

**LAPORAN KUNJUNGAN INDUSTRI
RUMAH MAKAN UDA BANDAR LAMPUNG**

Dosen Pengampu :

Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.

Meyta Pritandhari S.Pd., M.Pd.



Anggota Kelompok:

Wayan Sintia Dewi	2213031083
Novitria Amalia	2213031078
Dinda Purnama	2213031050
Mohammad Ghinau T.	2213031098

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2025

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	1
BAB 1	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
a. Rumusan Masalah	4
b. Tujuan Observasi	4
c. Manfaat Observasi.....	5
BAB II	6
METODOLOGI OBSERVASI	6
A. Jenis Observasi	6
B. Sumber Data	6
C. Teknik Analisis	7
BAB III	9
HASIL DAN PEMBAHASAN	9
A. Profil Umum Rumah Makan Uda.....	9
B. Struktur Pasar Industri Rumah Makan Uda.....	9
C. Strategi Pemasaran Rumah Makan Uda	10
D. Kinerja Usaha dan Daya Saing	11
E. Faktor yang Mempengaruhi Usaha	13
F. Pembahasan.....	14
BAB IV	19
KESIMPULAN DAN SARAN	19
A. Kesimpulan	19
B. Saran	19
LAMPIRAN	20

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat. Keberagaman selera, gaya hidup praktis, serta pertumbuhan jumlah penduduk menjadikan usaha kuliner sebagai bidang yang terus mengalami perluasan dan inovasi. Setiap tahun muncul berbagai jenis usaha makanan dengan konsep dan karakteristik yang beragam, sehingga pasar kuliner menjadi semakin dinamis dan kompetitif.

Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengandalkan cita rasa makanan. Persaingan yang ketat mendorong setiap rumah makan untuk mampu menciptakan nilai tambah melalui kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, serta pengalaman makan yang lebih baik. Industri kuliner modern menuntut adanya layanan yang cepat, ramah, dan konsisten, sehingga pelanggan merasa puas dan bersedia kembali.

Seiring perkembangan ini, standar pelayanan di sektor kuliner juga mengalami peningkatan. Pelanggan kini mempertimbangkan berbagai aspek ketika memilih tempat makan, seperti kebersihan area makan, ketersediaan fasilitas, tata ruang yang nyaman, dan sikap karyawan saat melayani. Aspek-aspek tersebut memiliki pengaruh besar terhadap persepsi pelanggan dan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kuliner sangat bergantung pada kombinasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Selain faktor kenyamanan pelanggan, manajemen operasional menjadi bagian penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kuliner. Pengelolaan bahan baku, proses penyimpanan, alur kerja dapur, serta koordinasi antar-karyawan harus berjalan dengan efisien agar makanan dapat disajikan tepat waktu dan dalam kondisi terbaik. Operasional yang tidak terstruktur dapat menimbulkan masalah seperti keterlambatan penyajian, ketidakkonsistenan rasa, hingga pemborosan bahan baku yang berpengaruh pada biaya produksi.

Namun pada kenyataannya, banyak usaha kuliner menghadapi tantangan dalam menjaga standar operasional tersebut. Ketidakteraturan dalam alur kerja, fasilitas yang belum optimal, serta kurangnya pembagian tugas yang jelas dapat menghambat penyajian makanan. Kondisi ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan melemahkan daya saing usaha, terutama di tengah meningkatnya pilihan rumah makan yang tersedia di berbagai daerah. Tantangan lain yang sering muncul adalah terkait kebersihan dan kenyamanan tempat. Area makan dan dapur yang kurang bersih dapat menurunkan kualitas pengalaman pelanggan sekaligus menimbulkan kesan negatif terhadap rumah makan. Mengingat pelanggan saat ini sangat sensitif terhadap aspek kebersihan, terutama setelah pandemi, hal tersebut menjadi komponen penting yang harus selalu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha.

Dalam industri kuliner tradisional, tantangan menjadi sedikit berbeda. Usaha kuliner yang mengusung cita rasa tradisional harus mampu mempertahankan keaslian rasa, namun tetap mengikuti standar pelayanan modern. Hal ini membutuhkan keseimbangan antara mempertahankan identitas budaya kuliner dan memenuhi kebutuhan pelanggan masa kini yang mengharapkan pelayanan yang cepat, bersih, dan profesional.

Rumah Makan Uda merupakan salah satu usaha kuliner tradisional yang beroperasi dalam lingkungan persaingan tersebut. Rumah makan ini dikenal menyajikan hidangan khas dengan cita rasa yang autentik. Meskipun memiliki potensi kuat dari sisi produk, keberhasilan usaha tetap bergantung pada kualitas operasional dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, evaluasi terhadap aspek-aspek pendukung usaha menjadi sangat penting.

Berdasarkan pengamatan awal, terdapat beberapa area operasional di Rumah Makan Uda yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Kebersihan ruang makan dan dapur, efektivitas kerja karyawan, kondisi fasilitas, serta tata kelola persediaan bahan baku menjadi aspek yang berpengaruh langsung terhadap kualitas layanan. Selain itu, kenyamanan pelanggan saat menikmati makanan juga perlu dianalisis secara mendalam untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka.

Dengan memperhatikan berbagai dinamika tersebut, observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi operasional Rumah Makan Uda. Observasi ini memungkinkan identifikasi masalah secara langsung, sehingga

langkah perbaikan dapat dirumuskan secara tepat sasaran. Hasil observasi diharapkan mampu memberikan dasar bagi peningkatan kualitas layanan, penguatan manajemen operasional, serta peningkatan daya saing Rumah Makan Uda dalam menghadapi kompetisi industri kuliner yang terus berkembang.

a. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi operasional Rumah Makan Uda dalam memenuhi standar persaingan industri kuliner yang terus berkembang dalam perspektif Ekonomi Industri?
2. Bagaimana efektivitas manajemen karyawan dan alur kerja Rumah Makan Uda memengaruhi efisiensi produksi dan biaya operasional?
3. Bagaimana pengelolaan bahan baku dan persediaan dilakukan untuk menjaga kualitas produk sekaligus mempertahankan efisiensi biaya dalam pasar yang kompetitif?
4. Apa saja hambatan internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing Rumah Makan Uda dalam struktur industri kuliner lokal?
5. Bagaimana posisi Rumah Makan Uda dalam persaingan dengan rumah makan sejenis di daerah tersebut, dan faktor apa yang memengaruhi kekuatan serta kelemahan daya saingnya?

b. Tujuan Observasi

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka ditemukan tujuan observasi sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami kondisi operasional Rumah Makan Uda dalam memenuhi standar persaingan industri kuliner berdasarkan perspektif Ekonomi Industri.
2. Mengidentifikasi efektivitas manajemen karyawan dan alur kerja Rumah Makan Uda dalam kaitannya dengan efisiensi produksi dan biaya operasional.
3. Menganalisis pengelolaan bahan baku dan persediaan untuk menjaga kualitas makanan serta efisiensi biaya usaha.
4. Menggambarkan hambatan internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing Rumah Makan Uda dalam struktur industri kuliner lokal.

5. Mengevaluasi posisi persaingan Rumah Makan Uda dibandingkan dengan rumah makan sejenis serta faktor yang membentuk kekuatan dan kelemahan daya saingnya.

c. Manfaat Observasi

1. Memberikan gambaran nyata mengenai kondisi operasional Rumah Makan Uda sehingga aspek yang perlu diperbaiki dapat diidentifikasi dengan jelas.
2. Mendukung pengambilan keputusan dengan menyediakan informasi akurat tentang efektivitas manajemen, alur kerja, dan penggunaan sumber daya.
3. Meningkatkan efisiensi organisasi melalui identifikasi hambatan, pemborosan, atau ketidakefisienan dalam proses pelayanan.
4. Memperkuat daya saing usaha dengan memahami posisi Rumah Makan Uda dalam industri kuliner dan menentukan langkah strategis yang sesuai.
5. Mendorong peningkatan kualitas layanan melalui pemahaman kebutuhan pelanggan dan analisis terhadap pengalaman.

BAB II

METODOLOGI OBSERVASI

A. Jenis Observasi

Observasi non-partisipatif digunakan sebagai pendekatan utama dalam kegiatan ini. Pada jenis observasi ini, peneliti tidak ikut terlibat dalam aktivitas operasional Rumah Makan Uda sehingga seluruh proses yang terjadi dapat diamati secara objektif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana alur pelayanan berlangsung, bagaimana karyawan menjalankan tugasnya, serta bagaimana pelanggan merespons pelayanan yang diterima tanpa adanya gangguan atau perubahan perilaku akibat kehadiran peneliti.

Selain bersifat non-partisipatif, kegiatan ini juga menerapkan observasi terbuka. Pihak rumah makan mengetahui adanya proses pengamatan sehingga interaksi antara peneliti dan pihak rumah makan dapat terjadi secara wajar ketika dibutuhkan. Observasi terbuka ini membantu peneliti mendapatkan informasi yang tidak dapat terlihat hanya melalui penglihatan, misalnya alasan penempatan peralatan tertentu, pembagian tugas antar-karyawan, atau cara pemilik mengatur operasional harian. Keterbukaan ini membuat proses observasi lebih efektif dan informatif.

Kombinasi observasi non-partisipatif dan terbuka memberikan hasil yang lebih komprehensif. Peneliti dapat mengamati alur kerja secara alami sekaligus memperoleh penjelasan langsung ketika diperlukan. Dengan demikian, hasil observasi tidak hanya berisi gambaran umum, tetapi juga informasi mendalam mengenai cara kerja rumah makan, pola interaksi, serta faktor yang berpengaruh terhadap kualitas layanan. Metode ini menjadi dasar kuat bagi analisis lebih lanjut mengenai operasional Rumah Makan Uda.

B. Sumber Data

Sumber data primer diperoleh langsung melalui pengamatan di lokasi Rumah Makan Uda. Seluruh aktivitas seperti penyajian makanan, proses memasak, kebersihan area dapur, kecepatan pelayanan, penggunaan fasilitas, serta arus keluar-masuk pelanggan menjadi bagian dari data utama yang dicatat oleh peneliti. Data primer memberikan gambaran nyata mengenai kondisi faktual yang terjadi pada saat observasi berlangsung.

Selain melalui pengamatan, data primer juga diperoleh dari komunikasi langsung dengan

pemilik atau karyawan. Percakapan singkat tersebut memberikan informasi tambahan mengenai jam kerja, pembagian peran, jenis menu yang paling diminati, strategi pelayanan, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Informasi verbal ini memperkuat temuan lapangan karena menjelaskan konteks di balik proses yang terlihat. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya bersifat visual, tetapi juga informatif.

Data sekunder melengkapi hasil observasi dengan informasi yang tersedia secara tertulis atau daring. Data tersebut dapat berupa daftar menu dan harga, ulasan pelanggan di media sosial, informasi promosi, hingga identitas usaha yang ditampilkan pada platform kuliner. Data sekunder memberikan gambaran lebih luas tentang persepsi pelanggan, daya tarik menu, serta posisi Rumah Makan Uda di lingkungan kompetitif. Kombinasi data primer dan sekunder menciptakan landasan analisis yang kuat dan menyeluruh.

C. Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam observasi ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menguraikan seluruh temuan lapangan secara sistematis berdasarkan hasil pengamatan langsung terhadap aktivitas operasional Rumah Makan Uda. Analisis dilakukan dengan mengorganisasi data hasil observasi, mencatat pola yang muncul, serta menafsirkan makna yang berkaitan dengan operasional usaha kuliner. Melalui analisis deskriptif kualitatif, seluruh data yang diperoleh tidak hanya ditampilkan apa adanya, tetapi juga diolah agar memberikan gambaran yang utuh mengenai kondisi aktual usaha.

Proses analisis dimulai dengan melakukan reduksi data, yaitu memilih dan memilih informasi yang relevan dengan fokus observasi, seperti alur kerja karyawan, kebersihan ruang makan, efektivitas pelayanan, dan pengelolaan bahan baku. Reduksi data bertujuan untuk menyederhanakan berbagai temuan sehingga lebih mudah dipahami tanpa menghilangkan makna penting. Setelah data tersusun secara terarah, peneliti menyusun kategori-kategori temuan yang berkaitan dengan aspek manajemen operasional, efisiensi produksi, dan daya saing usaha dalam konteks industri kuliner. Kategorisasi ini membantu peneliti melihat hubungan antar-aspek dan memahami faktor-faktor yang paling memengaruhi kualitas layanan.

Tahap akhir dilakukan melalui penyajian data dan penarikan kesimpulan, yaitu menyusun hasil analisis dalam bentuk uraian naratif yang terstruktur. Penyajian data mempermudah pembaca memahami kondisi operasional Rumah Makan Uda secara menyeluruh, mulai dari kekuatan hingga hambatan yang ditemukan selama observasi. Peneliti kemudian menarik kesimpulan berdasarkan pola dan bukti yang muncul selama pengamatan, sehingga dapat menjawab rumusan masalah serta mendukung tujuan observasi yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan teknik analisis ini, hasil observasi tidak hanya memberikan informasi faktual, tetapi juga menjadi dasar bagi perbaikan dan rekomendasi pengembangan Rumah Makan Uda agar tetap berdaya saing dalam industri kuliner yang kompetitif.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Umum Rumah Makan Uda

Rumah Makan Uda merupakan usaha kuliner yang berlokasi di kawasan Kampung Baru, Bandar Lampung. Usaha ini berdiri pada tahun 2014 dan dimiliki oleh Bapak Hendri Saputra, seorang perantau Minang yang telah lama berkecimpung dalam bidang kuliner tradisional. Sejak didirikan, rumah makan ini berfokus pada penyajian masakan khas Minang dan menu rumahan yang sesuai dengan selera masyarakat setempat.

Rumah Makan Uda dikenal dengan cita rasa masakan yang autentik, penggunaan bumbu rempah yang kuat, serta metode memasak yang konsisten. Menu yang disediakan cukup beragam, mulai dari rendang, ayam gulai, ayam bakar, dendeng balado, hingga aneka sayuran dan lauk pendamping. Dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang cepat, rumah makan ini menjadi pilihan bagi masyarakat sekitar, mahasiswa, dan pekerja yang membutuhkan makanan praktis namun tetap lezat.

Berlokasi di area yang strategis dan mudah dijangkau, Rumah Makan Uda menawarkan suasana sederhana namun nyaman bagi pelanggan. Seiring berjalannya waktu, rumah makan ini berkembang menjadi salah satu pilihan kuliner yang cukup dikenal di Kampung Baru dan berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat sekitar. Konsistensi rasa, pelayanan yang efisien, serta lokasi yang mendukung menjadikan Rumah Makan Uda tetap bertahan di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

B. Struktur Pasar Industri Rumah Makan Uda

Struktur pasar yang menaungi Rumah Makan Uda termasuk dalam kategori persaingan monopolistik. Dalam struktur ini, banyak pelaku usaha kuliner yang menawarkan produk sejenis, namun masing-masing memiliki diferensiasi yang membuatnya berbeda dari kompetitor. Rumah Makan Uda berada dalam lingkungan dengan berbagai rumah makan lain di kawasan Kampung Baru yang juga menawarkan menu tradisional, masakan Padang, dan makanan rumahan. Kondisi tersebut menciptakan persaingan yang cukup ketat, namun tetap memberikan ruang

bagi setiap usaha untuk memiliki karakteristik dan keunggulan tersendiri.

Ciri utama dari persaingan monopolistik adalah adanya produk terdiferensiasi, dan hal ini tercermin pada Rumah Makan Uda yang mengandalkan cita rasa khas Minang, bumbu rempah yang kuat, serta menu yang konsisten. Meskipun banyak pesaing yang menyediakan makanan serupa, preferensi pelanggan dapat terbentuk berdasarkan kualitas rasa, pelayanan, kenyamanan tempat, serta harga. Diferensiasi inilah yang memungkinkan Rumah Makan Uda membangun loyalitas pelanggan meskipun berada dalam pasar yang memiliki banyak substitusi.

Selain itu, struktur pasar ini juga ditandai dengan kebebasan keluar dan masuk industri. Rumah makan baru dapat dengan mudah bermunculan di sekitar kawasan Kampung Baru karena tidak adanya hambatan masuk yang signifikan. Situasi ini mengharuskan Rumah Makan Uda untuk terus menjaga kualitas makanan, efisiensi pelayanan, dan kebersihan agar tetap mampu bersaing. Persaingan harga juga relatif elastis, sehingga usaha harus menawarkan nilai lebih agar tetap menjadi pilihan pelanggan. Dengan demikian, Rumah Makan Uda beroperasi dalam struktur pasar yang kompetitif, fleksibel, namun menuntut inovasi dan konsistensi untuk mempertahankan posisinya.

C. Strategi Pemasaran Rumah Makan Uda

Strategi pemasaran Rumah Makan Uda berfokus pada peningkatan daya tarik produk dan layanan agar mampu bersaing di tengah banyaknya usaha kuliner di kawasan Kampung Baru. Strategi utama yang diterapkan adalah menjaga kualitas rasa sebagai identitas utama rumah makan. Konsistensi dalam penggunaan bahan baku segar dan bumbu rempah autentik menjadi kunci untuk mempertahankan cita rasa khas Minang yang menjadi keunggulan kompetitif. Dengan memastikan kualitas yang stabil, Rumah Makan Uda mampu membangun kepercayaan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian berulang.

Selain menjaga kualitas produk, Rumah Makan Uda memanfaatkan strategi harga terjangkau untuk menjangkau berbagai segmen konsumen, terutama pekerja, mahasiswa, dan masyarakat sekitar. Harga yang bersaing menjadi daya tarik tersendiri dalam pasar kuliner yang sensitif terhadap harga. Strategi ini dipadukan dengan porsi yang cukup besar sehingga menciptakan persepsi “*value for money*”

yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Rumah makan ini juga menjaga kecepatan pelayanan sebagai nilai tambah bagi pengunjung yang membutuhkan makanan cepat namun tetap berkualitas.

Dari sisi promosi, Rumah Makan Uda mengandalkan promosi mulut ke mulut sebagai strategi utama karena efektivitasnya dalam menarik pelanggan baru. Pelanggan yang merasa puas dengan rasa makanan, pelayanan, dan kebersihan cenderung merekomendasikan rumah makan kepada teman atau keluarganya. Selain itu, Rumah Makan Uda mulai memanfaatkan platform digital sederhana seperti *Google Maps* dan media sosial untuk menampilkan menu, estimasi harga, jam operasional, dan lokasi. Kehadiran di platform online membantu meningkatkan visibilitas usaha, terutama bagi pelanggan baru yang tidak mengenal wilayah sekitar. Strategi pemasaran juga dilakukan melalui peningkatan kenyamanan fasilitas, seperti menjaga kebersihan ruang makan, menyediakan tempat cuci tangan, dan menata ruang agar rapi dan nyaman untuk makan di tempat. Upaya-upaya ini tidak hanya mendukung citra profesional, tetapi juga meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan kombinasi kualitas produk, harga bersaing, pelayanan cepat, dan pemanfaatan media digital, Rumah Makan Uda mampu mempertahankan posisinya dalam persaingan industri kuliner lokal.

D. Kinerja Usaha dan Daya Saing

Kinerja usaha Rumah Makan Uda dapat dilihat dari kemampuan rumah makan ini dalam mempertahankan stabilitas jumlah pelanggan setiap hari. Arus pengunjung yang cukup konsisten, terutama saat jam makan siang, menunjukkan bahwa usaha ini mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Konsistensi ini menjadi indikator bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan dan kualitas makanan yang diberikan, sehingga mereka kembali melakukan pembelian berulang.

Dari aspek operasional, Rumah Makan Uda mengelola kegiatan memasak dan penyajian makanan dengan cukup teratur. Bahan baku disiapkan sejak pagi hari, sementara proses memasak dilakukan secara bertahap agar makanan tetap segar saat disajikan. Karyawan bekerja sesuai pembagian tugas masing-masing, mulai dari bagian dapur, bagian penyajian, hingga bagian kasir. Alur kerja yang jelas membantu proses pelayanan menjadi cepat dan mengurangi waktu tunggu

pelanggan.

Kinerja usaha juga terlihat dari kemampuan rumah makan ini dalam menjaga kualitas rasa. Rumah Makan Uda dikenal memiliki cita rasa khas Minang yang kuat, terutama pada menu-menu populer seperti rendang, gulai ayam, dan dendeng balado. Konsistensi rasa menjadi salah satu faktor utama yang membuat pelanggan tetap memilih rumah makan ini meskipun banyak pesaing di sekitarnya. Upaya menjaga kualitas rasa dilakukan melalui pemilihan bahan baku yang baik dan cara memasak yang sudah terbukti.

Harga yang terjangkau turut mendukung keberhasilan Rumah Makan Uda. Dengan target pelanggan yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa, pekerja, dan masyarakat di sekitar Kampung Baru, rumah makan ini menawarkan menu dengan harga yang mudah dijangkau namun tetap mempertahankan kualitas porsi yang memadai. Strategi harga tersebut membuat rumah makan ini mampu bersaing dengan tempat makan lain yang memiliki segmentasi pasar serupa.

Daya saing Rumah Makan Uda juga ditunjang oleh lokasi usaha yang strategis. Terletak di kawasan yang ramai aktivitas masyarakat, rumah makan ini mudah diakses oleh pelanggan yang mencari makanan cepat namun tetap lezat. Keberadaan rumah makan di dekat pusat aktivitas warga membantu menarik pelanggan baru yang melewati area tersebut. Lokasi strategis ini memberikan keuntungan kompetitif dibandingkan usaha lain yang berada di tempat yang kurang terlihat.

Selain itu, pelayanan yang cepat dan suasana rumah makan yang sederhana namun rapi memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Kebersihan area makan dijaga dengan baik, sehingga pelanggan merasa nyaman untuk makan di tempat. Karyawan yang ramah dan tanggap juga ikut mendukung pengalaman positif bagi pengunjung. Hal-hal tersebut secara tidak langsung meningkatkan daya saing usaha dibandingkan pesaing yang mungkin kurang memperhatikan aspek pelayanan.

Meskipun demikian, Rumah Makan Uda tetap menghadapi tantangan dari adanya rumah makan baru dan tempat makan modern yang terus bermunculan. Untuk mempertahankan daya saing, usaha ini perlu terus meningkatkan kebersihan, kenyamanan ruang makan, dan memperbarui beberapa menu agar tetap relevan

dengan selera pelanggan. Dengan menjaga kualitas dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan, Rumah Makan Uda memiliki peluang besar untuk mempertahankan posisinya dalam persaingan usaha kuliner di kawasan Kampung Baru.

E. Faktor yang Mempengaruhi Usaha

Usaha Rumah Makan Uda dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal yang menentukan keberlangsungan dan perkembangan usahanya. Faktor pertama yang sangat mempengaruhi adalah kualitas bahan baku dan rasa makanan. Rumah makan yang menggunakan bahan baku segar dan menjaga konsistensi rasa akan lebih mudah mempertahankan pelanggan. Kualitas rasa menjadi penentu utama dalam industri kuliner, sehingga Rumah Makan Uda harus memastikan bahwa setiap menu yang disajikan memenuhi standar yang telah ditetapkan.

Faktor kedua adalah harga dan daya beli masyarakat. Rumah Makan Uda berada di lingkungan yang banyak dihuni oleh mahasiswa, pekerja, dan masyarakat menengah yang sensitif terhadap harga. Oleh karena itu, penentuan harga yang terjangkau sangat mempengaruhi jumlah pengunjung. Harga yang kompetitif namun tetap memberikan porsi yang memadai dapat meningkatkan daya tarik usaha dan membuat pelanggan memilih rumah makan ini dibandingkan pesaing di sekitarnya. Faktor ketiga yang berpengaruh adalah pelayanan dan kecepatan penyajian. Pelanggan cenderung memilih tempat makan yang memberikan pelayanan cepat dan ramah, terutama pada jam sibuk seperti jam makan siang. Rumah Makan Uda yang memiliki alur kerja jelas dan karyawan yang responsif dapat memberikan pengalaman makan yang lebih baik, sehingga memperbesar peluang terbentuknya pelanggan tetap.

Faktor penting lainnya adalah lokasi usaha. Letak Rumah Makan Uda di kawasan Kampung Baru yang ramai aktivitas masyarakat membuat usaha ini lebih mudah diakses oleh pelanggan. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan, terutama pelanggan baru yang datang karena melihat rumah makan yang berada di pinggir jalan dan mudah dikenali. Keberadaan usaha di titik yang strategis memberi keunggulan dibandingkan usaha kuliner yang berada di lokasi tersembunyi.

Selain itu, kebersihan dan kenyamanan tempat makan juga menjadi faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha. Pelanggan semakin memperhatikan kebersihan ruang makan, tempat duduk, fasilitas cuci tangan, hingga area dapur. Rumah makan yang bersih dan tertata rapi akan menciptakan kesan positif dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Sebaliknya, kebersihan yang buruk dapat menurunkan minat pengunjung meskipun rasa makanan enak.

Faktor eksternal yang turut memengaruhi usaha adalah persaingan dengan rumah makan lain di sekitar Kampung Baru. Banyaknya usaha kuliner yang menawarkan menu sejenis membuat Rumah Makan Uda harus terus berinovasi dan menjaga kualitas untuk tetap unggul. Persaingan tidak hanya datang dari rumah makan tradisional, tetapi juga dari usaha kuliner modern yang menarik minat generasi muda. Perubahan tren makanan dan preferensi pelanggan juga menjadi tantangan tersendiri.

Faktor terakhir adalah promosi dan keberadaan di platform digital. Meskipun Rumah Makan Uda lebih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, pencantuman usaha di Google Maps, ulasan pelanggan, serta aktivitas sederhana di media sosial dapat sangat mempengaruhi tingkat kunjungan. Pelanggan masa kini sering mencari tempat makan melalui internet sebelum memutuskan berkunjung. Semakin baik visibilitas online yang dimiliki, semakin besar peluang usaha untuk dikenal lebih luas.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Rumah Makan Uda merupakan usaha kuliner yang mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri makanan yang cukup ketat di kawasan Kampung Baru, Bandar Lampung. Keberhasilan usaha ini tidak terlepas dari berbagai aspek yang saling berpengaruh, mulai dari karakteristik usaha, struktur pasar, strategi pemasaran, hingga faktor internal dan eksternal yang mendukung kinerja operasionalnya. Pembahasan berikut menguraikan bagaimana berbagai komponen tersebut saling berinteraksi dan membentuk performa usaha secara keseluruhan.

1. Identitas Usaha dan Karakteristik Operasional

Rumah Makan Uda memiliki karakteristik sebagai usaha kuliner khas Minang

yang menawarkan berbagai jenis makanan rumahan dengan cita rasa autentik. Berdiri sejak tahun 2014, usaha ini telah memiliki pengalaman panjang dalam melayani preferensi konsumen lokal yang mendambakan makanan cepat saji namun tetap kaya rasa. Identitas budaya Minang yang melekat pada rumah makan ini menjadi pembeda utama dari sebagian kompetitor yang berada di kawasan yang sama.

Ciri khas rumah makan ini dapat dilihat melalui konsistensi penggunaan rempah-rempah tradisional Minang, teknik memasak yang dipertahankan secara turun-temurun, serta penampilan menu yang mencerminkan kuliner Padang pada umumnya. Hal tersebut membuat Rumah Makan Uda memiliki nilai autentisitas yang kuat, sehingga mendorong loyalitas pelanggan yang mengutamakan rasa sebagai faktor utama dalam memilih tempat makan. Selain itu, operasional usaha berjalan cukup efektif dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian dapur, penyajian, dan kasir. Kegiatan memasak dilakukan sejak pagi hari dengan sistem batch agar makanan yang disajikan selalu dalam keadaan segar. Pola kerja yang terstruktur ini berkontribusi terhadap kecepatan pelayanan, yang menjadi salah satu keunggulan rumah makan terutama pada jam sibuk.

2. Struktur Pasar dan Persaingan Industri

Berdasarkan temuan lapangan, Rumah Makan Uda berada dalam struktur pasar persaingan monopolistik. Di kawasan Kampung Baru terdapat banyak rumah makan lain dengan karakteristik menu yang relatif serupa. Setiap pelaku usaha kuliner berupaya menciptakan diferensiasi melalui menu, rasa, harga, tampilan tempat makan, atau pelayanan. Kondisi ini membuat persaingan antarusaha cukup ketat, tetapi memberikan ruang bagi masing-masing usaha untuk memiliki kelebihan yang dapat menarik pelanggan.

Ciri-ciri persaingan monopolistik yang tercermin dari hasil observasi antara lain:

a. Produk terdiferensiasi

Meskipun banyak rumah makan menawarkan menu serupa, Rumah Makan Uda memiliki diferensiasi kuat berupa rasa autentik Minang dan menggunakan bumbu rempah yang kaya. Diferensiasi ini menjadi nilai jual penting yang membedakan rumah makan ini dari pesaing lainnya.

b. Banyaknya penjual dan kemudahan masuk industri

Kawasan Kampung Baru merupakan lokasi yang banyak dimanfaatkan

sebagai tempat usaha kuliner karena dekat dengan pemukiman, kampus, perkantoran, dan area ramai lain. Hal ini memperlihatkan bahwa hambatan masuk pasar relatif rendah, sehingga usaha baru dapat muncul dengan mudah dan menjadi pesaing baru bagi Rumah Makan Uda.

c. Kebebasan konsumen memilih

Konsumen memiliki banyak pilihan substitusi, sehingga keputusan memilih Rumah Makan Uda sangat dipengaruhi oleh kualitas, kenyamanan, dan harga. Hal ini menuntut usaha untuk terus melakukan inovasi dan mempertahankan kualitas agar tidak ditinggalkan pelanggan.

3. Strategi Pemasaran yang Diterapkan

Strategi pemasaran merupakan aspek penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Berdasarkan observasi, Rumah Makan Uda menerapkan beberapa strategi pemasaran, yakni:

a. Produk (*Product Quality*)

Kualitas rasa menjadi pilar utama strategi pemasaran Rumah Makan Uda. Konsistensi rasa yang autentik menjadi alasan utama konsumen kembali berkunjung. Menu yang ditawarkan cukup beragam, mulai dari rendang, ayam gulai, ayam bakar, dendeng balado, hingga sayur-sayuran. Variasi menu ini memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk memilih sesuai selera dan kebutuhan nutrisi. Kualitas produk juga dijaga melalui pemilihan bahan baku segar dan kontrol rasa yang ketat. Dengan mempertahankan kualitas produk, rumah makan ini mampu membangun reputasi positif sebagai penyedia makanan Minang yang lezat dan stabil.

b. Harga (*Price Strategy*)

Rumah Makan Uda menggunakan strategi harga terjangkau dan bersaing, yang sangat cocok dengan segmen pasar utama yaitu mahasiswa, pekerja, dan masyarakat menengah. Harga yang relatif rendah dengan porsi yang cukup besar menciptakan persepsi “value for money” yang penting dalam pasar kuliner lokal. Harga yang kompetitif ini juga menjadi faktor penentu perbedaan dengan pesaing, sehingga dapat menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

c. Tempat (*Place*)

Lokasi rumah makan yang strategis di kawasan kampung baru memberikan keuntungan besar bagi usaha ini. Letaknya yang berada di jalur ramai

memudahkan konsumen untuk menemukan dan mengakses rumah makan dengan cepat. Lokasi strategis menjadi faktor penting bagi usaha kuliner karena dapat meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dominan digunakan oleh Rumah Makan Uda adalah promosi mulut ke mulut. Strategi ini efektif karena kualitas rasa dan pelayanan yang baik mendorong pelanggan merekomendasikan kepada orang terdekat mereka. Selain itu, usaha ini mulai memanfaatkan platform digital seperti Google Maps dan media sosial untuk menampilkan menu, ulasan pelanggan, serta jam operasional. Kehadiran di platform digital sangat penting pada era saat ini karena sebagian besar konsumen modern mencari referensi tempat makan melalui internet.

4. Kinerja Usaha dan Daya Saing

Kinerja Rumah Makan Uda tercermin dari tingginya kunjungan pelanggan setiap hari, terutama pada jam makan siang, yang menandakan keberhasilan usaha dalam membangun kepercayaan melalui kualitas rasa, harga terjangkau, serta pelayanan cepat. Operasional yang tertata mulai dari persiapan bahan baku, proses memasak bertahap, hingga pembagian tugas yang jelas membuat alur pelayanan lebih efisien. Konsistensi cita rasa Minang pada setiap menu serta porsi yang cukup besar menjadi alasan utama pelanggan terus kembali dan menjadikan rumah makan ini unggul dibanding pesaing sekitar.

Daya saing usaha semakin kuat karena lokasinya strategis, mudah dijangkau, dan didukung suasana tempat yang bersih serta nyaman. Namun, Rumah Makan Uda tetap menghadapi tekanan dari banyaknya kompetitor baru dan tren kuliner modern yang menarik minat konsumen muda. Oleh sebab itu, meskipun kinerjanya stabil, usaha ini perlu terus berinovasi—baik dengan menjaga kebersihan, meningkatkan kenyamanan, maupun memperbarui variasi menu—agar tetap relevan dan kompetitif di pasar kuliner lokal.

5. Faktor yang Mempengaruhi Usaha

Faktor internal seperti kualitas makanan, konsistensi rasa, harga yang terjangkau, pelayanan cepat, serta kebersihan tempat makan menjadi penentu utama keberhasilan Rumah Makan Uda. Penggunaan bahan segar dan bumbu autentik membantu menjaga cita rasa, sementara strategi harga yang sesuai daya beli mahasiswa dan pekerja meningkatkan daya tarik. Pelayanan yang efisien dan

lingkungan yang bersih turut memperkuat loyalitas pelanggan dan menciptakan pengalaman makan yang positif.

Sementara itu, faktor eksternal seperti persaingan rumah makan, perubahan tren kuliner, teknologi digital, dan kondisi ekonomi masyarakat juga berdampak pada keberlanjutan usaha. Banyaknya pilihan tempat makan menuntut Rumah Makan Uda untuk mempertahankan kualitasnya agar tidak kalah bersaing. Perkembangan media sosial dan ulasan online turut memengaruhi keputusan konsumen, sementara kondisi ekonomi menentukan frekuensi masyarakat makan di luar. Oleh karena itu, adaptasi terhadap tren dan pemanfaatan platform digital menjadi langkah penting untuk mempertahankan posisi usaha.

Secara keseluruhan, observasi menunjukkan bahwa Rumah Makan Uda berada pada posisi yang cukup kuat sebagai usaha kuliner lokal, terutama berkat diferensiasi rasa, harga bersaing, dan lokasi yang strategis. Namun, untuk menghadapi dinamika persaingan yang terus berkembang, usaha ini memerlukan peningkatan pada aspek pemasaran digital, inovasi menu, serta peningkatan fasilitas tempat makan. Dengan menjaga kualitas secara berkelanjutan dan menyesuaikan diri terhadap kebutuhan konsumen modern, Rumah Makan Uda memiliki peluang besar untuk mempertahankan bahkan meningkatkan daya saingnya di masa depan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Rumah Makan Uda merupakan usaha kuliner lokal yang mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri kuliner yang kompetitif melalui kualitas rasa, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang cukup efisien. Operasional usaha berjalan cukup baik dengan pembagian tugas yang jelas, penggunaan bahan baku segar, serta proses memasak yang terstruktur sehingga mendukung konsistensi rasa dan kecepatan penyajian. Rumah Makan Uda beroperasi dalam struktur pasar persaingan monopolistik, di mana diferensiasi rasa autentik Minang menjadi nilai tambah yang membedakannya dari pesaing sejenis.

Meskipun demikian, usaha ini tetap menghadapi sejumlah tantangan seperti meningkatnya jumlah pesaing baru, perubahan tren kuliner, serta tuntutan konsumen terhadap kebersihan dan kenyamanan. Secara keseluruhan, Rumah Makan Uda memiliki posisi daya saing yang cukup kuat, namun tetap memerlukan peningkatan pada aspek kebersihan, fasilitas, dan pemanfaatan media digital agar dapat terus bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar kuliner yang terus berubah.

B. Saran

Dalam penyusunan laporan observasi ini tentunya masih banyak kekurangan baik dalam segi struktur makalah ataupun kelengkapan isi laporan yang di bahas. Namun, hal tersebut harus di perbaiki kedepannya agar lebih baik lagi, sehingga laporan observasi dapat tersampaikan secara lengkap dan jelas.

Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca yang dapat memperbaiki kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam laporan observasi ini.

LAMPIRAN

