

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum usaha

Penelitian ini mengambil obyek penelitian yaitu soto ayam Pak NO yang merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Usaha ini didirikan sejak tahun 1970. Lokasi penelitian ini terletak di Jalan Parang Baris Raya No. 7 Telogosari dengan luas wilayah 280M² Usaha soto Pak NO didirikan oleh Sumono yang saat ini dikenal dengan (Pak NO) pada tahun 1970. Awal mula nya soto ini bertempat di daerah Pasar Johar karna dekat dengan Matahari mall, dahulu nya sebelum Matahari mall pindah ke tengah kota Simpang 5, dikarenakan pembeli di Pasar Johar menurun lalu pindah ke daerah Thamrin yang sekarang dekat Paragon. Usaha soto Pak NO sudah berjalan selama 46 tahun.

Soto Pak NO sudah di wariskan kepada anak dan cucu-cucunya ke 4 generasi dan di kota-kota besar seperti Semarang memiliki 2 cabang yaitu di Tlogosari yang letak nya di (Jalan Parang Baris Raya no.7) dan di Meteseh (Jalan Sigar Bencah), di Semarang ini di pegang oleh anak ke 2 dari Pak Sumono dan cucunya, di Ungaran (Jalan Ahmad Yani) di pegang oleh cucu nya, di Purbalingga (Jalan Jendral Sudirman) di pegang oleh cucu nya juga, di Purwokerto tepatnya di (Jalan Masjid) dan Solo di (Ruko Fajar Indah) dipegang oleh cucu nya juga.

Di tangan bapak Herri sebagai karyawan soto ayam Pak NO memiliki banyak pembeli nya karna cita rasa dari soto ini memiliki keunikan tersendiri

dibanding dengan soto yang terdapat di daerah lainnya. Pemilik soto saat ini merupakan generasi ke-2 setelah Pak Sumono, dimana yang meneruskan usaha ini adalah anaknya sendiri dari Pak Sumono. Karakteristik orientasi kewirausahaan telah dimiliki oleh Ibu Lala (generasi sekarang), hal ini ditunjukkan dari antusiasnya untuk membuka cabang baru lagi di luar kota Semarang setelah memiliki 4 cabang usaha soto. Dalam hal mewariskan usahanya kembali Ibu Lala sudah mempersiapkan usahanya untuk anaknya jika nanti anaknya nanti sudah tumbuh besar dan dewasa, sekarang ini Ibu Lala memiliki 2 orang anak yang pertama umur 2,5 tahun dan yang kedua baru dalam kandungan 6 bulan usahanya akan diwariskan pada anaknya yang pertama jika anak yang pertama sudah cukup umur dan dewasa nanti.

4.2 Sejarah penerus usaha

Ibu lala sebagai pengusaha soto Pak No bukan hanya orang biasa saja, beliau mengenyam pendidikan dari TK (taman kanak-kanak) hingga Sarjana. Ibu Lala merupakan lulusan sarjana dari STIKOM (Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi), Ibu Lala sendiri mengambil jurusan ilmu komunikasi. Setelah Ibu Lala menyelesaikan sarjana nya ia sempat bekerja dahulu sebagai guru, yaitu guru BK (bimbingan konseling) di SMA 1 Ungaran. Ibu Lala menjalani pekerjaannya sebagai guru BK selama 3 bulan. Selama itu Ibu Lala selalu memperhatikan orangtuanya saat berjualan, dari semenjak Ibu Lala kelas 3 SD beliau awalnya hanya melihat kedua orangtuanya berjualan lama kelamaan Ibu Lala tertarik apa yang dilakukan oleh kedua orangtuanya, terkadang Ibu Lala ini ikut membantu membuat soto nya, Ayah nya (Pak Sumono) mengajarkan Ibu Lala bagaimana

cara membuat resep soto yang baik dan enak, dan juga Pak Sumono juga mengajarkan Ibu Lala untuk selalu kerja keras demi menggapai cita-citanya.

Sesudah lulus menyelesaikan sarjana nya, dan sempat bekerja selama 3 bulan sebagai guru BK (bimbingan konseling) beliau tertarik untuk melanjutkan usaha nya dari orangtua nya. Ibu Lala juga mengatakan bahwa ia tertarik untuk berwirausaha dibandingkan dengan bekerja karna kalau bekerja itu di suruh-suruh oleh orang lain tidak bebas kata dari Ibu Lala. Oleh sebab itu Ibu Lala melanjutkan usaha soto nya, manis pahitnya usaha yang beliau alami sudah beliau jalani selama 16 tahun hingga saat ini buktinya soto Pak NO yang diteruskan oleh Ibu Lala ini yang terletak di Parang Baris Raya No.7 Tlogosari ini mengalami kemajuan, adapun Ibu Lala hendak membuka cabang baru di luar Kota Semarang seperti Purbalingga dan Purwokerto.

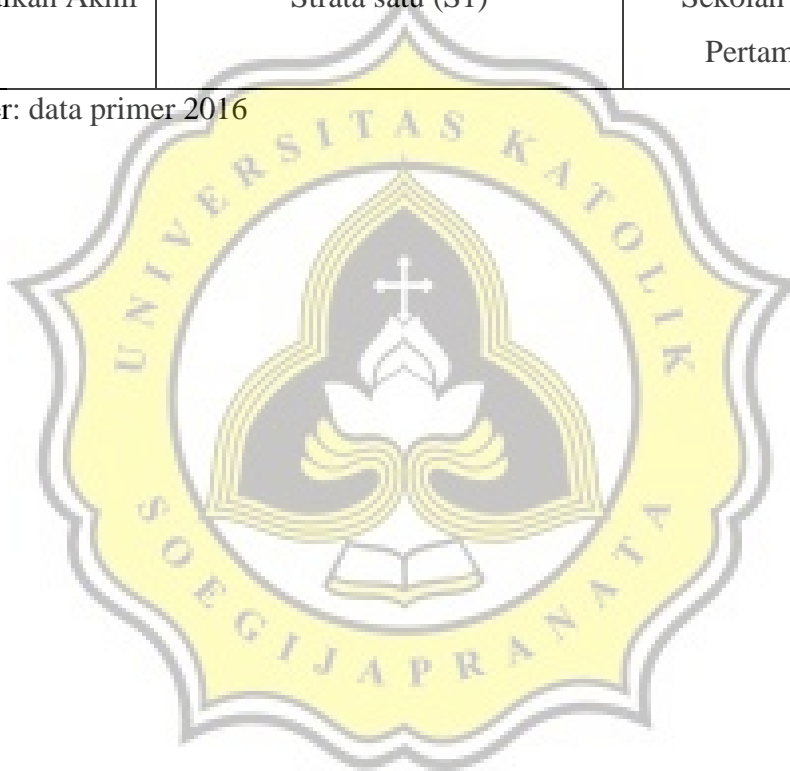
4.3 Gambaran umum responden

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada 1 orang pemilik soto ayam Pak NO dan 1 orang karyawan senior. Pemilik soto ayam Pak NO bernama Ibu Lala dan berumur 30 tahun , sedangkan karyawan senior soto ayam Pak NO bernama Pak Herri dan berumur 38 tahun , dan sudah bekerja selama 15 tahun.

Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Warung Makan Soto Ayam Pak NO

Komponen	Responden 1	Responden 2
	Ibu Lala (Yuniar Nur Ardila)	Pak Herri
Jabatan	Penerus usaha generasi ke-2 soto ayam Pak NO	Karyawan dari soto ayam Pak NO
Usia	30 tahun	38 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan	Laki-laki
Pendidikan Akhir	Strata satu (S1)	Sekolah Menengah Pertama (SMP)

Sumber: data primer 2016

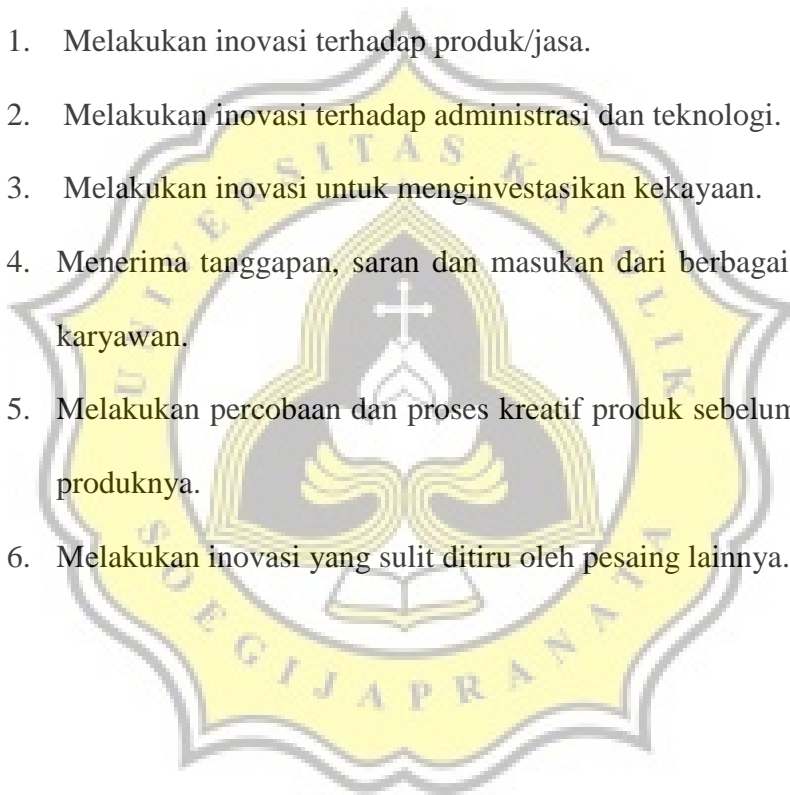


4.4 Analisis Hasil Penelitian

4.4.1 Inovasi

Inovasi mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam dan mendukung ide-ide baru, pembaruan, eksperimentasi, dan proses kreatif yang dapat mengakibatkan produk baru, jasa, atau proses teknologi, adapun indikator inovasi tersebut antara lain:

1. Melakukan inovasi terhadap produk/jasa.
2. Melakukan inovasi terhadap administrasi dan teknologi.
3. Melakukan inovasi untuk menginvestasikan kekayaan.
4. Menerima tanggapan, saran dan masukan dari berbagai pihak seperti karyawan.
5. Melakukan percobaan dan proses kreatif produk sebelum memasarkan produknya.
6. Melakukan inovasi yang sulit ditiru oleh pesaing lainnya.



Tabel 4.2 Tanggapan Responden pada Dimensi Inovasi Orientasi Kewirausahaan

NO	Variabel	Indikator	Jawaban Responden		Kesimpulan
			R1	R2	
			Ibu Lala	Bapak Herri	
1	Inovasi	Melakukan inovasi terhadap produk/jasa	Dalam hal ini Ibu Lala tidak melakukan pembaharuan, Ibu Lala hanya mengikuti resep, menu dari semenjak soto Pak NO di kelolah oleh ayah Ibu Lala seperti cita rasa soto nya, sate dan perkedel.	Tidak ada perubahan menu dari dahulu Pak No hingga sekarang anak nya yang melanjutkan, baik soto nya, sate dan perkedel.	Dari jawaban responden tersebut Ibu Lala tidak melakukan inovasi karena Ibu Lala hanya mengikuti menu dari Bapak nya saja, baik soto nya, sate dan perkedel.

2	Inovasi	Melakukan inovasi terhadap administrasi dan teknologi	Ibu Lala tidak melakukan perubahan teknologi dalam hal menghitung seperti di mesin kasir oleh sebab itu Ibu Lala tidak menggunakan mesin kasir lebih suka menggunakan manual.	setahu Pak Herri Ibu Lala hanya mengandalkan manual tidak menggunakan mesin kasir.	Dari jawaban ke-2 responden tersebut Ibu Lala tidak melakukan inovasi karena Ibu Lala tidak menggunakan mesin kasir masih manual
3	Inovasi	Inovasi Untuk menginvestasikan kekayaan	Ibu Lala telah membuka cabang baru di luar Kota Semarang yaitu di Purwokerto dan Purbalingga.	Setahu Bapak Herri Ibu Lala telah membuka cabang baru di luar Kota Semarang.	Dari jawaban responden tersebut dapat diketahui Ibu Lala melakukan Inovasi karena beliau menginvestasikan kekayaannya dengan membuka cabang baru

					untuk kemajuan ayam Pak NO.
4		Menerima tanggapan, saran dan masukan dari berbagai pihak seperti karyawan.	Dalam kelangsungan usaha nya Ibu Lala menerima saran dan masukan dari karyawan senior nya	Saya tidak tahu dalam hal ini karena saya di sini sebagai karyawan yang saya paham Ibu Lala selalu berpikir kedepan.	Dari kesimpulan ke-2 responden Ibu Lala selalu berpikiran untuk melakukan inovasi karena beliau berpikiran ke depan demi kemajuan usaha nya.
5		Melakukan percobaan dan proses kreatif produk sebelum memasarkan produknya	Dalam hal ini Ibu Lala melakukan proses dan percobaan dahulu dalam memasarkan produknya contohnya Ibu Lala	Sepengetahuan Bapak Herri Ibu Lala dalam hal pembuatan produk baru beliau melakukan percobaan terlebih	Dari ke-2 jawaban responden tersebut Ibu Lala melakukan inovasi dalam hal percobaan dan proses kreatif produk sebelum memasarkan

			hendak menambahkan menu baru seperti penyetan Ibu Lala melakukan percobaan dahulu agar tahu penyetan yang di buat nya enak atau tidak .	dahulu apakah produk itu layak untuk dipasarkan atau tidak.	produknya, untuk mengetahui produk itu layak untuk dipasarkan atau tidak
6	inovasi	Melakukan inovasi yang sulit ditiru oleh pesaing lainnya	Ibu Lala dalam hal membuat inovasi menu tidak kepikiran Ibu Lala hanya mengikuti menu dari peninggalan dan juga ayah Ibu Lala	Ibu Lala tidak pernah melakukan hal yang berbeda dengan pesaing lainnya, hanya sekedar mengikuti pesaingnya apa yang di lakukan.	Dari kesimpulan ke-2 responden tersebut diketahui Ibu Lala tidak melakukan tindakan inovatif karena Ibu Lala hanya mengikuti apa yang di lakukan oleh para pesaingnya

Sumber: Data Primer yang Diolah (2016)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para reponden dengan melihat dari banyak indikator seperti inovasi terhadap produk, inovasi terhadap administrasi dan teknologi, inovasi untuk menginvestasikan kekayaan, inovasi percobaan dan proses kreatif produk, inovasi produk dari pesaing. Pada indikator inovasi terhadap produknya, Ibu Lala belum sepenuhnya melakukan pembaharuan. Hal ini dapat dilihat dari Ibu Lala yang hanya menjalankan usahanya dengan apa yang sudah ada turun temurun dari pemilik awal (Bapak Sumono) seperti racikan bumbu untuk soto, makanan pelengkap seperti perkedel, tempe dan berbagai macam sate. Dalam hal pengembangan menu makanan Ibu Lala juga tidak melakukan inovasi, di sini Ibu Lala hanya mengikuti dari para pesaingnya dan tidak melakukan inovasi sendiri.

Dari segi penyajian soto, Ibu Lala masih menggunakan mangkok soto dalam ukuran kecil yang dipercaya bahwa mangkok tersebut digunakan sejak awal adanya soto Semarang. Meskipun banyak pesaing yang mulai menyajikan soto dalam porsi besar dengan menggunakan mangkok ukuran besar namun Ibu Lala tetap ingin mempertahankan tradisi tersebut. Selain itu, Ibu Lala juga tidak melakukan pembaharuan pada usahanya dalam bidang teknologi karena sampai saat ini Ibu Lala tidak memiliki mesin kasir dan pembayaran masih dilakukan secara manual. Tetapi Ibu Lala sudah memikirkan untuk kedepannya beliau ingin tetap menggunakan mesin kasir untuk menghindari terjadinya kesalahan perhitungan saat menerima dan mengembalikan uang kepada konsumen. Bahkan Ibu Lala juga tidak melakukan promosi produk sotonya lewat media sosial seperti

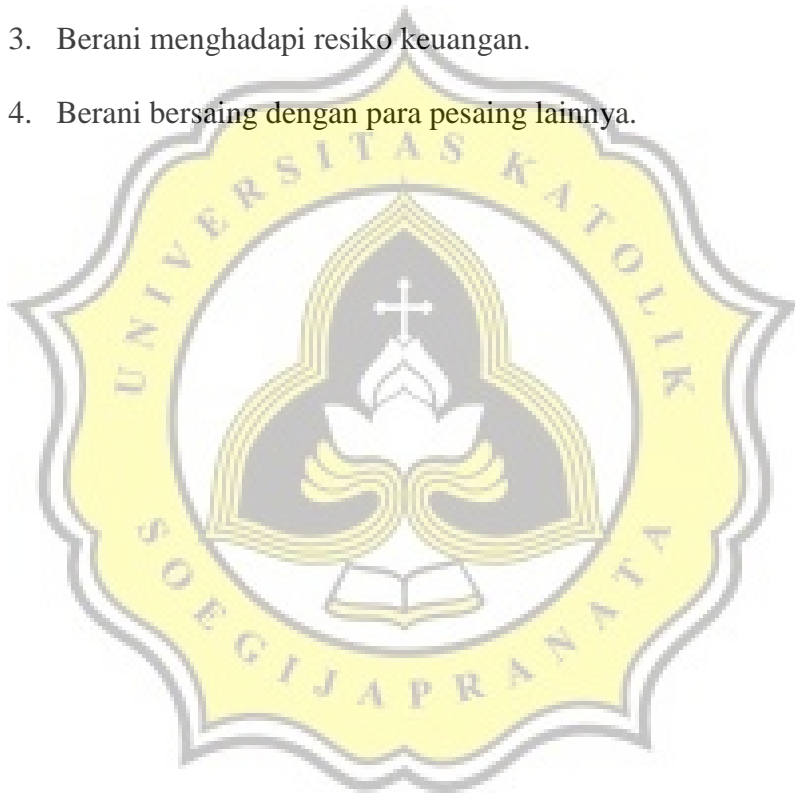
instagram atau facebook yang sangat gencar dilakukan para pelaku usaha saat ini dalam hal pengenalan dan pemasaran produk di masyarakat.

Inovasi tetap dilakukan Ibu Lala tetapi dalam hal pengembangan modal dan perputaran dana. Ibu Lala dengan cara membuka cabang baru di luar daerah Semarang (Purwokerto dan Purbalingga) untuk mengembangkan soto Pak NO. Namun Ibu Lala tidak hanya berhenti dalam usaha soto ini saja. Ibu Lala melakukan percobaan kreatif diluar menu yang sudah ada yaitu menu penyet. Tetapi Ibu Lala tidak langsung memasarkan produk penyet itu karena beliau harus mencobanya terlebih dahulu dan menerima tanggapan, saran dan masukan dari berbagai pihak seperti karyawan yang ada sebelum produk tersebut di pasarkan. Ibu Lala dan karyawan senior yang dimilikinya selalu mencoba mencari inovasi baru yang dapat mereka lakukan untuk kedepannya agar soto Pak NO ini tetap berkembang dan dapat bersaing dengan produk soto yang lainnya. Ibu Lala memang tidak mengubah cita rasa dari soto itu sendiri tapi beliau mencoba melakukan inovasi lain dengan membuka usaha penyetan yang sejauh ini sudah dipersiapkan secara matang-matang.

4.4.2 Pengambilan Resiko

Keberanian pemilik usaha dalam membuat suatu keputusan untuk memajukan usahanya dan harus bertanggung jawab atas keputusan yang akan dibuat nantinya, adapun indikator pengambilan risiko tersebut antara lain:

1. Berani melakukan tindakan yang beresiko untuk memajukan usahanya.
2. Berani mengambil keputusan dengan tegas.
3. Berani menghadapi resiko keuangan.
4. Berani bersaing dengan para pesaing lainnya.



Tabel 4.3 Tanggapan Responden pada Dimensi Pengambilan Resiko Orientasi Kewirausahaan

NO	Variabel	Indikator	Jawaban Responden		Kesimpulan
			R1	R2	
			Ibu Lala	Bapak Herri	
1	Pengambilan Resiko	Berani melakukan tindakan yang beresiko untuk memajukan usahanya	Dalam hal tindakan yang beresiko Ibu lala mengandalkan resep turun temurun tidak mengganti ciri khas dari soto Pak NO dan lebih ditekankan pada ciri khas minat konsumen dari segi rasa. Contoh masyarakat kota	dalam hal menyikapi tentang rasa yang diciptakan oleh soto Pak NO, Ibu Lala sendiri berpendapat lebih ditekankan pada ciri khas minat konsumen dari segi rasa.	Dari jawaban sumber yang ada diketahui bahwa Ibu Lala sebagai pemilik soto Pak NO telah melakukan pengambilan resiko karena Ibu Lala berani hanya mengandalkan cita rasa khas dari soto ayam Pak NO

			semarang lebih menyukai rasa manis.		
2	Pengambilan Resiko	Berani mengambil keputusan dengan tegas	Disini Ibu Lala dengan tegas memilih letak lokasi usaha pada daerah telogosari sudah cukup strategis, dikarenakan pada daerah telogosari memiliki kepadatan penduduk yang cukup padat dan daerah telogosari menjadi salah	Mengenai mengambil keputusan dengan tegas Ibu Lala memilih lokasi usaha di Telogosari dan lebih ditekankan pada letak lokasi tersebut apakah strategis atau tidak. Menurut Ibu Lala letak lokasi usaha pada daerah telogosari	Dilihat dari keinginan Ibu Lala dalam memilih usaha di Tlogosari karena daya beli masyarakat yang tinggi Ibu Lala sudah menerapkan pengambilan resiko di soto Pak NO

			<p>satu daya tarik kunjung masyarakat dalam segi kuliner.</p>	<p>sudah cukup strategis dalam hal kulineran.</p>	
3	<p>Pengambilan Resiko</p>	<p>Berani menghadapi resiko keuangan</p>	<p>Untuk mengembangkan usaha nya ini dari awal buka di tangan Ibu Lala, dia meminjam dari bank untuk mengembangkan usaha nya itu dengan jaminan sertifikat rumah nya.</p>	<p>Setahu saya untuk meningkatkan usaha nya beliau meminjam uang ke bank untuk memajukan usaha nya.</p>	<p>Dengan meminjam uang/ modal pada bank maka Ibu Lala telah menerapkan pengambilan resiko demi kemajuan bisnis nya</p>

4	Pengambilan resiko	Berani bersaing dengan pesaing lainnya	<p>Dalam hal ini Ibu Lala berani bersaing dengan pesaing lainnya secara sehat hal ini ditunjukkan dengan tidak gentar nya jika pengusaha soto lainya maju berkembang, hal ini dapat memacu Ibu Lala untuk Lebih berani lagi mengambil keputusan untuk memajukan usahanya.</p>	<p>Sepengetahuan Bapak herri Ibu Lala berani bersaing dengan pengusaha soto lainnya ditunjukkan dari sikapnya dalam berani mengambil keputusan baru untuk memajukan usahanya.</p>	<p>Dari jawaban ke-2 responden tersebut Ibu Lala sudah melakukan pengambilan resiko dalam hal berani bersaing dengan pesaing lainnya untuk kemajuan usahanya ditunjukkan dari cara membuat keputusan baru.</p>
---	--------------------	--	---	---	--

Sumber: Data primer yang diolah (2016)

Pada dimensi pengambilan resiko mencakup beberapa indikator diantaranya: berani melakukan tindakan yang beresiko untuk memajukan usahanya, berani mengambil keputusan dengan tegas, berani menghadapi resiko keuangan dan berani bersaing dengan pesaing yang lainnya.

Ibu Lala sebagai penerus generasi kedua dari soto ayam Pak NO berani melakukan tindakan yang beresiko dalam memajukan usahanya. Hal ini dapat ditunjukkan dengan cara Ibu Lala dalam mempertahankan resep soto yang sudah turun temurun tanpa mengganti cita rasa dan ciri khas itu sendiri dari soto ayam Pak NO. Dari segi rasa, masyarakat Semarang menyukai cita rasa yang khas yaitu rasa manis sehingga Ibu Lala tetap mempertahankan rasa dari soto itu sendiri. Lokasi yang strategis merupakan salah satu hal yang terpenting dalam suatu usaha. Ibu Lala dengan tegas memilih lokasi usaha di Tlogosari karena menurut beliau lokasi ini cukup strategis dimana daerah tersebut memiliki tingkat kepadatan penduduk yang cukup. Daerah ini cukup terkenal dari segi kuliner sehingga dapat menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat.

Berkembangnya suatu usaha tidak hanya memikirkan tentang inovasi yang harus terus dilakukan tetapi dari segi keuangan juga merupakan faktor terpenting agar usaha tersebut dapat terus dikembangkan. Ibu Lala berani mengambil resiko demi kemajuan bisnisnya dengan meminjam dana dari bank yang digunakan sebagai modal dan menggunakan sertifikat rumahnya sebagai jaminan. Resiko yang dihadapi beliau tidak hanya itu saja, persaingan pasar merupakan salah satu resiko berat yang harus dihadapi seorang pelaku bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan cara bersikap Ibu Lala dalam menghadapi banyak pesaing yang menjual

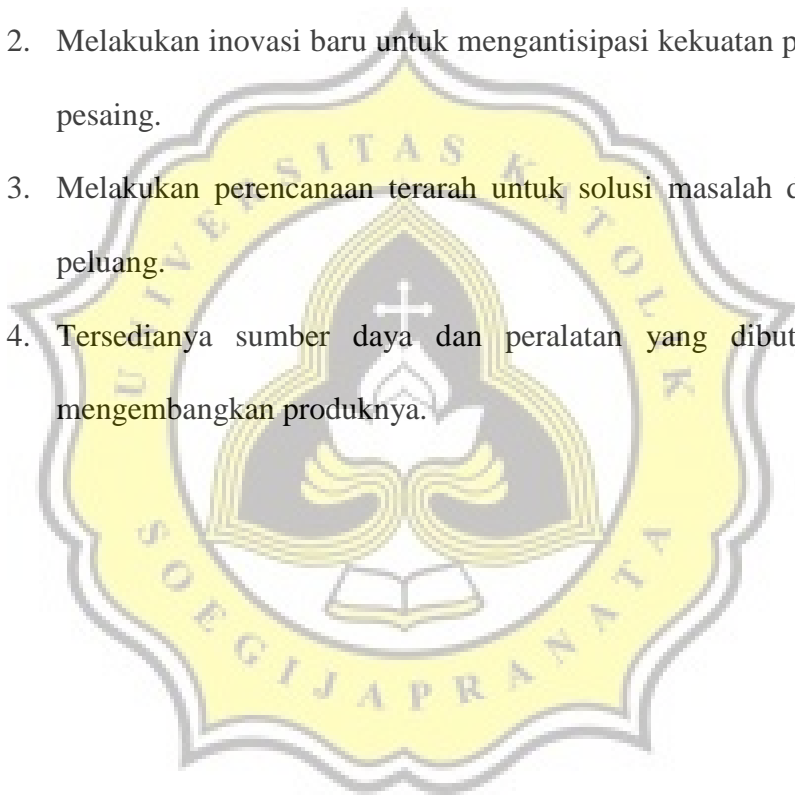
produk yang sama dengan beraneka macam inovasi yang dilakukan. Beliau tidak merasa takut tersaingi dengan pesaing soto yang lain karena beliau ingin bersaing secara sehat dengan mempertahankan ciri khas dari awal mula soto ayam Semarang.



4.4.3 Proaktif

Proaktif terkait dengan inisiatif dan penggerak pertama keuntungan, dan untuk mengambil inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru, adapun indikator pengambilan risiko tersebut antara lain:

1. Melakukan pemantauan pasar secara berkala untuk menangkap peluang baru.
2. Melakukan inovasi baru untuk mengantisipasi kekuatan perkembangan pesaing.
3. Melakukan perencanaan terarah untuk solusi masalah dan pencarian peluang.
4. Tersedianya sumber daya dan peralatan yang dibutuhkan untuk mengembangkan produknya.



Tabel 4.4 Tanggapan Responden pada Dimensi Proaktif Orientasi Kewirausahaan

NO	Variabel	Indikator	Jawaban Responden		Kesimpulan
			R1	R2	
			Ibu Lala	Bapak Herri	
1	Proaktif	Melakukan pemantauan pasar secara berkala untuk menangkap peluang baru	Disini Ibu Lala melakukan pemantauan pasar untuk menangkap peluang baru, pengembangan soto Pak NO yaitu ingin membuat menu baru berupa Penyetan karna sekarang ini penyetan sedang laku di kalangan masyarakat, oleh	Setahu Pak Herri Ibu Lala memiliki rencana untuk membuat inovasi terbaru dalam pengembangan soto Pak NO yaitu ingin membuat menu baru berupa Penyetan	Dari jawaban sumber yang ada diketahui bahwa Ibu Lala sebagai pemilik soto Pak NO telah melakukan proaktif untuk soto Pak NO karena Ibu Lala mencari peluang baru untuk memajukan soto Pak NO dengan

			sebab itu Ibu Lala menangkap peluang itu sebagai memajukan usaha soto Pak NO.		menambah menu makanan berupa Penyetan
2	Proaktif	Melakukan inovasi baru untuk mengantisipasi kekuatan perkembangan pesaing	Dalam hal ini Ibu Lala membuat inovasi berupa penambahan menu makanan berupa penyetan untuk mengantisipasi perkembangan pesaing lainnya.	Ibu Lala akan membuat penambahan menu makanan berupa penyetan untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya	Dilihat dari jawaban ke-2 responden tersebut Ibu Lala melakukan tindakan proaktif karena dalam hal ini Ibu Lala menambahkan menu makanan untuk mengantisipasi perkembangan

					dari pesaing lainnya
3	Proaktif	Melakukan Perencanaan terarah untuk solusi masalah dan pencarian peluang baru	Untuk memajukan usaha Ibu Lala, berencana untuk menambahkan menu baru yaitu berupa penyetan, karena dilihat dari pasarannya penyetan lagi banyak digemari oleh masyarakat, hal ini dapat digunakan dalam menangkap peluang baru untuk	Dalam hal memajukan usaha Ibu Lala selalu melihat pasaran apakah yang sedang ramai di pasaran, setahu Bapak Herri Ibu Lala hendak menambahkan menu makanan berupa penyetan.	Dilihat dari jawaban responden tersebut Ibu Lala sudah melakukan proaktif karena Ibu Lala menangkap peluang baru dan menjadikan peluang baru itu untuk memajukan usaha nya.

			memajukan usaha Ibu Lala		
4	Proaktif	Tersedianya sumberdaya dan peralatan untuk mengembangkan produknya.	Dalam hal ketersediaan sumberdaya Ibu Lala tidak mengalami kesulitan karna sumberdaya yang di perluhkan mudah didapatkan sehingga usaha nya dapat berjalan hingga saat ini.	setahu bapak Herri Ibu Lala dalam memperoleh sumberdaya tidak kesulitan olehsebab itu usahanya dapat berjalan hingga saat ini.	Dari tanggapan ke-2 responden tersebut Ibu Lala melakukan proaktif terhadap usaha nya karena untuk mendapatkan sumberdaya dan peralatan untuk kemajuan usahanya tidak begitu sulit.

Sumber: data primer yang diolah (2016)

Pada dimensi proaktif terdapat beberapa indikator diantaranya : melakukan pemantauan pasar secara berkala untuk menangkap peluang baru, melakukan inovasi baru untuk mengantisipasi kekuatan perkembangan pesaing, melakukan perencanaan terarah untuk solusi masalah dan pencarian peluang baru serta tersedianya sumber daya dan peralatan untuk mengembangkan produknya.

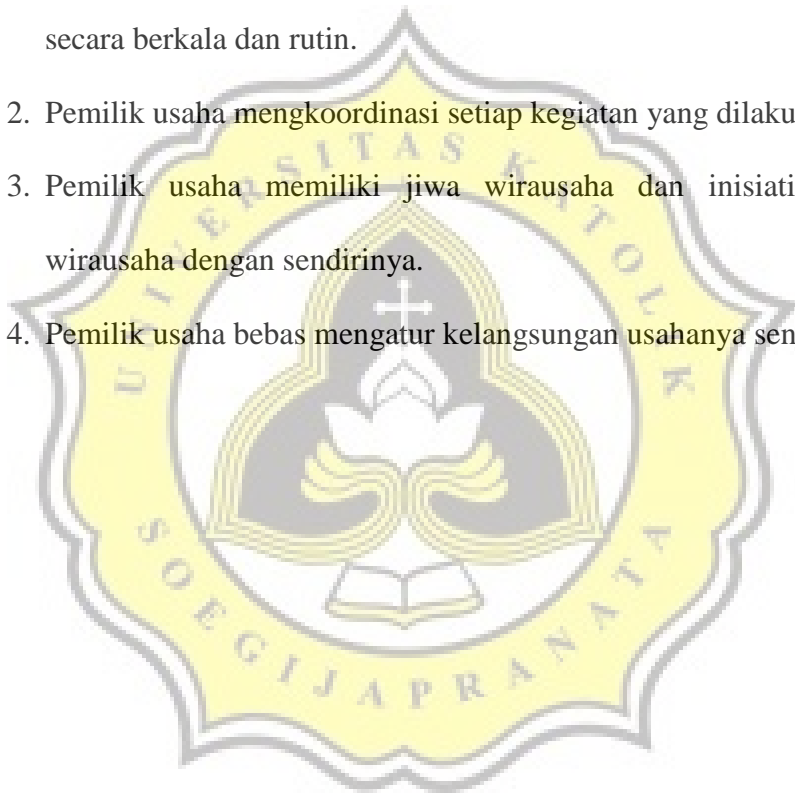
Dalam hal ini Ibu Lala telah mencari peluang usaha yang baru dengan cara menambah menu makanan yaitu penyetan. Usaha ini untuk jangka ke depan akan berdiri sendiri tapi tetap berada dibawah pendampingan dari Ibu Lala. Beliau melihat bahwa dalam bidang kuliner yaitu penyetan sedang banyak digemari oleh masyarakat. Oleh sebab itu Ibu Lala mencoba memenuhi keinginan para konsumen yang menyukai kuliner. Proaktif yang dilakukan beliau juga merupakan salah satu inovasi baru untuk mengantisipasi kekuatan pesaing. Meskipun Ibu Lala tidak melakukan banyak inovasi pada soto dibanding dengan pesaing yang lainnya namun beliau memiliki cara tersendiri dalam menghadapi persaingan pasar yaitu dengan membuka peluang usaha baru berupa penyetan. Upaya ini merupakan solusi yang didapat beliau dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam bisnis kuliner.

Bisnis usaha soto ayam Pak NO ini merupakan bisnis keluarga yang sudah diwariskan sejak turun temurun dari generasi ke generasi. Maka dari segi ketersediaan sumber daya, Ibu Lala tidak mengalami kesulitan karena beliau dapat bekerja sama dengan saudara-saudaranya agar bisnis keluarga ini dapat terus berlanjut.

4.4.4 Otonomi

Otonomi mengacu pada tindakan independen dalam hal membuat ide atau visi dan membawanya sampai selesai, termasuk konsep tindakan bebas, independen dan keputusan yang diambil, adapun indikator dari otonomi sebagai berikut:

1. Pengusaha melakukan pemantauan dan mengukur kinerja karyawan secara berkala dan rutin.
2. Pemilik usaha mengkoordinasi setiap kegiatan yang dilakukan.
3. Pemilik usaha memiliki jiwa wirausaha dan inisiatif melakukan wirausaha dengan sendirinya.
4. Pemilik usaha bebas mengatur kelangsungan usahanya sendiri



Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Dimensi Otonomi Orientasi Kewirausahaan

NO	Variabel	Indikator	Jawaban Responden		Kesimpulan
			R1	R2	
			Ibu Lala	Bapak Herri	
1	Otonomi	Pengusaha melakukan pemantauan dan mengukur kinerja karyawan secara berkala dan rutin.	Ibu Lala kadang-kadang datang ke tempat soto ini untuk melihat-lihat tetapi jika Ibu Lala sibuk, Ibu Lala sudah percaya dengan Pak Herri karna Pak Herri karyawan terlama dan sudah ikut semenjak soto Pak NO di kelola oleh Pak Sumono sendiri.	kadang-kadang datang ke tempat soto ini untuk melihat-lihat tetapi jika beliau sibuk dan tidak sempat, Ibu Lala sudah percaya dengan Pak Herri karna Pak Herri karyawan terlama dan sudah ikut semenjak soto Pak NO yang memegang masih Pak Sumono.	Dari kesimpulan responden antara Ibu lala dan Pak Herri di sini Ibu Lala tidak sepenuhnya melakukan sebuah otonomi karena Ibu Lala kadang-kadang terjun langsung untuk melihat usaha nya mengamati kegiatan yang

					terjadi di soto Pak NO
2	Otonomi	Pemilik usaha mengkoordinasi setiap kegiatan yang dilakukan	Ya, Ibu lala selalu melakukan koordinasi terhadap semua kegiatan yang menyangkut usahanya, dengan Ibu Lala mengkoordinasi usaha saya ini sendiri menjadi tahu kegiatan yang terjadi dalam sehari-harinya di soto Pak NO, tetapi jika Ibu Lala sedang sibuk Ibu	Ibu Lala selalu mengkoordinasi usahanya sendiri tetapi jika Ibu Lala sedang sibuk Ibu Lala lebih percayakan pada Pak Herri karna sudah dianggap sebagai tangan kanannya sendiri selain sebagai karyawan senior.	Dari responden Ibu Lala dan Pak Herri di sini Ibu lala sudah berani mengambil keputusan dalam mengkoordinasi usahanya sendiri dan beliau percaya terhadap karyawan senior nya, bila Ibu Lala sedang ada urusan lain.

			Lala mempercayakan terhadap Pak Herri selaku karyawan senior soto Pak NO.		
3	Otonomi	Pemilik usaha memiliki jiwa wirausaha dan inisiatif melakukan wirausaha dengan sendiri nya	Ibu Lala memiliki jiwa wirausaha dilihat dari beliau hendak membuka cabang baru soto Pak NO, tepatnya di daerah Purwokerto dan Purbalingga. Tentunya Ibu Lala juga meminta pendapat dari suaminya dalam membuka usaha baru.	Pemikiran Ibu Lala dalam hal berwirausaha Ibu Lala selalu ingin memajukan usahanya, beliau juga memiliki ide jika beliau hendak membuka cabang baru di Purwekerto dan Purbalingga.	Dari tanggapan ke-2 responden tersebut Ibu Lala sudah menjalankan otonomi karna Ibu Lala memiliki jiwa wirausha dilihat dari kemauannya dalam membuka cabang baru di daerah lain.

4	Otonomi	Pemilik usaha bebas mengatur kelangsungan usahanya	<p>Dalam hal ini Ibu Lala selalu berdiskusi dengan suaminya untuk mengatur kelangsungan usahanya baik dalam memecahkan masalah dan membuat keputusan</p>	<p>Sepengetahuan dari bapak Herri Ibu Lala dalam hal mengatur usahanya beliau selalu berdiskusi dengan suaminya dalam mengatur usahanya</p>	<p>Dari jawaban ke-2 responden tersebut Ibu Lala tidak melakukan otonomi dalam mengatur kelangsungan usahanya dilihat dari Ibu Lala melakukan diskusi dengan suaminya dalam kelangsungan usahanya.</p>
---	---------	--	--	---	--

Sumber: Data Primer yang di olah (2016)

Pada dimensi otonomi mencakup beberapa indikator diantaranya :
pengusaha melakukan pemantauan dan mengukur kinerja karyawan secara berkala dan rutin, pemilik usaha mengkoordinasi setiap kegiatan yang dilakukan, pemilik usaha memiliki jiwa wirausaha dan inisiatif melakukan wirausaha dengan sendirinya dan pemilik usaha bebas mengatur kelangsungan usahanya.

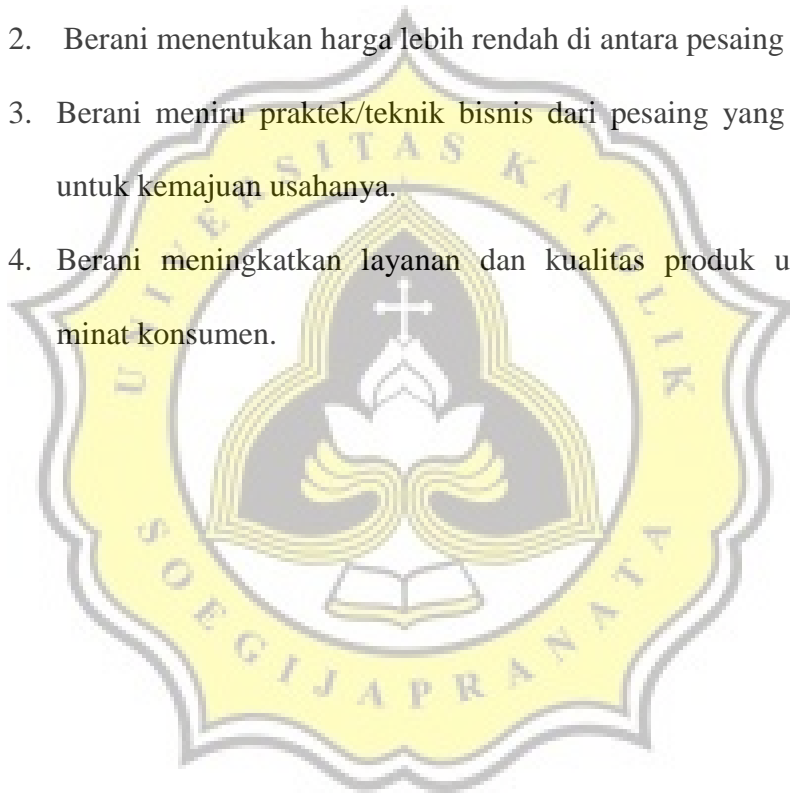
Ibu Lala sebagai pemilik dari usaha soto ini memiliki seorang karyawan terlama (Pak Herri) yang sudah menjadi kepercayaan semenjak soto Pak NO dikelola oleh Pak Sumono. Ibu Lala tidak setiap saat berada di warung karena beliau sibuk, beliau hanya sesekali melakukan pemantauan tetapi lebih banyak mempercayakan warung kepada Pak Herri. Namun Ibu Lala selalu melakukan koordinasi terhadap semua kegiatan yang menyangkut usahanya seperti contoh apabila Pak Herri menerima pesanan dalam jumlah yang banyak untuk suatu acara. Pak Herri selalu melaporkan setiap kegiatan yang terjadi di warung sehingga Ibu Lala bisa mengkoordinasi apabila mendapat pesanan dalam jumlah yang banyak. Beliau selalu berkoordinasi dengan Pak Herri berkaitan dengan jumlah stok bahan baku yang diperlukan, daya beli konsumen yang mengalami peningkatan atau penurunan.

Jiwa wirausaha sudah nampak dalam diri Ibu Lala. Hal ini di tunjukkan dengan keinginan beliau yang hendak membuka cabang baru soto Pak NO di luar Semarang, tepatnya berada di daerah Purwokerto dan Purbalingga. Beliau ingin memperkenalkan sotonya sebagai makanan khas dari Semarang.

4.4.5 Agresifitas Kompetitif

Tanggapan yang diberikan oleh pelaku usaha dalam menghadapi persaingan dengan pesaingnya agar mendapatkan posisi pasar yang diinginkan demi mencapai keunggulan kompetitif usahanya dan diterima oleh pangsa pasar, adapun indikator dari agresifitas kompetitif sebagai berikut:

1. Berani bersaing dengan kompetitor.
2. Berani menentukan harga lebih rendah di antara pesaing lainnya.
3. Berani meniru praktek/teknik bisnis dari pesaing yang sudah sukses untuk kemajuan usahanya.
4. Berani meningkatkan layanan dan kualitas produk untuk menarik minat konsumen.



Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Dimensi Agresifitas Kompetitif Orientasi Kewirausahaan

NO	Variabel	Indikator	Jawaban Responden		Kesimpulan
			R1	R2	
			Ibu Lala	Bapak Herri	
1	Agresifitas kompetitif	Berani bersaing dengan kompetitor	Ibu Lala bersaing secara sehat dengan para pesaing yaitu penjual soto ayam lainnya, Ibu Lala yakin akan kekhasan dari soto ayam Pak NO peninggalan ayahnya itu dapat menjadi nilai tambah agar soto saya tetap laku di pasaran.	Ibu Lala bersaing dengan pesaing lainnya dengan cara membuat beda soto ayam Pak NO dan soto ayam lainnya yaitu rasa khas dari ayahnya dulu tidak berubah hingga saat ini.	Dari jawaban ke-2 responden Ibu Lala tidak memiliki agresifitas kompetitif karena Ibu Lala hanya mengandalkan resep turun temurun dari orangtuanya tidak ada inovasi dari resep sendiri.

2	Agresifitas kompetitif	Berani Menentukan harga yang lebih rendah dari pesaing	Ibu Lala menjual semangkuk soto seharga Rp.8.000,00 menurut Ibu Lala sudah murah dengan harga 8.000 semua kalangan dapat mencoba soto ayam Pak NO karena harganya yang terjangkau dan juga Ibu Lala menjual kualitas dari soto nya yaitu cita rasa soto nya yang tidak berubah dari peninggalan ayahnya dulu.	Di sini Pak Herri beranggapan bahwa harga yang sudah ditentukan oleh Ibu Lala tiadaklah terlalu mahal dan terlalu murah karna semua kalangan mampu membeli soto tersebut, dengan rasa yang enak resep turun temurun dari orangtuanya.	Dari tanggapan ke-2 responden mengatakan bahwa Ibu Lala sudah melakukan agresifitas kompetitif dengan menentukan harga yang murah dan lebih menjual kualitas dari soto nya itu.
3	Agresifitas kompetitif	Berani Meniru teknik atau praktek	Ibu Lala tidak meniru praktek	Ibu Lala tidak pernah meniru prakek bisnis	Di sini Ibu Lala tidak meniru

		<p>bisnis dari pesaing yang sudah sukses</p>	<p>bisnis dari kompetitor beliau hanya mengikuti cara berbisnis dari ayahnya dahulu, karna Ibu Lala hanya fokus pada kuliner soto ayam saja, dan rencana menambahkan menu baru seperti penyetan itu dia berpikir belum ada warung makan soto ayam di Semarang menjual penyetan juga.</p>	<p>soto nya dari pesaing lain nya, Ibu Lala akan menambahkan menu baru berupa penyetan karena, belum ada yang buat di Semarang dalam konteks warung makan soto menjual penyetan.</p>	<p>praktek bisnis dari para pesaing nya Ibu Lala hanya mengandalkan ajaran dari ayahnya dahulu baik dalam memasarkan dan membuat soto menjadi lebih enak, Ibu Lala membuat perbedaan dengan menambahkan menu baru pada soto nya seperti penyetan.</p>
4	Agresifitas kompetitif	Berani meningkatkan	Dalam hal meningkatkan	Sepengetahuan Bapak Herri Ibu Lala	Dari jawaban ke-2 responden ini Ibu

		<p>layanan dan kualitas produk untuk menarik konsumen</p>	<p>layanan dan kualitas Ibu Lala di sini tidak melakukan peningkatan Ibu Lala masih mempertahankan kualitas dari soto yang di turunkan dari ayahnya.</p>	<p>tidak melakukan peningkatan kualitas terhadap soto karena beliau percaya terhadap resep yang sudah di berikan oleh ayahnya terdahulu dapat diterima oleh konsumen</p>	<p>Lala tidak melakukan inovasi peningkatan kualitas produk nya Ibu Lala hanya mengandalkan resep dari orangtuanya dahulu.</p>
--	--	---	--	--	--

Sumber: Data Primer yang di olah (2016)



Pada dimensi agresifitas kompetitif terdiri dari beberapa indikator diantaranya : berani bersaing dengan kompetitor, berani menentukan harga yang lebih rendah dari pesaing, berani meniru teknik atau praktek bisnis dari pesaing yang sudah sukses dan berani meningkatkan layanan dan kualitas produk untuk menarik konsumen.

Harga dapat menjadi salah satu daya minat para konsumen, dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik merupakan kepuasan bagi pelanggan. Dalam praktek bisnisnya, Ibu Lala mematok harga soto senilai Rp 8.000,00 per porsi dan menurutnya harga tersebut terjangkau bagi semua kalangan untuk menikmati semangkok soto. Selain harga yang murah, beliau juga menjual kualitas dari sotonya dengan tidak merubah apapun dari cita rasa soto dari peninggalan ayahnya dahulu. Ibu Lala tidak meniru praktek bisnis dari kompetitor yang lain, beliau hanya mengandalkan dari cara berbisnis yang diajarkan oleh ayahnya dahulu, baik dalam segi rasa maupun pemasaran. Sejak dulu pemasaran yang dilakukan hanya sekedar penyampain dari mulut ke mulut pelanggan.

Ibu Lala tidak melakukan inovasi peningkatan kualitas produknya. Beliau hanya mengandalkan resep dari orangtuanya dahulu. Hal ini juga menunjukkan bahwa Ibu Lala tidak memiliki agresifitas kompetitif karena Ibu Lala tidak melakukan inovasi terhadap resep soto. Beliau yakin bahwa cita rasa yang khas dari soto ayam Pak NO peninggalan ayahnya dapat menjadi nilai tambah agar produknya tetap laku di pasaran. Dalam hal penerapan agresifitas kompetitif Ibu Lala masih cenderung belum melakukan karena beliau hanya meniru dan menjiplak saja tidak melakukan inovasi baru sendiri untuk kemajuan usahanya.