanya bekerja di restoran tersebut.

Umumnya restoran besar memiliki sistem manajemen yang terbuka, terutama yang bagi hasil. Sistem manajemen terbuka maksudnya setiap karyawan memiliki hak yang sama untuk mengeluarkan pendapat, mengetahui segala sesuatu yang berhubungan dengan restoran. Misalnya yang berhubungan dengan harga beli bahan baku, dan besarnya penjualan setiap hari. Sedangkan manajemen restoran dengan sistem gaji tertutup hanya untuk soal keuangan, selain itu semua karyawan berhak untuk mengeluarkan pendapat terhadap sesuatu.



#### 5.1.4. Pembagian Keuntungan Restoran Padang

Sebagai unit usaha yang mencari keuntungan, Restoran Padang mempunyai perbedaan karakteristik yang mendasar dibandingkan unit-unit usaha yang bertujuan sama lainnya. Selain berbeda dalam struktur organisasi, dan sistem manajemen, perbedaan yang menonjol adalah pada pemberian imbalan (insentif). Pada sistem pembagian imbalan dengan sistem persentase ada yang disebut dengan sistem mata (sistem mato). Masing-masing pegawai mempunyai bobot pembagian keuntungan tertentu sesuai dengan yang telah disepakati bersama. Besarnya bobot pembagian dapat tergantung pada tingkat senioritas kepegawaian, besarnya tingkat tanggung jawab yang diemban, kesetiaan (loyalitas) pegawai, ataupun kerajinan. Semakin tinggi tingkatan seorang pegawai, maka mata (mato) yang diterima pun akan semakin besar.

### 5.2. Karakteristik Pribadi Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Bila dilihat dari jenis kelamin, maka pemilik restoran Padang adalah pria yaitu 73,3 % dari total responden (tabel 2). Hal ini tidak terlepas dari budaya Sumatera Barat. Sejak kecil anak laki-laki di Sumatera Barat harus bekerja keras dan mandiri laki-laki mulai belajar memasak, mengaji di surau, menjahit, mencuci, dan sebagainya untuk bekal apabila mereka merantau di kemudian hari. Kebiasaan dari kecil tersebut dibawa hingga dewasa sehingga kebanyakan dari kaum laki-laki Sumatera Barat banyak yang berprofesi sebagai pemilik restoran Padang.



Tabel 2. Jumlah Responden Pemilik Restoran Padang Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	22	73,3
Perempuan	8	26,67
Total	30	100,00

Sumber : data primer 1997, diolah

## 2. Umur

Umur pemilik restoran pada saat awal usaha berkisar antara 19-53 tahun, dimana kelompok umur terbanyak adalah pada kelompok umur 25-34 tahun sebanyak 40 persen. Selain itu untuk kelompok umur 35-44 tahun juga mendekati jumlah yang sama yaitu sebesar 33,3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya pemilik restoran memulai karir dibidang ini pada usia produktif. Mereka kebanyakan mulai membuka usaha sendiri pada saat mulai berkeluarga. Karena apabila bekerja untuk orang lain gaji yang didapatkan dirasakan tdak cukup untuk memnuhi kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan seseorang mulai berwirausaha pada usia lebih awal atau bahkan diatas 45 tahun. Akan tetapi hal ini jarang dilakukan karena pada usia dibawah 20 tahun seseorang belum menyelesaikan pendidikan, belum memiliki pengalaman ataupun sumber pendapatan yang dapat digunakan untuk merintis usaha baru. Sedangkan untuk mulai berwirausaha diatas 45 tahun, hal yang biasanya menghambat antara lain menurunnya tingkat energi dan stamina seseorang.

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Golongan Umur Saat Mulai Berwirausaha

Golongan Umur (tahun)	Jumlah	Persentase
15-24	7	23,3
25-34	12	40,0
35-44	10	33,3
45 <sup>+</sup>	1	3,4
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

### 3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan yang didefinisikan dalam penelitian ini adalah pendidikan formal. Dari 30 responden, 60 persennya sampai pada tingkat pendidikan menengah (SMP dan SMA). Hal ini menunjukkan bahwa tidak benar anggapan seorang wirausahawan pada umumnya memiliki tingkat pendidikan rendah. Masyarakat Minangkabau umumnya merantau dengan tujuan untuk melanjutkan pendidikan atau mencari penghidupan setelah menamatkan pendidikan. Dari Tabel 4 terlihat bahwa di kota Bogor, perantau dari Minangkabau yang memiliki restoran Padang memiliki pendidikan formal yang cukup tinggi. Bahkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran yang memiliki pendidikan formal hingga perguruan tinggi diketahui bahwa ada kecenderungan pemilik restoran Padang nantinya adalah mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, apalagi lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sebanding dengan angkatan kerja.



Tabel 4. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Formal

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	8	26,7
SMP	7	23,3
SMA	11	36,7
Perguruan Tinggi	4	13,3
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

#### 4. Latar Belakang Pekerjaan Orang Tua

Berdasarkan data dari Tabel 5 diketahui bahwa latar belakang pekerjaan orang tua responden adalah 36,7 persen wirausahawan juga, baik sebagai pemilik restoran Padang juga, sebagai penjahit pakaian ataupun sebagai pedagang di pasar. Hal ini sesuai dengan pendapat Bartol dan Martin (1991) yang menyatakan bahwa ada kecenderungan orang tua yang berprofesi sebagai wirausahawan akan menghasilkan keturunan yang berwirausahawan juga. Menurut Mc.Clelland (1987) motif berprestasi ditanamkan semasa pengasuhan anak.

Tabel 5. Jumlah Responden Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan Orang Tua

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri Sipil	3	10,0
ABRI	3	10,0
Pegawai Swasta	4	13,3
Wirausaha	11	36,7
Lain-lain	9	30,0
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

## 5.2. Karakteristik Usaha Responden

### 1. Status Kepemilikan Awal

Dari Tabel 6 terlihat bahwa 66,7 persen usaha restoran responden dimiliki sebagai usaha sendiri. Hal ini berkaitan dengan Tabel 7, yang menunjukkan bahwa alasan membuka restoran Padang ini menurut 63,4 persen responden adalah karena ingin memiliki usaha sendiri, sisanya untuk mencari tambahan penghasilan dan karena kurang puas dengan pekerjaan sebelumnya. Pemilik restoran Padang umumnya baru akan memulai usaha sendiri bila dirasakan telah mampu untuk membuka usaha sendiri tanpa melibatkan bantuan orang lain. Mereka menganggap dengan memiliki usaha sendiri akan lebih leluasa untuk mengatur kehidupan mereka.

Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Awal

Status Kepemilikan Awal	Jumlah	Persentase
Usaha sendiri	20	66,7
Warisan orang tua	7	23,3
Hibah dari keluarga	2	6,7
lain-lain	1	3,3
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Alasan Awal Pendirian Usaha

Alasan Awal Pendirian Usaha	Jumlah	Persentase
Mencari tambahan penghasilan	4	14,3
Tidak ada pekerjaan lain	1	3,3
Kurang puas dengan pekerjaan sebelumnya	3	10,0
Ingin memiliki usaha sendiri	19	63,4
Lain-lain	3	10,0
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

## 2. Sumber dan Besarnya Modal Awal

Dari 30 responden 48,7 persen menyatakan bahwa pada awalnya modal yang dipakai untuk membuka restoran berasal dari modal sendiri. Dengan kisaran modal 36,7 persen menyatakan bahwa besarnya modal yang dipakai sebagai modal awal antara kurang dari Rp 500.000. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik restoran Padang memulai usaha dari modal sendiri sehingga restoran yang didirikan pada awalnya masih dalam dalam skala kecil karena permodalan yang terbatas.

Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Modal Awal

Sumber Modal Awal	Jumlah	Persentase
Orang tua	7	18,9
Pinjaman dari teman	9	24,3
Modal sendiri	18	48,7
Kredit bank	2	5,4
lain-lain	1	2,7
Total	37	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Besarnya Modal Awal

Besarnya Modal Awal (Rp)	Jumlah	Persentase
⇔ 500.000	11	36,7
500.000 - 5.000.000	9	23,3
> 5.000.000	10	6,7
Total	30	3,3

Sumber : data primer 1997, diolah

## 3. Kondisi Awal Pendirian Usaha

Dari Tabel 7 terlihat bahwa sebagian besar responden memulai usaha dengan alasan ingin memiliki usaha sendiri. Sedangkan dari Tabel 10 dan Tabel 11, 63,3 persen menyatakan pernah bekerja di tempat lain sebelumnya.

Kebanyakan dari responden masih bekerja di tempat lain (73,3 persen). Berdasarkan Tabel 12 alasan responden berhenti dari pekerjaan sebelumnya karena kompensasi yang diperoleh tidak sebanding (57,1 persen).

Tabel 10. Jumlah Responden Berdasarkan Pernah tidaknya Bekerja di Tempat Lain

Pernah atau tidaknya Bekerja di Tempat Lain	Jumlah	Persentase
Ya	19	63,3
Tidak	11	36,7
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 11. Jumlah Responden Berdasarkan Masih atau tidaknya Bekerja di Tempat Lain

Masih atau tidaknya Bekerja di Tempat Lain	Jumlah	Persentase
Ya	14	73,3
Tidak	5	26,3
Total	19	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 12. Jumlah Responden Berdasarkan Alasan Berhenti dari Pekerjaan Sebelumnya

Alasan Berhenti dari Pekerjaan Sebelumnya	Jumlah	Persentase
Pemutusan Hubungan Kerja	-	-
Lingkungan kerja yang tidak sesuai	-	-
Kompensasi yang tidak sebanding	8	57,1
lain-lain	6	42,9
Total	14	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Berdasarkan data dari Tabel di atas , hal ini menunjukkan bahwa pemilik restoran Padang sebelum memulai usaha umumnya akan mencari pengalaman dengan bekerja pada orang lain terlebih dahulu. Pekerjaan sebelum membuka usaha restoran ini bervariasi yaitu ada yang bekerja sebagai pegawai restoran Padang juga, atau ada yang dulunya berdagang di pasar sebagai penjual

pakaian, penjual asesori wanita, ataupun penjual tas. Selain itu diantara responden juga ada yang masih bekerja dengan orang lain atau memiliki sumber penghidupan lain selain menjadi pemilik restoran Padang. Responden yang masih bekerja untuk orang lain biasanya juga menjadi pegawai di restoran Padang lain. Sedangkan responden yang memiliki sumber penghidupan lain disamping usaha restoran Padang misalnya sebagai pedagang pakaian, ataupun penjual tas di pasar. Sedangkan responden yang tidak lagi bekerja untuk orang lain bukan disebabkan karena PHK atau lingkungan kerja yang tidak sesuai akan tetapi karena merasakan penghargaan atas jerih payah yang dikeluarkan tidak sebanding dengan imbalan yang diterima. Untuk itu mereka merasa lebih baik untuk mendirikan usaha sendiri sebab hasil yang didapatkan benar-benar dari kerja keras sendiri.

#### 4. Alasan Membuka Restoran Padang

Dari hasil penelitian lapang yang dilakukan, 43,3 persen menyatakan bahwa alasan membuka Restoran Padang karena telah memiliki pengalaman atau keterampilan. Bertitik tolak dari masa kecil masyarakat Minang khususnya laki-laki untuk juga memiliki keterampilan seperti memasak atau menjahit karena dari kecil mereka tidak tidur di rumah orang tua mereka tetapi di surau (mesjid) sambil belajar mengaji. Alasan lain adalah karena potensi pasar dirasakan masih cukup besar atau dalam kata lain usaha di bidang Restoran Padang sedang berkembang.



Tabel 13. Jumlah Responden Berdasarkan Alasan Membuka Restoran Padang

Alasan Membuka Restoran Padang	Jumlah	Persentase
Telah memiliki pengalaman (keterampilan)	13	43,3
Usaha restoran sedang berkembang	10	33,3
Kewajiban meneruskan usaha	2	6,7
Lain-lain	5	16,7
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

## 5. Alasan Pemilihan Lokasi

Pada Tabel 14 terlihat bahwa 66,7 persen responden menyatakan pada awalnya mereka menyewa tempat untuk usaha dan hingga saat ini pun rata-rata pemilik restoran Padang pun masih menyewa tempat usaha. Masyarakat Minangkabau di Kota Bogor ini adalah pendatang atau perantauan, dan alasan mereka merantau diantaranya untuk mencari penghidupan di luar daerah asal mereka. Sehingga kebanyakan dari mereka belum memiliki rumah atau tempat usaha sendiri. Hal ini disebabkan karena mereka menganggap dengan memiliki tempat usaha sendiri memiliki resiko yang cukup besar apalagi kalau nantinya restoran mereka kurang begitu ramai dikunjungi konsumen sehingga investasi yang mereka tanamkan akan sia-sia. Maka akan lebih baik menurut mereka untuk sementara hanya menyewa tempat usaha, baru nantinya kalau lokasi tersebut menguntungkan akan diusahakan untuk membeli tempat di lokasi tersebut.

Alasan yang dikemukakan dalam pemilihan lokasi usaha adalah karena pada umumnya karena lokasi terletak di pusat keramaian (60 persen). Hal ini tentunya secara naluriah akan diketahui oleh pemilik restoran bahwa mereka harus menempatkan restoran mereka di lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.



Tabel 14. Jumlah Responden Berdasarkan Status Kepemilikan Lokasi Usaha

Status Kepemilikan Lokasi Usaha	Jumlah	Persentase
Rumah tinggal	3	10,0
Sewa tempat	20	66,7
Lokasi khusus milik pribadi	2	6,7
Lain-lain	5	16,7
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 15. Jumlah Responden Berdasarkan Pertimbangan memilih Lokasi Usaha

Dasar Pertimbangan	Jumlah	Persentase
Tidak Mengeluarkan Biaya tambahan	3	10,0
Dekat Dengan lokasi perumahan	9	30,0
Pusat Keramaian (pasar, terminal, pertokoan, stasiun)	18	60,0
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

## 6. Pelaksanaan Promosi

Data yang didapatkan dari 30 responden, ternyata jumlah responden yang tidak menggunakan promosi lebih banyak yaitu 85 persen (Tabel 16). Hal ini disebabkan karena menurut responden pemilik restoran Padang konsumen umumnya telah mengetahui produk yang dijual pada restoran Padang. Sehingga mereka merasa tidak perlu untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Sedangkan apabila berpromosi cara promosi yang sering digunakan adalah melalui teman/relasi dan ini pun hanya sebatas pemberitahuan atau informasi terutama pada saat-saat berkumpul misalnya pada acara arisan atau acara Halal bi Halal (73,2 persen).



Tabel 16. Jumlah Responden Yang Melakukan Promosi

Promosi	Jumlah	Persentase
Ya	13	35
Tidak	17	65
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 17. Jumlah Responden Berdasarkan Cara Responden Melakukan Promosi

Cara Berpromosi	Jumlah	Persentase
Teman/relasi	10	73,2
Poster/selebaran	3	26,8
Iklan	-	-
Total	13	100

Sumber : data primer 1997, diolah

## 7. Sistem Penggajian

Dari 30 responden yang dijadikan objek penelitian, 50 persen menyatakan sistem penggajian yang diterapkan adalah kombinasi dari sistem persentase dan gaji. Umumnya pegawai yang diberikan sistem persentase atau pembagian keuntungan adalah yang menjadi karyawan inti misalnya tukang masak, pegawai depan atau pegawai yang telah lama bekerja di restoran tersebut. Sedangkan pegawai yang mendapatkan gaji bulanan misalnya bagian kebersihan, kasir pagi, tukang cuci piring.



Tabel 18. Jumlah Responden Berdasarkan Cara Responden Melakukan Sistem Penggajian

Sistem Penggajian	Jumlah	Persentase
Gaji/Upah	14	46,7
Persentase	1	3,3
Gaji dan Persentase	15	50
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

## 8 Status Kepemilikan

Berdasarkan Tabel 19, dari 30 responden, 93,3 persen menyebutkan bahwa status kepemilikan restoran adalah perseorangan. Menurut responden hal ini nantinya akan berhubungan dengan pengambilan keputusan. Selain berhubungan dengan pengambilan keputusan juga berhubungan karena pada awalnya usaha restoran yang ada di Bogor ini dimulai dari restoran yang kecil dan sistem pengelolaannya masih sederhana.

Tabel 19. Jumlah Responden Berdasarkan Status Kepemilikan

Status Kepemilikan	Jumlah	Persentase
Sendiri	28	93,3
Bersama	2	6,7

Sumber : data primer 1997, diolah

### 5.1.13. Kendala Yang Ditemui

Berdasarkan Tabel 20 hingga Tabel 22, dari 30 responden Restoran Padang, 31,3 persen menyatakan bahwa dalam menjalankan usaha mereka selama ini tidak menemui hambatan yang dapat membahayakan usaha mereka. Hal ini disebabkan menurut responden usaha di bidang restoran tidak terlalu susah untuk dijalankan apalagi masyarakat konsumen sudah mengenal produk yang mereka tawarkan. Walaupun ada hambatan yang paling berpengaruh adalah dari segi permodalan (28,1. persen). Untuk mengatasi hal tersebut



mereka umumnya meminjam modal dari teman (43,8 persen) karena lebih mudah untuk mendapatkan dan tidak memerlukan persyaratan karena umumnya hanya berdasarkan rasa percaya antar sesama perantauan. Sedangkan untuk meminjam uang ke bank mereka masih enggan karena dirasakan tidak praktis selain itu juga karena bunga bank yang mereka rasakan masih tinggi.

Tabel 20. Jumlah Responden Berdasarkan Kendala Yang Dihadapi

Macam Kendala	Jumlah	Persentase
Bahan Baku	3	9,4
Teknik Produksi	3	9,4
Modal	9	28,1
Manajemen	1	3,1
Persaingan	6	18,8
Tidak Ada Hambatan	10	31,3
Total	34	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 21. Jumlah Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Meminjam Modal (Uang)

Pernah Meminjam Modal (Uang)	Jumlah	Persentase
Ya	12	40
Tidak	18	60
Total	30	100

Sumber : data primer 1997, diolah

Tabel 22. Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Pinjaman

Status Kepemilikan	Jumlah	Persentase
Orang Tua	1	6,3
Saudara	4	25,0
Teman	7	43,8
Bank	4	25,0
Total	16	100

Sumber : data primer 1997, diolah



## BAB VI. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN RESTORAN PADANG

Pada penelitian ini yang ingin diketahui adalah seberapa besar peluang variabel-variabel seperti jenis kelamin, umur saat mulai usaha, pengalaman, lama pendidikan formal, lama usaha, latar belakang pekerjaan orang tua, pemilihan lokasi usaha, promosi, status kepemilikan, pernah atau tidaknya meminjam modal, serta besarnya jumlah modal awal akan mempengaruhi perkembangan usaha Restoran Padang yang dalam penelitian ini diukur dengan besarnya rata-rata omset yang didapat per harinya. Untuk mengetahui tingkat nyata atau tidaknya variabel dilihat dari nilai t-hitung tiap variabel. Sedangkan untuk melihat perbandingan besar peluang tiap variabel dapat dilihat pada nilai odd rasio. Sedangkan untuk melihat kesesuaian model dapat dilihat dari nilai uji rasio *likelihood*.

Dari hasil analisis dengan menggunakan metode regresi logistik, apabila menggunakan  $\alpha = 0,05$  untuk menguji tingkat signifikan variabel bebas maka faktor-faktor yang mempengaruhi omset Restoran Padang adalah pengalaman dan lokasi usaha. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi omset restoran pada tingkat kepercayaan 90 persen atau  $\alpha = 0,1$  selain faktor pengalaman dan lokasi usaha juga faktor promosi, status kepemilikan, serta pernah atau tidaknya meminjam modal. Nilai  $\alpha$  menunjukkan peluang untuk melakukan galat I. Galat I adalah menolak hipotesis nol yang benar. Semakin besar nilai  $\alpha$ , berarti peluang untuk melakukan kesalahan galat I semakin besar. Faktor-faktor lain seperti jenis kelamin, lama pendidikan, lama usaha, latar belakang pekerjaan orang tua dan jumlah modal awal untuk tingkat kepercayaan 90 persen atau  $\alpha = 0,1$  tidak berpengaruh nyata.

Tabel 23 Hasil Analisis Dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik

j	Nama Variabel	Koefisien Estimasi (KE)	Standar Error (SE)	t- Rasio (KE/SE)	( $\Psi=e^{\beta}$ )
1	Jenis Kelamin	2,5005	2,1913	1,1401	12,18
2	Lama Pendidikan	0,14896	0,35464	0,42002	1,2
3	Pengalaman	- 0,66604	0,34978	- 1,9042 *	0,5
4	Lama Usaha	0,15165	0,19538	0,77617	1,2
5	Latar Belakang Pekerjaan Orang Tua	- 0,17973	1,7766	- 0,10117	0,8
6	Lokasi Usaha	6,6018	3,7118	1,7786 *	736,4
7	Promosi	- 4,8939	3,2105	-1,5243 *	0,07
8	Status Kepemilikan	- 7,1319	4,2484	-1,6787 *	0,008
9	Pernah atau tidaknya Meminjam Modal	2,6463	1,8870	1,4024 *	14,1
10	Jumlah Modal Awal	0,37238 E-06	0,32351 E-06	1,1510	1,000
0	Konstanta	- 1,2176	3,3699	- 0,30672	-

Log-Likelihood Function = -8,1594

G = 24,0613

$\chi^2_{(10)(0,01)} = 23,209$

\* $\alpha (0,1) = 1,372$

\*\* $\alpha(0,05) = 1,669$

Keterangan :

G : Uji rasio *Likelihood*

Bila dilihat dari Tabel 23 yang merupakan hasil perhitungan dengan menggunakan metode regresi logistik, nilai odd rasio untuk pengalaman adalah 0,5. Hal ini berarti bahwa apabila pengalaman bertambah satu tahun, maka nilai odd rasio akan meningkat 0,5 kali dari perbandingan peluang yang ada sekarang (*ceteris paribus*). Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman tidak selalu merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha, terutama untuk usaha restoran. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden disimpulkan bahwa hal ini disebabkan karena pekerjaan pada usaha Restoran Padang sebagian besar merupakan jasa pelayanan yang berbeda dengan jenis pekerjaan lain terutama bidang teknis yang sangat memerlukan keterampilan atau *skill* untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas baik. Pengalaman bisa didapatkan sambil menjalankan usaha. Selain itu pengalaman seseorang belum tentu dapat diterapkan di tempat lain mengingat situasi dan kondisi yang dihadapi berbeda dari keadaan sebelumnya.

Untuk variabel lokasi usaha, nilai odd rasio variabel tersebut adalah 736,4. Angka ini menunjukkan Restoran Padang yang berlokasi di tempat yang strategis, nilai odd rasionya akan berganda sebesar 736,4 kali dibanding dengan lokasi yang tidak strategis (*ceteris paribus*). Berdasarkan hasil perhitungan untuk sampel yang berada di Kotamadya Bogor, diketahui bahwa lokasi usaha merupakan faktor yang paling menentukan untuk mendapatkan omset yang tinggi. Apalagi untuk Restoran Padang, konsumen sudah memposisikan produk makanan Padang sebagai makanan yang memiliki kekhasan tersendiri disamping rasanya yang pedas (Lampiran 1 dan 2). Berarti dalam pikiran konsumen, paling tidak rasa masakan di Restoran Padang relatif sama. Sehingga apabila konsumen ingin merasakan masakan Padang maka restoran yang dikunjungi kemungkinan besar adalah restoran yang berlokasi di tempat yang strategis.

Untuk variabel promosi, nilai odd rasio Restoran Padang untuk yang melakukan bentuk-bentuk promosi seperti dengan selebaran, poster maupun iklan akan berganda 0,07 kali dibanding dengan Restoran Padang yang tidak melakukan promosi. Dengan kata lain pengaruh bentuk promosi di atas sangat kecil sekali untuk menaikkan omset penjualan. Secara teoritis, promosi dilakukan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Akan tetapi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, menurut responden bentuk promosi yang disebutkan di atas (selebaran, iklan, maupun poster) tidak banyak mempengaruhi omset penjualan, malah hanya akan menambah biaya sedangkan manfaat yang diterima tidak terlalu besar. Hal ini dapat dipahami karena pada umumnya masyarakat Indonesia sudah sangat mengenal restoran Padang disebabkan Restoran Padang merupakan restoran siap saji yang keberadaannya relatif paling lama di antara restoran lain dan dari segi kuantitas jumlah Restoran Padang juga sangat banyak. Berdasarkan asumsi tersebut, maka kebanyakan dari responden menyatakan tidak perlu melakukan promosi. Umumnya responden mengatakan yang mereka lakukan untuk menarik minat konsumen untuk datang ke restoran mereka adalah melalui penataan dekorasi restoran yang ditata semenarik mungkin, baik dari segi warna atau pengaturan perlengkapan restoran sehingga terkesan menarik, rapi dan bersih.

Untuk variabel status kepemilikan, apabila Restoran Padang merupakan milik pribadi, nilai odd rasio Restoran Padang akan mengganda 0,008 kali dibandingkan dengan Restoran Padang yang merupakan milik bersama. Dengan kata lain perbandingan peluang untuk status kepemilikan bersama untuk mendapatkan omset di atas Rp 300.000,00 lebih besar. Di lain pihak pada tingkat kepercayaan 90 persen ( $\alpha = 0,1$ ) faktor besarnya modal awal tidak signifikan. Untuk variabel pernah atau tidaknya meminjam modal, nilai odd rasio



Restoran Padang 1,00 kali. Hal ini berarti apabila Restoran Padang merupakan milik sendiri maka nilai odd rasionya akan berganda 1 kali dibandingkan bila Restoran Padang merupakan milik bersama. Dari kedua variabel tersebut terlihat bahwa pada Restoran Padang aspek permodalan tidak terlalu berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Tabel 6-9). Berarti dalam status kepemilikan bersama ada hal-hal lain yang digabungkan misalnya dari segi sumber daya manusia, atau juga dari pengalaman. Pengalaman tersebut dapat dimanfaatkan misalnya untuk mendekor restoran semenarik mungkin sehingga calon konsumen merasa tertarik untuk datang ke restoran tersebut.

Berdasarkan perhitungan untuk menguji tingkat signifikan model dengan menggunakan uji rasio *likelihood* nilai G adalah 24,0613, sedangkan nilai *chi-square* untuk  $\alpha = 0,01$  adalah 23,209. Hal ini menunjukkan bahwa untuk nilai  $\alpha = 0,01$  model signifikan. Ini berarti paling tidak ada satu variabel bebas yang berpengaruh nyata pada omset sebagai variabel tak bebas.



## BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN

### 7.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah kebanyakan pemilik restoran Padang adalah laki-laki (73,3persen) dengan kisaran umur 19-53 tahun. Rata-rata pemilik berumur antara 25-34 tahun saat mulai berusaha. Tingkat pendidikan responden 36,7 persen adalah lulusan SLTA. Latar belakang pekerjaan orang tua responden wirausaha baik sebagai penjahit, pedagang di pasar maupun pemilik restoran Padang juga. Pada awalnya 66,7 persen responden menyatakan bahwa restoran Padang dirintis sebagai usaha sendiri, dengan alasan awal pendirian usaha adalah karena tidak ingin terikat bekerja dengan orang lain (ingin memiliki usaha sendiri). Jumlah modal awal kebanyakan responden adalah dari modal sendiri dengan besarnya modal awal kurang dari Rp 500.000

Sebelum memulai usaha sendiri, 63,3 persen menyatakan pernah bekerja dengan orang lain (19 orang). Dari 19 orang tersebut 14 orang diantaranya (73,3 persen) mengatakan masih bekerja dengan orang lain. Responden yang tidak lagi bekerja untuk orang lain mengatakan alasan berhenti bekerja adalah karena kompensasi yang tidak sebanding (57,1 persen). Dari 30 responden, 43,3 persen menyatakan alasan membuka restoran Padang karena telah memiliki pengalaman atau keterampilan sebelumnya.

Lokasi awal restoran Padang awalnya adalah menyewa tempat (66,7 persen) dengan dasar pertimbangan pemilihan lokasi adalah memilih lokasi yang strategis (60 persen). Kebanyakan restoran Padang tidak melakukan

bentuk promosi (iklan, poster, selebaran maupun melalui teman atau relasi). Apabila melakukan promosi pun bentuk promosi yang sering dilakukan adalah melalui teman dan relasi. Sistem penggajian restoran Padang kebanyakan adalah gaji dan persentase (pembagian keuntungan sebesar 50 persen).

Selama usaha, responden menyatakan belum pernah menemui kendala yang berarti (31,3 persen), walaupun ada hambatan yang paling dirasakan oleh 28,1 persen adalah permodalan. Umumnya responden tidak pernah meminjam modal untuk mengembangkan usaha (60 persen), sedangkan responden yang pernah meminjam modal untuk perkembangan usaha maka sumber pinjaman kebanyakan dari teman (43,8 persen).

Berdasarkan hasil analisis regresi linier logistik di Tabel 23, diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan restoran Padang pada tingkat kepercayaan 95 persen ( $\alpha = 0,05$ ) adalah pengalaman dan lokasi usaha. Sedangkan untuk tingkat kepercayaan 90 persen ( $\alpha = 0,1$ ) selain faktor pengalaman dan lokasi usaha juga faktor-faktor lain seperti promosi, status kepemilikan dan pernah atau tidaknya meminjam modal.

Berdasarkan penelitian pada 30 sampel yang ada di Kotamadya Bogor, ada kecenderungan bahwa pengalaman tidak selalu mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Dalam penelitian ini keberhasilan tersebut diukur melalui omset penjualan rata-rata perhari.

Dari hasil perhitungan, ternyata lokasi usaha yang paling mempengaruhi omset yang diterima pemilik restoran Padang. Begitu juga dengan promosi, karena *image* konsumen tentang restoran Padang sudah jelas. Restoran yang menyediakan masakan yang rasanya pedas maka bentuk-bentuk promosi



seperti iklan, selebaran maupun poster dirasakan tidak efektif dan hanya akan menambah biaya sedangkan manfaat yang didapatkan tidak begitu besar.

Permodalan untuk tingkat kepercayaan 90 persen bukan merupakan faktor yang mempengaruhi omset Restoran Padang. Hal ini terlihat berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode regresi logistik dan data dari hasil kuesioner serta wawancara langsung bahwa pada status kepemilikan sendiri maka nilai odd rasionya nilai odd rasionya lebih rendah dibandingkan dengan bila usaha menjadi milik bersama.

## 7.2. Saran

Adapun saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk meningkatkan omset maka pemilik restoran Padang perlu untuk menambah permodalan. Modal tersebut dapat digunakan misalnya untuk menyewa tempat usaha di lokasi yang dikategorikan strategis, karena berdasarkan analisis untuk restoran Padang yang ada di Kotamadya Bogor pemilihan lokasi sangat mempengaruhi omset yang diterima.
2. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik restoran padang, umumnya mereka mengatakan bahwa bentuk promosi yang sesuai dengan usaha tersebut adalah bentuk promosi yang akan menonjolkan ciri khas daerah Minangkabau. Untuk itu sebaiknya pemilik menerapkan bentuk promosi yang lebih menonjolkan ciri khas Minangkabau, misalnya dari hiasan-hiasan, musik, maupun tata warna yang diserasikan dengan kekhasan daerah Minangkabau. Selain itu juga perlu diperhatikan dalam hal pelayanan yang baik kepada konsumen karena umumnya konsumen telah mengetahui jenis masakan daerah Minang oleh karena itu dari sisi pelayanan atau service yang perlu diutamakan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Joop. 1994. "Membudayakan Makanan Tradisional Indonesia. Majalah Info Pangan (vol V). Jakarta.
- Bartol, Kathryn M. and David J. Martin. 1991. Management. Mc. Graw Hill Inc. United States of America.
- Church, Olive D. 1984. Small Business, Science Research Associates. United States of America.
- CIC. 1993. Prospek Perkembangan Restoran Siap Saji Indonesia. CIC. Jakarta.
- Fardiaz, S. 1994. Keamanan Makanan Tradisional Siap Santap di Perkotaan. Majalah Info Pangan dan Gizi (vol V).
- Gondokusumo, D. "Peluang Bisnis Makanan Masih Terbuka Lebar". Bisnis Indonesia 22 April 1994.
- Hadisantoso, 1993. Makanan Tradisional yang Memiliki Kandungan Gizi dan Keamanan yang Baik. Makalah Disajikan dalam Rangka Penganekaragaman Pangan. Jakarta, 12 Oktober.
- Hifni, Rama. 1995. Analisis Bauran Pemasaran dalam Strategi Bersaing Produk Minuman Sari Buah PT Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Hosmer, David W and Stanley Lameshow. 1989. Applied Logistic Regression. A Wiley-Interscience Publication. Canada.
- Kotler, Phillip. 1995. Manajemen Pemasaran. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Maulida, Ade. 1997. Perilaku Konsumen Makanan Tradisional Minang (Studi Kasus di RM Minang Trio Permai dan Sederhana di Kodya Bogor). Jurusan Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- McClelland. 1987. Memacu Masyarakat Berprestasi. Intermedia Jakarta. Jakarta
- Myers, Raymond H. 1990. Classical and Modern Regression with Application. PWS-Kent Publishing Co. Boston. Unites States.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



- Sary, Irrantih. 1996. Kewirausahaan, Kaitannya dengan Pengembangan Usaha Kecil di Indonesia. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian . Institut Pertanian Bogor
- Sugianto, N. 1995. Analisis Pengaruh Pendidikan Formal Terhadap Produksi Pertanian. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian . Institut Pertanian Bogor.
- Suhardjo, 1993. Masalah Pengembangan Makanan Tradisional dalam Rangka Penganeekaragaman Penyediaan Pangan Indonesia. Makalah disajikan dalam Rangka Penganeekaragaman Pangan. Jakarta, 12 Oktober.
- Susetya, M. Ikhsan. 1996. Penyerapan Tenaga Kerja dan Pendapatan Sektor Informal di Daerah Objek Wisata Kebun Raya Cibodas dan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Walpole, Ronald E. 1982. Pengantar Statistika. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widjaja, Jenny. 1995. Analisis Posisi Persaingan Dan Strategi Pemasaran Makanan Siap Saji PT Fast Food Indonesia. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian . Institut Pertanian Bogor.
- Winarno, FG. 1993. Makanan Tradisional : Keamanan, Gizi dan Khasiat. Makalah disajikan dalam Rangka Penganeekaragaman Pangan. Jakarta, 12 Oktober.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



# LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Lampiran 1. Klasifikasi Makanan Tradisional Minang Berdasarkan Bahan Baku yang Digunakan

Bahan Baku Utama	Jenis Makanan
1. Daging, Ikan, Telur	rendang, kalio, sate, dendeng balado, gulai ayam, ayam goreng, ayam panggang, sate ayam, gulai santan (ikan), ikan masam padeh, goreng balado, gulai masin kapalo ikan, ikan panggang/pangek pade balado, goreng udang, gulai mansi, dadar telur, telur balado
2. Sayuran dan Buah	rebus daun singkong, gulai daun singkong, tumis buncis, gulai buncis, tumis bayam, tumis kangkung, gulai kacang panjang, gulai terung, goreng terung, tumis toge, goreng petai, gulai jengkol, rujak, sayur nangka
3. Padi-padian dan Kacang-kacangan	ketupat, lapek, lopi, apam, kue talam, onde-onde, kue salapan, batiah, kipang
4. Ubi-ubian	rebus ubi, goreng ubi, rebus singkong, goreng singkong, kolak, kripik sanjai

Sumber : Willis, 1995

Lampiran 2. Klasifikasi Makanan Tradisional Minang Berdasarkan Proses Pengolahan

Proses Pengolahan	Jenis Makanan
1. Digoreng	ayam goreng, ikan goreng, kerupuk, macam-macam kripik, batiah, dendeng daging
2. Dikukus	onde-onde, kue talam, kue apam
3. Direbus	daun singkong rebus, ketupat, telur rebus
4. Ditunggu	tumis kangkung, tumis bayam, tumis toge,
5. Dibakar/panggang	ayam panggang, ikan bakar
6. Diberi santan	gulai masin kepala ikan, rendang, gulai kalio daging, gulai ikan, gulai telur, gulai nangka

Sumber : Willis, 1995

Lampiran 3. Perbandingan Permintaan dan Penawaran Restoran Siap Saji pada Bulan Juni 1993

Kota	Jumlah Pengunjung	Pengunjung Potensial	Rasio (%)	Kapasitas Restoran
Jakarta dan sekitarnya	3.065.325	3.835.680	0,80	2.397.300
Medan	100.500	136.320	0,74	102.240
Surabaya	410.700	469.800	0,87	352.350
Bandung	366.294	528.960	0,69	396.720
Semarang	30.600	103.680	0,30	77.760
Lain-lain	693.420	1.162.680	0,60	872.010
<b>TOTAL</b>	<b>4.663.839</b>	<b>6.237.120</b>	<b>0,75</b>	<b>4.198.380</b>

Sumber : CIC Consulting Group, 1993

Lampiran 4. Perkembangan Jumlah Perusahaan dan Outlet Makanan Siap Saji dengan Sistem Waralaba Tahun 1987-1993

Tahun	Jumlah Perusahaan	Pertumbuhan Jumlah Perusahaan (%)	Jumlah Outlet	Pertumbuhan (%)
1987	7	-	38	-
1988	13	85,7	53	39,5
1989	23	76,9	96	81,1
1990	33	43,5	167	74,0
1991	53	60,6	312	86,8
1992	67	26,4	407	30,5
1993	71	5,9	476	16,9
	Rata-rata Pertumbuhan	49,8		54,8

Sumber : CIC Consulting Group, 1993