

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti mengenai identifikasi penerapan *Entrepreneurship Orientation* dalam usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang. Menurut Lumpkin dan Dess terdapat 5 dimensi pada *Entrepreneurship Orientation*, yaitu : inovasi, pengambilan resiko, pro-aktif, agresivitas kompetitif, dan otonomi. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

5.1.1 Dimensi Inovasi

Di dalam dimensi inovasi, terdapat beberapa kategori yaitu : dalam kategori produk, Ibu Sri Reswanti telah menambahkan beraneka macam jenis gorengan atau camilan yaitu wingko babat, lumpia, sosis solo, martabak, tahu susur, resoles, keroket , dan lain sebagainya. Ibu Sri Reswanti juga menambahkan aneka jenis sate seperti : sate usus, sate jeroan atau sate uritan, sate kulit dan terkadang juga ada sate telur. Dalam kategori proses, Ibu Sri Reswanti pada tahun 2011 adalah orang yang mengusulkan untuk memperbaiki nota penjualan pada usaha Soto Neon Pak Ni ketika masih dikelola oleh Pak Sarkani (generasi pertama usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang). Dalam kategori sumber keuangan, Ibu Sri Reswanti juga melakukan inovasi dalam pengalokasian pendapatan. Pada tahun 2013 hingga awal tahun 2015, Ibu Sri Reswanti hanya mengikuti cara bapaknya yaitu Pak Sarkani dalam mengelola pendapatan dari usaha Soto Neon. Tetapi pada tahun 2015 Ibu Sri Reswanti menetapkan untuk mencoba metode baru dalam

pengalokasian pendapatannya, yaitu menyisihkan sebagian pendapatannya sebagai dana cadangan. Tujuan dana cadangan ini yaitu agar dalam menjalankan usaha Soto Neon, tidak perlu meminjam lagi kepada orang lain maupun tempat atau instansi peminjaman lainnya. Dalam kategori tenaga kerja, Ibu Sri Reswanti melibatkan karyawan dalam mendapatkan ide-ide baru. Cara yang dilakukan oleh Ibu Sri Reswanti dalam melibatkan para karyawannya yaitu dengan menanyakan kepada karyawan atau pekerjanya mengenai ide unik maupun usulan yang menarik agar usaha Soto Neon dapat terus bertahan dan berkembang. Dalam kategori kreativitas, Ibu Sri Reswanti pernah melakukan eksperimen atau percobaan terhadap produk yang di jual. Eksperimen atau percobaan tersebut yaitu, Ibu Sri Reswanti pernah mencoba untuk mengganti kecap yang digunakan dalam pembuatan soto dan sate. Awalnya kecap yang digunakan adalah merk “MIRAMA “ lalu Ibu Sri Reswanti menggantinya dengan kecap “ ABC “ , tetapi ternyata penggantian kecap ini pun mendapat tanggapan yang kurang baik dari para konsumen. Dan selanjutnya beliau mencoba menggantinya dengan merk “ BANGO “ hingga saat ini dan tidak ada protes maupun usulan dari para konsumen. Dalam kategori diferensiasi, Ibu Sri Reswanti tidak melakukan ataupun tidak memiliki tindakan inovatif yang sulit ditiru oleh pesaing. Karena menurut beliau, perubahan yang dilakukan oleh Soto Neon bertujuan untuk memajukan dan menambah daya tarik dari Soto Neon. Jika ada pesaing yang meniru perubahan yang dilakukan oleh Soto Neon, maka hal yang perlu dilakukan adalah menjaga dan meningkatkan kualitas dan rasa atas produk dan perubahan-perubahan di Soto Neon.

5.1.2 Dimensi Pengambilan Resiko

Di dalam dimensi pengambilan resiko, terdapat beberapa kategori yaitu : dalam kategori resiko umum, Ibu Sri Reswanti berani bertindak atau mengambil keputusan demi menggapai tujuan organisasi. Hal ini dibuktikan dengan Ibu Sri Reswanti pada saat hari libur tetap membuka usaha Soto Neon ini. Pada saat hari libur Ibu Sri Reswanti tetap memproduksi sebanyak kurang lebih 300 mangkok sama seperti hari biasa / bukan hari libur. Beliau berani berspekulasi jika ramai maka pendapatannya akan bertambah, tetapi jika sepi maka ibu Sri Reswanti akan mengalami kerugian yaitu biaya pembuatan soto yang diproduksi dan pemberian gaji tambahan terhadap karyawan yang tidak libur. Beliau berani berspekulasi dengan pengambilan keputusan tersebut, jika ramai maka pendapatannya akan bertambah, tetapi jika sepi pembeli maka Ibu Sri Reswanti akan mengalami kerugian yaitu biaya pembuatan soto yang diproduksi seperti hari-hari biasa dan pemberian gaji tambahan terhadap karyawan yang tidak libur. Dalam kategori resiko keputusan, Ibu Sri Reswanti memiliki sikap yang tegas dalam setiap pengambilan keputusan yang dibuatnya. Sekitar tahun 2014, Ibu Sri Reswanti menetapkan untuk menambah jumlah produksi soto pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Hal tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan. Dalam kategori resiko keuangan, Ibu Sri Reswanti bersedia untuk menanggung resiko penjualan. Hal ini terlihat dari keputusan Ibu Sri Reswanti ketika menentukan untuk memproduksi soto lebih banyak pada hari Jumat, Sabtu dan Minggu dan membuka warung Soto Neon ketika hari libur. Hal tersebut merupakan upaya dan spekulasi dari Ibu Sri Reswanti untuk

meningkatkan pendapatannya. Tetapi di sisi lain jika spekulasi Ibu Sri Reswanti salah, maka beliau juga sudah siap dengan segala kemungkinan yang menimpanya seperti kerugian pada biaya pembuatan soto serta pemberian gaji tambahan terhadap karyawan yang tidak mengambil jatah liburannya. Dalam kategori resiko bisnis, Ibu Sri Reswanti tidak berani mengambil risiko bisnis karena Ibu Sri Reswanti tidak mempunyai rencana untuk membuka cabang baru maupun *frenchise*. Menurut beliau, dengan cara ini maka Soto Neon dapat menjaga “ciri khas” dan kualitasnya. Dibandingkan dengan membuka cabang baru, beliau lebih berkeinginan untuk mencari tempat yang lebih besar dalam menjalankan usaha Soto Neon ini. Menurut Ibu Sri Reswanti dengan tempat yang lebih besar, maka beliau dapat memberi fasilitas dan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan / konsumennya.

5.1.3 Dimensi Pro - Aktif

Di dalam dimensi pro-aktif, terdapat beberapa kategori yaitu : dalam kategori pemantauan lingkungan, Ibu Sri Reswanti dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen. Cara Ibu Sri Reswanti dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen yaitu dengan cara menanyai konsumen secara langsung dan acak (waktu dan subjek) mengenai kritik dan saran. Beliau pernah mendapat saran dari konsumen bahwa tidak semua konsumen menyukai bawang goreng, oleh sebab itu Ibu Sri Reswanti di sarankan agar menanyakan terlebih dahulu ingin memakai bawang goreng atau tidak. Dan usulan tersebut masih digunakan oleh Ibu Sri Reswanti hingga saat ini karena beliau memandang bahwa saran tersebut berguna dan sangat membantu. Di dalam kategori sikap antisipasi, Ibu Sri Reswanti tidak

pernah mengantisipasi kekuatan atau perkembangan dari pesaingnya. Beliau mengatakan bahwa ia tidak pernah peduli dengan perkembangan maupun perubahan-perubahan yang dilakukan oleh para pesaingnya. Karena bagi Ibu Sri Reswanti hal yang terpenting adalah menjaga kualitas dan rasa dari Soto Neon itu sendiri. Dalam kategori pemecahan masalah dan solusi, Ibu Sri Reswanti memiliki perencanaan yang terarah untuk menemukan solusi masalah. Perencanaan terarah yang dilakukan Ibu Sri Reswanti yaitu : pertama, menanyakan kronologi kejadian kepada yang bersangkutan. Kedua , meminta maaf kepada konsumen dengan tujuan untuk menjaga nama baik Soto Neon. Ketiga, mengkonfirmasi dengan konsumen atas masalah yang terjadi dan memberi solusi yang terbaik bagi kedua belah pihak yang bersangkutan dengan masalah tersebut. Lalu besok paginya, Ibu Sri Reswanti melakukan *briefing* terhadap pada karyawannya dan memberi tahu persoalan yang telah terjadi serta memberi himbauan dengan tujuan agar masalah tersebut tidak terulang lagi oleh karyawan / pekerja yang lainnya. Dalam kategori penguasaan teknologi, Ibu Sri Reswanti tidak pernah memberi batas minimal para pelamar kerja dalam memasukan berkas lamarannya di Soto Neon. Hal terpenting yang diinginkan oleh beliau adalah jujur dan memiliki etika yang baik. Beliau mengatakan bahwa SDM (Sumber Daya Manusia) di Soto Neon jika baik adanya, dikarenakan oleh adanya interaksi yang baik dan sikap saling membantu antara pemilik dengan karyawan dan karyawan dengan karyawan.

5.1.4 Dimensi Agresivitas Kompetitif

Di dalam dimensi agresivitas kompetitif, terdapat beberapa kategori yaitu : dalam kategori reaksi kompetitif,dalam menjalankan dan mengelola usaha Soto

Neon, Ibu Sri Reswanti tidak hanya memikirkan kelebihan dari Soto Neon saja tetapi juga mengamati tindakan kompetitor. Hal itu dilakukan dengan cara mengamati perubahan yang dilakukan oleh pesaing lainnya yang dianggap berhasil, dan mencoba mempraktkannya di Soto Neon. Dalam kategori persaingan keuangan, Ibu Sri Reswanti menentukan harga yang lebih rendah daripada pesaing. Harga yang ditentukan oleh Soto Neon sebenarnya sama dengan rata-rata penjual soto lainnya. Hal yang membuat Soto Neon dikatakan lebih murah dibandingkan dengan soto lainnya adalah dengan harga yang sama, tetapi Soto Neon memberi porsi yang lebih banyak dibandingkan penjual soto lainnya. Dan juga jika ada konsumen yang menginginkan nasi atau ayam untuk ditambahi, maka Soto Neon menambahinya dan tanpa diberi tambahan biaya. Dalam kategori persaingan bisnis, Ibu Sri Reswanti dalam bersaing dengan kompetitor, beliau dapat memanfaatkan kelebihan dari pesaingnya yaitu dengan cara meniru praktek yang diterapkan oleh pesaing. Ibu Sri Reswanti pernah mengamati perubahan yang dilakukan oleh Soto Pak Man di jalan Mugas, Semarang. Hal yang diperhatikan dalam usaha soto Pak Man adalah pemberian fasilitas musik. Ibu Sri Reswanti sekitar tahun 2013, menambahkan musik di usaha Soto Neon miliknya karena terinspirasi dari soto Pak Man di jalan Mugas, Semarang. Dalam kategori pemasaran, Ibu Sri Reswanti tidak pernah mempromosikan usaha Soto Neon miliknya menggunakan brosur ataupun media yang lainnya. Beliau hanya memberikan pin BBM (*Blackberry Messenger*) kepada konsumen yang berada diluar kota Semarang, hal ini dilakukan agar para konsumen yang bukan dari Semarang dapat mengerti apakah Soto Neon buka atau tutup pada hari tertentu.

Ibu Sri Reswanti tidak perlu melakukan promosi karena menurut beliau sebagian besar masyarakat kota Semarang sudah tahu mengenai Soto Neon dan juga sebagian besar konsumennya sekarang merupakan pelanggan dari generasi pertama Soto Neon, yaitu Pak Sarkani.

5.1.5 Dimensi Otonomi

Di dalam dimensi otonomi, terdapat beberapa kategori yaitu : dalam kategori tim, upaya Ibu Sri Reswanti dalam menggapai tujuan organisasi yaitu untuk mendapatkan keuntungan adalah dengan cara bekerja keras dan terus menjaga kualitas rasa dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen menjadi lebih nyaman dan tertarik untuk makan di Soto Neon. Ibu Sri Reswanti belum memikirkan dan belum memiliki rencana untuk memberikan usaha Soto Neon ini kepada penerus selanjutnya. Dalam kategori sentralisasi, Ibu Sri Reswanti adalah orang yang bertanggung jawab penuh atas segala sesuatu yang terjadi di Soto Neon. Meskipun di dalam mengelola dan mengatur serta menjalankan usaha Soto Neon, Ibu Sri Reswanti memiliki seorang tangan kanan yang bertugas untuk membantu beliau dalam mengelola dan menjalankan usaha. Tangan kanan Ibu Sri Reswanti bernama Bapak Priyanto, beliau bertugas mengawasi dan membantu segala keperluan ketika sebelum Soto Neon belum beroperasi hingga saat Soto Neon tutup setiap harinya. Dalam kategori intra kewirausahaan, Ibu Sri Reswanti masih terus berusaha untuk meningkatkan jiwa kewirausahaannya dengan berbagai macam cara seperti melihat taktik penjual makanan lainnya yang ramai pembeli, mencari info menarik di internet. Beliau berkata bahwa semua hal positif dan berguna bagi kelangsungan warung Soto

Neon akan dicoba untuk dipelajari dan diterapkan di Soto Neon agar usaha tersebut menjadi lebih baik dan lebih maju. Dalam kategori tindakan bebas, Ibu Sri Reswanti mempunyai banyak cara dalam merangsang atau mendapatkan ide-ide baru yang kreatif. Cara tersebut yaitu melihat buku yang berisi aneka makanan dan snack sebagai refensi beliau untuk menambah varian produk camilan dan sampingan dalam menyantap soto. Para pekerja juga tidak terlepas dari Ibu Sri Reswanti dalam mencari ide-ide baru untuk mengembangkan usaha Soto Neon. Melihat para pesaing yang ramai pembeli juga merupakan salah satu cara Ibu Sri Reswanti dalam mencari ide-ide baru yang dapat mengembangkan usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang.

5.2 Saran

Berikut adalah saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini berkaitan dengan kesimpulan yang didapat dari usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang :

1. Untuk mengantisipasi kerugian dalam membuka warung makan Soto Neon Pak Ni ketika hari raya tertentu, lebih baik Ibu Sri Reswanti mengurangi atau membatasi jumlah produksi soto ketika hari raya tertentu dibandingkan dengan hari-hari biasa. Jika pada hari biasa (bukan libur hari raya) Ibu Sri Reswanti memproduksi soto sebanyak kurang lebih 300 mangkok, maka untuk mengantisipasi kerugian ketika membuka warung Soto Neon Pak Ni ketika hari raya tertentu Ibu Sri Reswanti sebaiknya memproduksi soto sekitar 150 – 175 mangkok saja.

2. Sebaiknya Ibu Sri Reswanti melakukan promosi atas usaha Soto Neon Pak Ni. Meskipun usaha tersebut sudah ramai pengunjung dan sebagian besar warga Semarang sudah tahu Soto Neon. Promosi dapat dilakukan dengan menyebar dan membagikan brosur di beberapa daerah di Semarang. Karena dengan melakukan promosi akan ada lebih banyak warga Semarang yang tahu mengenai warung Soto Neon Pak Ni.

