

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Lokasi

Penentuan lokasi atau letak usaha sangat penting bagi perusahaan sebab dapat membawa pengaruh bagi keberhasilan, kelancaran dari aktivitas perusahaan serta kelangsungan hidup dari perusahaan. Lokasi yang strategis akan membawa perusahaan mampu membuat perusahaan semakin dikenal, selain itu lokasi yang strategis juga akan memudahkan para konsumen untuk menemukan lokasi.

Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri berada di JL. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kota Kediri. Lokasi ini sangat strategis berada di jalan satu arah dan adanya navigasi lokasi yang memudahkan calon konsumen untuk menemukan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri. Waroeng Spesial Sambal “SS” ini di himpit sama RumahMakan Begok dan Rumah Makan Gudeg Kendil Jogja & Garang Asem tetapi Rumah Makan Spesial Sambal yang paling ramai di kunjungi konsumen.

2. Sejarah

Waroeng Spesial Sambal “SS” adalah sebuah merk yang menyajikan aneka sambal segar dan masakan khas Indonesia. Waroeng SS didirikan pada tahun 2002 di Yogyakarta oleh Yoyok Hery

Wahyono. Yoyok mencoba menjalankan bisnis makanan dengan menu spesial sambal, sesuai dengan kegemarannya yang tidak lepas dari makanan pedas berbahan baku cabe.

Waroeng pertama didirikan dibarat Graha Saba Pratama UGM, dengan konsep waroeng tenda. Waroeng tersebut diberi nama “Waroeng Perjuangan”. Menawarkan kurang lebih 28 jenis sambal dengan pilihan lauk pauk serta sayur yang beragam. Berhasil mengantarkan Waroeng Spesial Sambal “SS” diterima dengan mudah oleh para konsumen.

Besarnya animo masyarakat terhadap Waroeng Spesial Sambal “SS” yang menawarkan menu spesial sambal ini, membuat keyakinan Yoyok semakin untuk mengembangkan usaha tersebut lebih besar lagi. Meningkatnya animo konsumen terhadap kuliner pedas pun merangsang lahirnya cabang di beberapa titik dikota pelajar. Bahkan gaung tentang Waroeng Spesial Sambal “SS” pun mulai terdengar dikota tetangga, solo yang akhirnya membuat Yoyok mencoba mendirikan cabang pertama di manahan, Solo pada tahun 2006. Tak lama kemudian, Waroeng SS menyapa penikmat pedas dikota lainnya seperti Tangerang, Semarang, Purwokerto, Kediri, Malang dan beberapa kota lainnya di Jawa Timur. Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri berdiri pada tahun 2008, bertempat di Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran Kandangan, Kecamatan Kota Kediri, Kediri Jawa Timur.

Walaupun bukan perusahaan yang berangkat dari nilai keagamaan yang tinggi, namun Waroeng SS mengusung konsep spiritual company dalam pengembangannya. Secara konsisten terus menyisihkan sebagian omsetnya untuk membantu pihak luar yang membutuhkan menjadi salah satu kebiasaan sejak awal berdiri. Kini Waroeng SS memiliki 93 cabang yang tersebar dari Jawa-Bali.

Dan kini, Waroeng SS siap menyongsong harapan baru dan mengembangkan sayapnya untuk menebarkan pedas ke negeri Jiran dan mengejar mimpi untuk dapat menjadi merk kuliner pedas khas Indonesia yang dikenal di seluruh dunia.¹

3. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Mensejahterakan para personil perusahaan dan keluarganya, para pihak yang mendukung, dan kebermanfaatan bagi lingkungan masyarakat.

b. Misi

Menjadi perusahaan besar dengan produk yang mantab dan kuat berkarakter, layanan yang terpuji dan berkesan, brand yang baik dan positif, sistem operasi yang rapi dan jelas, skala usaha yang besar dengan cakupan yang luas (nasional)².

¹ Web Profil Waroeng Spesial Sambal, [https://www. Waroengss.com/article/profile](https://www.Waroengss.com/article/profile), diakses pada tanggal, 15 Januari 2020.

² Ibid.,

4. Informasi Produk Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri.

Waroeng Spesial Sambal “SS” merupakan rumah makan yang menyediakan masakan Indonesia, sebagai masakan utamanya. Waroeng SS menawarkan produk yang berbeda dengan kompetitor, dimana Waroeng SS lebih memilih menu sambal sebagai menu utamanya. Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” menawarkan 33 jenis sambal, 31 jenis lauk pauk, dan 28 jenis minuman yang dapat dikonsumsi oleh konsumen. Hal ini sangat membedakan Waroeng Spesial Sambal “SS” dengan rumah makan lainnya. Selain itu sambal yang disajikan merupakan sambal *fresh*. Hal ini terlihat pada saat pembuatan sambal, dimana saat pengunjung datang maka saat itu juga sambal dibuat.

Waroeng Spesial Sambal “SS” menyediakan 33 jenis sambal dengan harga sambal dimulai dari harga Rp. 2.000,- hingga Rp. 7.500,- untuk harga sambal di Waroeng Spesial Sambal “SS” termasuk standart. Waroeng Spesial Sambal “SS” juga menyediakan 31 jenis lauk pauk dan 28 jenis minuman dengan harga yang relatif murah. Sehingga membuat konsumen bisa menikmati berbagai makanan dan minuman. Harga lauk pauk mulai dari Rp. 4.500,- sampai Rp. 35.000,-. Untuk harga minuman mulai dari Rp. 3.500,- sampai Rp. 11.000,-. Harga nasi per porsi di harga Rp. 3.500,-

Waroeng Spesial Sambal “SS” konsisten dengan harga jual karena pada saat harga bahan baku untuk menu pada Waroeng SS mengalami

lonjakan kenaikan, waroeng SS tetap mempertahankan harga jual yang sama. Hal ini merupakan strategi dari Waroeng SS dalam harga. Penetapan harga di setiap cabang berbeda-beda, hal tersebut disesuaikan dengan area dan wilayah masing-masing cabang.

5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah kerangka yang menunjukkan secara jelas susunan fungsi dan tanggung jawab. Struktur yang ada dalam tubuh organisasi bertujuan agar perusahaan tercapai dengan baik dan lancar.

Struktur organisasi Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri sangatlah dibutuhkan karena dengan struktur organisasi yang baik, maka dapat mengurangi penyimpangan dalam menjalankan pekerjaan.

Struktur Organisasi pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri:

- a. Kepala Cabang : Endri Mario
- b. Dibawah Kepala Cabang terdapat 4 asisten beserta wakilnya yaitu:
 - 1) - Assisten Produksi/Pembuatan Produk: Imam Zubaidi
 - Wakil Assisten Produksi/Pembuatan Produk : Dian Wahyu
 - 2) - Assisten Keuangan : Ayu Mardianingsih
 - Wakil Assiten Keuangan : Yeni
 - 3) – Assisten Pengadaan/ Bahan baku : Ahmad Rizal Sholihin
 - Wakil Assisten Pengadaan/ Bahan baku: Augusto dan

Rudi Pramono

4) – Assisten P2O/ Pelayanan

Diwaroeng Spesial Sambal “SS” Kediri terdapat 52 Karyawan diantaranya:

- 1) Bagian Produksi
 - a) Produksi Masak terdapat 12 karyawan
 - b) Produksi Nonmasak terdapat 13 karyawan
- 2) Bagian Kasir terdapat 4 karyawan
- 3) Bagian Pelayanan terdapat 16 karyawan.³

Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

- a. Pimpinan Perusahaan/Kepala Cabang
 - 1) Membuat kebijakan dalam bidang produksi, keuangan, pelayanan, dan pengadaan.
 - 2) Menetapkan peraturan kerja
 - 3) Mengontrol proses produksi
 - 4) Melakukan rekrutmen pekerja
- b. Keuangan atau Kasir
 - 1) Membuat pembukuan dengan sistem akuntansi
 - 2) Membuat laporan kegiatan sehari-hari, kas masuk, kas keluar, dan bukti-bukti lain

³ Endri Mario, Kepala Cabang Waroeng Spesial Sambal (SS) Kediri, 18 Januari 2020

- c. Produksi
 - 1) Memimpin pekerja dibidang produksi
 - 2) Bertanggung jawab mengenai produksi
- d. Pengadaan atau Bahan Baku
 - 1) Berbelanja bahan baku
 - 2) Mengontrol bahan baku
- e. P2O atau Pelayanan
 - 1) Melayani permintaan konsumen
 - 2) Membackup karyawan yang libur maupun cuti.

B. Paparan Data

Setelah melakukan penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada sumber-sumber informan yang bersangkutan terlibat langsung dalam Peran Strategi *Branding* Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri, maka diperoleh data-data sebagai berikut:

1. Pengelolaan Strategi *Branding* Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri

Persaingan pada bisnis tidak pernah ada hentinya, demikian pula pada bisnis kuliner. Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, selama penduduk dunia masih ada maka, kebutuhan akan tetap meningkat. Dengan semakin meningkatnya penduduk dunia maka kebutuhan akan makanan juga meningkat, sehingga menciptakan peluang bisnis yang sangat besar. Persaingan di bidang industri Rumah Makan semakin ketat, salah satunya Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal “SS” diuntut untuk menerapkan strategi *branding*

yang tepat yang dapat dijadikan senjata dalam perang persaingan antar rumah makan.

Rumah makan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri dibuka pada tahun 2008, bertempat di Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 26 Banjaran, Kecamatan Kota Kediri, Kediri Jawa Timur. Seperti yang di sampaikan Ibu Rica selaku Humas Waroeng Spesial Sambal “SS”, ketika di wawancarai oleh peneliti terkait berdirinya Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri. Ibu Rica menyatakan bahwa,

“Waroeng SS cabang Kediri berdiri pada tahun 2008. Pada tahun 2008 dulu Waroeng SS pusat membuka cabang di lima kota, diantaranya Kediri, Malang, Purwokerto, Salatiga, dan Cirebon”

Dari penjelasan Ibu Rica tersebut dapat diketahui bahwa Waroeng Spesial Sambal “SS” pusat membuka lima cabang dalam tahun 2008 bersamaan dengan cabang Kediri. Peneliti menanyakan mengenai Visi dan Misi Waroeng Spesial Sambal, inilah penjelasan Ibu Rica:

“Untuk Visi Misi sebenarnya sederhana mbak, pada dasarnya yaitu visinya adalah Mensejahterakan para personil perusahaan dan keluarganya, para pihak yang mendukung, dan kebermanfaatannya bagi lingkungan masyarakat. Begitupun Misinya untuk menjadi perusahaan besar dengan produk yang mantab dan kuat berkarakter, layanan yang terpuji dan berkesan, brand yang baik dan positif, sistem operasi yang rapi dan jelas, skala usaha yang besar dengan cakupan yang luas (nasional)”

Peneliti menanyakan mengenai produk apa saja yang dijual di Waroeng Spesial Sambal “SS”. Ibu Rica menjawab:

“Diwaroeng cabang Kediri produk yang kami tawarkan ada beberapa jenis mbak, seperti: jenis sambal ada sekitar 33 jenis, untuk lauk pauk ada sekitar 31 jenis, dan minuman kami menawarkan sekitar 28 jenis mbak. Untuk varian produk di semua

cabang kami sama mbak tidak ada perbedaan. Kalaupun ada tambahan produk itu langsung dari pusatnya.”

Lanjut Ibu Rica:

“Yang menjadi ciri khas Rumah Makan ini yaa itu mbak varian produknya banyak dengan disertai nama uniknya. Walaupun di luaran sana banyak rumah makan yang menyediakan menu sejenis tapi mereka tidak bisa meniru khas kami mbak. Dengan membuat varian menu yang banyak dan kami selalu memperbaiki kualitas produk”

Dari penjelasan Ibu Rica diatas bahwa produk yang dijual memiliki banyak varian jenis dan manajemen Waroeng selalu memperbaiki kualitas itulah cara yang dipakai untuk membedakan Waroeng Spesial Sambal dengan Waroeng yang menyediakan menu sejenisnya. Dalam strategi promosi yang digunakan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri menggunakan beberapa cara dalam melakukan promosi, sesuai dengan yang disampaikan Ibu Rica:

“Untuk di Waroeng SS itu, tidak pernah melakukan promosi yang terang-terangan mbak. Maksudnya gak ada promosi yang seperti pasang di Baliho, pasang ini pasang itu di tempat yang terbuka. Promosi kami hanya mengadakan promosi dari mulut ke mulut dan jadi misal ada menu baru, ada waroeng tutup itu kita infokan didepan waroeng.”⁴

Dalam penjelasan di atas dapat diketahui bahwa strategi promosi melalui media sosial dengan memanfaatkan berbagai aplikasi sosial media. Ibu Rica juga menjelaskan mengenai promosi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*). Yaitu dari konsumen ke calon konsumen.

⁴ Rica, Hubungan Masyarakat Waroeng Spesial Sambal, 16 Januari 2020

Rumah makan di JL. Pahlawan Kusuma Bangsa bukan hanya Rumah Makan Waroeng SS melainkan ada juga Rumah Makan BEGOK (Bebek Goreng Krispy) dan ada juga Rumah Makankhas Jogja yaitu Gudeg Kendil Jogja dan Garang Asam Spesial Ayam Kampung. Untuk menghadapi persaingan yang ketat ini Waroeng Spesial Sambal “SS” mempunyai kelebihan dan keunggulan, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Endri Mario selaku Kepala Cabang Kediri:

“Pada Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri kami beda dengan Waroeng Spesial Sambal lainnya mbak. Dimana kami menerapkan *branding* dengan pemasangan poster “Garansi Kececewaan”. Garansi ini ditujukan apabila pelanggan merasa kecewa dengan rasa masakan yang disajikan seperti keasinan, kurang pedas, terlalu manis, terlalu pedas, dan lainnya. Di Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri ini terdapat 4 poster garansi kececewaan mbak. Poster tersebut mempunyai besaran dimensi kurang lebih 70x50. Dengan adanya garansi kececewaan tersebut, dikarenakan media poster merupakan media yang paling cocok dan dirasa paling efektif dalam menyampaikan akan maksud dan tujuan yang kami maksud mbak”

Lanjut penjelasan Bapak Endri sebagai Kepala Cabang Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri:

“Dalam pemasaran kepada calon konsumen kita beda dengan Rumah makan yang lainnya mbak. Dimana rumah makan diluar sana menerapkan pemasaran dengan memasang Baliho Baliho di tepi jalan. Kalau Waroeng kami pemasarannya dalam menghadapi pesaing yaitu dengan cara kami memperbaiki kualitas produk dan pelayanannya. Dengan adanya cara seperti itu membuat konsumen mempromosikan produk kami ke calon konsumen yang lainnya”

“Dalam marketing kami memberikan keunggulan yang kita punya kepada konsumen yang tidak dimiliki oleh para pesaing mbak. Contohnya saja produk yang kita tawarkan begitu banyak jenisnya, jadi untuk para konsumen tidak mudah bosan mbak. Mereka bisa memilih menu menu baru yang belum pernah mereka rasakan. Kita juga selalu memberikan pelayanan yang bagus kepada konsumen. Kami memberikan fasilitas yang begitu lengkap untuk kenyamanan

para konsumen. Jadi kita selalu memperbaiki kualitas Waroeng Kami mbak dalam menghadapi pesaing”

Dari pemaparan Bapak Endri Mario tersebut pihak manajemen melihat adanya cara untuk menempatkan diri agar mendapatkan posisi yang kuat dalam meraih konsumen. Begitupun pihak manajemen selalu memperbaiki kualitas dan pelayanan dalam menghadapi pesaing. Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri bersaing secara sehat dan tidak menjatuhkan kompetitor, selalu menonjolkan keunggulan yang Waroeng SS punya dan yang tidak dimiliki oleh pesaing. Strategi *branding* merupakan hal yang harus benar-benar diperhatikan oleh suatu perusahaan tersebut agar tetap bertahan.

Ketika peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Endri di lokasi Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri terlihat banyak konsumen yang sudah selesai makan, kemudian peneliti menanyakan kepada Bapak Endri kebanyakan yang datang ke Waroeng itu dari kalangan apa, dan berikut penjelasan Pak Endri:

“Konsumen yang datang di rumah makan kami mayoritas adalah kalangan pelajar/mahasiswa dan karyawan. Banyak juga konsumen kami yang berkunjung disini itu Bapak, Ibu dan Anak. Ya, sekeluarga gitu lah mbak. Dari tujuan awal dibuka rumah makan kami di tujukan untuk kalangan menengah ke bawah mbak. Hal ini kami buktikan dengan harga yang sangat terjangkau. Contohnya menu utama kami kan sambal mbak. Harganya per porsi kami tawarkan dari harga Rp.2000,--Rp.3000,- saja mbak.”

Dari pemaparan Bapak Endri diatas bahwa pengunjung mayoritas kaum muda dan keluarga. Hal ini dibuktikan dengan tujuan Waroeng dengan cara menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh kalangan

tersebut. Berdasarkan hal tersebut manajemen Rumah Makan ini dapat dengan lebih mudah memuaskan keinginan konsumen dengan cara meningkatkan mutu pelayanan. Peneliti juga menanyakan mengenai pelayanan yang diberikan karyawan atau pihak manajemen kepada pelanggan maupun konsumen baru. Tanggapan Bapak Endri sebagai berikut:

“Sesungguhnya, yang menjaga kualitas sebuah pelayanan adalah diri personal itu sendiri mbak. Aspek pelayanan yang kami terapkan yaitu dimulai sejak kedatangan pelanggan Waroeng SS disambut dengan 3S (Senyum, Sapa, Salam). Karyawan juga harus menanyakan kepada pelanggan berkenan makan ditempat atau dibungkus. Jika pesan dibungkus, staf pelayanan memberikan nota dan mempersilahkan pelanggan untuk duduk di area tunggu, jika makan ditempat, staf pelayanan memastikan jumlah orang, area duduk yang dikehendaki meja kursi atau lesehan, area smoking atau non smoking. Pada kondisi antrian, pelayanan menginformasikan panjang antrian mbak”

Lanjut Bapak Endri:

“Selanjutnya Staf Pelayanan menerima orderan, sekaligus membacakan ulang pesanan dan memastikan detail pesanan (minuman dingin/panas, bakar/goreng, dll), menawarkan tambahan pesanan dan mencatat nomor meja serta nama Pelanggan. Setelah menu orderan jadi, staf pelayanan menyajikan pesanan kepada pelanggan, dan staf pelayanan harus mengucapkan permissi terlebih dahulu dan mohon maaf jika pelayanan dinilai lama, menyajikan dan menyebutkan menu satu per satu, menyebutkan kekurangan menu (jika ada), menyampaikan adanya “Garansi Kekecewaan” kepada pelanggan, serta tidak lupa permissi saat meninggalkan tempat. Britupun perlakuan staf pelayanan saat pelanggan meninggalkan area konsumen (hendak pulang), yaitu mengucapkan terima kasih saat berpapasan dan segera untuk clean up area makan (cek jika ada barang yang tertinggal). Begitulah pelayanan yang ada di waroeng spesial sambal “SS” kediri mbak. Kami sangat memaksimalkan pelayanan demi kepuasan konsumen. Agar

konsumen tidak kecewa dan mau makan di Waroeng ini mbak. Syukur-syukur bisa merekomendasikan ke para calon konsumen”⁵

Dari pemaparan Bapak Endri di atas peneliti menemukan pelayanan yang nyaman dan unik. Kualitas pelayanan yang ditawarkan juga sangat baik sehingga memberikan kepuasan tersendiri dihati konsumen. Dengan adanya pelayanan seperti di atas akan menciptakan komunikasi mulut ke mulut (*Word Of Mouth*) yang positif terhadap Waroeng maupun terciptanya kesetiaan konsumen terhadap pembelia produk di Waroeng tersebut.

Peneliti mendapatkan tanggapan dari empat pelanggan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri yang meliputi: Mahasiswa, Karyawan, dan Keluarga. Berikut tanggapan Mbak Qori’ Mahasiswa IAIN Kediri yang pernah makan di Waroeng Spesial Sambal “SS”:

“Saya senang mbak makan di Waroeng SS, Karena tempatnya dekat dengan kost dan gak perlu jauh jauh untuk menikmati makanan yang enak dan jenisnya banyak, harganya juga murah, kualitasnya juga oke banget. Kalau menurut saya sih harga murah tapi produk gak murahan. Rasa produk sambalnya yang enak banget mbak. Karena saya sih suka jenis masakan yang pedas jadi saya lebih memilih makan di Waroeng SS. Untuk tempatnya juga nyaman buat makan.”

Menurut Mbak Qori’, dia senang makan di Waroeng SS Kediri. Menurutnya lokasi mudah dijangkau dan tempat nyaman untuk makan. Harga yang ditawarkan Waroeng Spesial Sambal juga memadai. Sehingga memudahkan semua kalangan untuk makan di rumah makan

⁵ Endri Mario, Kepala Cabang Waroeng Spesial Sambal (SS) Kediri, Waroeng SS Kediri, 18 Januari 2020.

ini. Begitu juga produk yang ditawarkan dengan banyak pilihan sehingga konsumen sangat mudah memilih produk-produk sesuai keinginan. Peneliti Kemudian peneliti menanyakan darimana Mbak Qori' mengetahui Waroeng Spesial Sambal "SS", Mbak Qori' menjawab:

"Saya tahunya Waroeng SS ini mbak dari teman saya yang sering makan di Waroeng ini. Dia merekomendasikan Waroeng ini untuk makan bersama teman maupun keluarga. Begitu juga pelayanan yang memuaskan mbak."

Peneliti juga menanyakan mengenai *branding* Waroeng Spesial Sambal "SS" yang berupa Poster Garansi Kekecewaan. Mbak Qori' Menjawab:

"Untuk poster garansi kekecewaan di waroeng SS ini menurut saya sih cukup unik mbak. Dari perpaduan warna yang terang antara merah dan hijau, dipadukan sama tulisan warna putih. Ukuran juga pas banget untuk menarik para pelanggan untuk membacanya mba."

Dari paparan di atas ditemukan komentar positif mengenai poster yang di pajang di dinding Waroeng SS kediri yaitu bentuk yang unik untuk menarik pelanggan untuk membacanya. Kemudian peneliti menanyakan mengenai pelayanan yang diberikan waroeng sesuai poster tersebut:

"Saya pernah mbak makan di Waroeng SS ini, saat itu saya merasakan sambal yang disajikan keasinan. Kemudian saya memanggil salah satu karyawan dan saya bilang kalau saya gak puas dengan sajian sambalnya karena keasinan, dan salah satu karyawan menarik sambal saya itu, beberapa menit kemudian karyawan tersebut minta maaf dan mengganti sambal yang rasanya enak seperti biasanya mbak"⁶

⁶ Khusnul Qori, Konsumen Waroeng Spesial Sambal (SS) Kediri, Kost Chalisa, 17 Januari 2020.

Dari penjelasan pelanggan Waroeng SS di atas bahwa Poster Garansi Kekecewaan bukanlah hanya pajangan semata. Melainkan sebuah garansi yang diberikan kepada para pelanggan Waroeng Spesial Sambal “SS”. Garansi tersebut bisa diklaim saat pelanggan merasa kecewa dengan sajian masakan yang tidak sesuai.

Selain tanggapan dari Mbak Qori’, peneliti juga mendapatkan tanggapan lain dari pelanggan yang sering makan di Waroeng Spesial Sambal “SS”, Bapak Khoirul dari Kunjang Kediri bagian Utara, yaitu:

“Saya sering sekali mbak datang ke Waroeng SS Kediri ini, saya datang bersama keluarga saya mbak, saya mengetahui Waroeng ini dari teman saya mbak. Teman saya bilang ada Waroeng hits di Kediri jenis sambalnya banyak. Saya pecinta sambal, dan saya kepo mbak, akhirnya saya cari Waroeng SS ini. Saat pertama makan disini saya rasa beda banget dengan Rumah makan lainnya. Dari jenis sambalnya yang banyak banget jenis lauk pauk yang banyak dan jenis minumannya. Pelayanan juga bagus mbak, karyawan ramah ramah. Makanan juga cepat datangnya.”

Dari paparan diatas peneliti menemukan adanya *Word Of Mouth* yang dilakukan oleh konsumen kepada calon konsumen. Bapak Khoirul tertarik makan di Waroeng Spesial Sambal “SS” karena keunggulan yang dimiliki Waroeng dan berbeda dengan Rumah Makan lainnya dan adanya pelayanan yang bagus. Kemudian peneliti menanyakan mengenai *branding* Waroeng Spesial Sambal “SS” yang berupa poster “Garansi Kekecewaan”, Bapak Khoirul menjelaskan:

“Saya sangat tertarik dengan poster garansi kekecewaan yang ditawarkan sama Waroeng Spesial Sambal “SS” ini mbak. Karena dengan adanya poster ini akan menimbulkan rasa kepercayaan

yang tinggi dari para pelanggan. Dan ini yang menjadi alasan saya senang makan di Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri mbak, kualitasnya benar-benar terjamin. Sehingga saya sering mengajak sanak saudara untuk makan di Waroeng ini. Poster tersebut juga menarik buat dibaca mbak saat saya dan keluarga menunggu pesanan datang”

Bapak Khoirul sebagai pelanggan waroeng Spesial Sambal “SS” menilai dengan adanya poster “Garansi Kekecewaan” tersebut akan menimbulkan rasa kepercayaan dari para pelanggan. Dan poster tersebut yang menjadi alasan bapak Khoirul berlangganan di Waroeng SS. Kemudian peneliti menanyakan mengenai pelayanan yang diberikan waroeng sesuai poster tersebut:

“Kalau ada makanan yang kurang enak ya pasti saya garansikan mbak, soalnya dengan adanya pelayanan yang seperti itu Waroeng Spesial Sambal “SS”, berarti berkomitmen dalam menjaga kepuasan pelanggannya. Tapi kalau saya sendiri sih belum pernah ya mbak menggaransikan makanan saya. Soalnya selama saya makan disini belum pernah mendapai sajian yang gak enak. Makanan selalu enak. Maka dari itu saya berlangganan di Waroeng SS ini.”⁷

Paparan bapak Khoirul di atas bahwa dirinya akan menggaransikan sajian makanannya kalau sajian tidak enak. Tetapi dirinya belum pernah menggaransikan karena belum pernah mendapati sajian yang kurang enak. Peneliti juga menanyakan ke pelanggan lainnya yaitu Ibu Rina:

“Saya sering mbak makan di Waroeng SS Kediri, karena tempat yang nyaman, makanan yang enak murah, dan banyak pilihan menunya mbak. Dari lauk pauk, jenis sambalnya, dan

⁷ Khoirul Misbahuddin, Konsumen Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri, Waroeng SS, Kediri, 18 Januari 2020

minumannya. Jadi tidak mudah bosan dengan menu menu yang ada mbak. Untuk pelayanannya juga bagus mbak, gak perlu nunggu waktu yang lama kalau mau menyantap makanan disini. Saya kesini biasanya bersama anak-anak setelah jemput pulang sekolah, biasanya juga sama teman arisan mbak”

Menurut Ibu Rina dirinya senang makan di Waroeng Spesial

Sambal “SS” karena tempat yang nyaman, harga yang murah dan pilihan menu yang banyak. Begitupun pelayanan yang bagus membuat kepuasan sendiri pada konsumen. peneliti menanyakan mengenai darimana Ibu Rina mengetahui Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri.

Ibu Rina Menjawab:

“Saya tahunya Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri ini dari Instagram mbak, sebenarnya dekat sih dari rumah saya paling 3km. an dr rumah saya. Tapi saya awalnya tidak tahu kalau ada rumah makan yang enak ini. Pas saya cari rumah makan di instagram ada waroeng SS kemudian saya mencari lokasinya mbak. Soalnya waroeng ini tidak pernah pasang iklan di jalanan gitu mbak jadi kurang tau juga saya”

Ibu rina mengetahui Waroeng Spesial Sambal “SS” ini dari media sosial Instagram. Karena Waroeng ini tidak melakukan periklanan di jalan. Peneliti menanyakan mengenai *branding* Waroeng Spesial Sambal “SS” berupa poster garansi kekecewaan. Ibu Rina menjawab:

“Poster Garansi Kekecewaan ini sangat menarik menurut saya mbak, baik dari segi tampilan maupun isinya. Dalam hal ini Waroeng menjaga kepercayaan dari Pelanggan. Untuk kalimatnya juga simpel tapi mempunyai makna yang besar”

Kemudian peneliti menanyakan mengenai pelayanan yang diberikan Waroeng sesuai poster tersebut:

“Kalaupun ada makanan yang tidak sesuai kemungkinan besar saya akan menggaransikan mbak. Namun alangkah baiknya sebelum makanan disajikan ke pelanggan itu dicicipi dulu supaya tau rasa yang terdapat pada makanan itu sudah pas atau belum. Terlebih

dengan adanya poster seperti itu merupakan bentuk pelayanan untuk menjaga kepercayaan serta keyakinan terhadap waroeng ini”⁸

Ibu Rina menyatakan bahwa poster tersebut menarik. Dan poster tersebut mempunyai makna yang besar. Selain itu ibu rina juga berpesan bahwa sebelum makanan disajikan kepada pelanggan untuk dicicipi terlebih dahulu dari segi rasanya agar tidak mengecewakan pelanggan. Menurutnya poster tersebut merupakan bentuk pelayanan untuk menjaga kepercayaan serta keyakinan terhadap Waroeng Spesial Sambal “SS”.

Selain Ibu Rina ada juga pelanggan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri namanya Mbak Rahmi, seorang karyawan yang bekerja di Kediri Mall.

“Saya ke Waroeng SS biasanya sih sebulan sekali mbak. Karena di Waroeng SS ada kuis Waroeng, dimana pemenangnya itu dapat Voucher 50rb mbak, yang bisa ditukarkan makanan di semua waroeng. Pas pertama saya kesini kan saya menang kuis yang diadakan itu mbak. Kemudian saya menukarkan Voucher itu denga makanan. Lumayan lah mbak sekali makan gratis .. hehe. Pas pertama saya merasakan masakannya enak banget mbak. Apalagi sambalnya euh endul banget pedasanya mbak. Yaa karena saya suka pedas sih mbak”

Dari paparan diatas peneliti menemukan promo yang di lakukan Waroeng Spesial Sambal untuk para pelanggan. Dimana Waroeng Spesial Sambal “SS” membuat kuis waroeng dengan pemenangnya akan mendapatkan Voucher 50rb yang bisa ditukarkan makanan

⁸ Rina Cahyani, Konsumen Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri, Waroeng SS, Kediri, 18 Januari 2020

disemua cabang. Peneliti menanyakan mengenai *branding* Waroeng berupa Poster garansi kekecewaan, mbak Rahmi menjawab:

“Bagus sih mbak posternya dengan ukuran sedang warna menarik dengan font yang bagus, di tempelnya juga banyak mbak di waroeng ini terdapat 4 poster garansi kekecewaan. Dengan banyaknya poster membuat pelanggan semua tahu akan adanya garansi di waroeng ini ”

Mbak Rahmi menjelaskan bahwa Poster yang di gunakan Waroeng bagus. Dan dengan banyaknya poster yang di tempel di waroeng membuat pelanggan banyak yang tahu akan adanya garansi di Waroeng SS. Peneliti juga menanyakan mengenai pelayanan yang diberikan sesuai poster garansi kekecewaan tersebut. Mbak rahmi menjawab:

“Pas saya kemari bersama keluarga mbak saya merasakan masakan yang beda dengan masakan yang pernah saya makan pertama disini. Rasa sambal yang saya pesan itu ke manisn mbak. Lalu saya mengkalim dari Garansi Kekecewaan tersebut , karena saya merasa kecewa dengan pesanan yang kemanisan tersebut mbak. Kemudian saya panggil salah satu karyawan untuk mengganti sambal yang keasinan tersebut. Akhirnya karyawan tersebut membawa sambal yang kemanisan tersebut dan beberapa menit kemudian sambal saya di ganti dengan sambal yang baru mbak. Untuk rasanya alhamdulillah sama dengan pertama kali saya rasakan dulu”⁹

Dari pemaparan yang diberikan oleh informan diatas, peneliti menemukan strategi *branding* yang dilakukan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri yaitu dengan menggunakan poster “Garansi Kekecewaan”.

Dimana menggunakan kebijakan yang baik dan jujur. Dan memberikan

⁹ Rahmi Indah Nitasari, Konsumen Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri, Waroeng SS,Kediri, 18 Januari 2020

pelayanan yang bagus dan ramah. Dengan adanya *branding* yang disampaikan, bahwa kepuasan yang didapat konsumen tidak hanya makanan yang enak, melainkan fasilitas yang unggul dan promo menarik.

Dalam menjalankan bisnis memungkinkan akan terjadinya kenaikan atau penurunan pada penjualan. Hal tersebut dapat dilihat pada data penjualan Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri. Berikut adalah data penjualan Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri pada tahun 2016 sampai tahun 2017.

Tabel 1.2

**Data Penjualan Waroeng Spesial Sambal (SS) Cabang Kediri
Tahun 2016-2017**

Bulan/Tahun	2016	2017
Januari	Rp. 508.800.000,-	Rp. 520.350.000,-
Februari	Rp. 469.890.000,-	Rp. 465.450.000,-
Maret	Rp. 481.500.000,-	Rp. 508.140.000,-
April	Rp. 472.590.000,-	Rp. 525.660.000,-
Mei	Rp. 516.450.000,-	Rp. 496.530.000,-
Juni	Rp. 307.170.000,-	Rp. 206.580.000,-
Juli	Rp. 410.070.000,-	Rp. 587.820.000,-
Agustus	Rp. 473.910.000,-	Rp. 497.100.000,-
September	Rp. 431.130.000,-	Rp. 486.510.000,-

Oktober	Rp. 480.120.000,-	Rp. 522.870.000,-
November	Rp. 463.650.000,-	Rp. 509.940.000,-
Desember	Rp. 559.440.000,-	Rp. 633.570.000,-
Total	Rp. 5.574.720.000,-	Rp. 5.960.520.000,-

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah penjualan Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri dari tahun 2016 hingga tahun 2017 mengalami kenaikan yang signifikan. Pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri menerapkan strategi *branding* yang cukup unik yaitu dengan adanya “Garansi Kekecewaan”. Garansi ini ditujukan apabila pelanggan merasa kecewa dengan rasa masakan yang di sajikan seperti keasinan, kurang pedas, terlalu manis, terlalu pedas dan lainnya. Garansi tersebut berbentuk poster yang terpampang di dinding dan terdapat di Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri. Dengan adanya strategi *branding* yang diterapkan oleh pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal “SS” membuat konsumen semakin yakin untuk melakukan pembelian ulang.¹⁰

2. Fasilitas Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri
 - a. Parking Area

Tempat parkir yang aman dan memadai. Waroeng Spesial Sambal (SS) Kediri menyediakan ruang parkir yang dapat menampung sepeda motor dan mobil pengunjung di depan

¹⁰ Observasi di Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri, 16 Januari 2020

Waroeng. Tak perlu ada lagi keraguan ketika memarkirkan kendaraan selama berkunjung ke Waroeng SS Kediri, karena juga ada juru parkir yang menunggu kendaraan pelanggan.

b. Smoke Area

Area khusus bagi penikmat tembakau. Waroeng SS berusaha menghormati hak konsumen yang ingin menikmati rokok dan ingin terbebas dari asap rokok dengan menyediakan area khusus bagi perokok.

c. Mushola

Beribadah dengan nyaman di Waroeng SS. Untuk menjaga kenyamanan pelanggan, maka Waroeng SS menyediakan fasilitas mushola yang dapat digunakan oleh seluruh konsumen untuk beribadah. Alat ibadah yang rutin dicuci dan karpet yang bersih menjadi unggulan Waroeng Spesial Sambal “SS”.

d. Nursery Room

Ruang khusus ibu menyusui. Kabar gembira bagi ibu menyusui karena di Waroeng Spesial Sambal Kediri menyediakan ruangan khusus bagi ibu untuk menyusui putra-putrinya.

e. Toilet

Toilet yang bersih dan nyaman digunakan. Waroeng SS berkeyakinan bahwa toilet yang bersih dan nyaman digunakan

dapat menjadi dasar yang kuat bagi pelanggan untuk kembali mengunjungi Waroeng Spesial Sambal Kediri¹¹.

C. Temuan Penelitian

Dari pengamatan penulis terkait penerapan Strategi *branding* dalam meningkatkan kualitas pelayanan Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri, terdapat beberapa temuan diantaranya:

1. Strategi *Branding*

Strategi *branding* yang dilakukan Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri yaitu dengan menggunakan poster “Garansi Kekecewaan”. Garansi ini ditujukan apabila pelanggan merasa kecewa dengan rasa masakan yang di sajikan seperti keasinan, kurang pedas, terlalu manis, terlalu pedas dan lainnya. Garansi tersebut berbentuk poster yang terpampang di dinding dan terdapat di Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri.

2. Munculnya Pesaing

Di JL. Pahlawan Kusuma Bangsa memang terdapat banyak pengusaha bidang kuliner, sehingga persaingan di bidang usaha kuliner semakin ketat. Namun Waroeng Spesial Sambal “SS” cabang Kediri tetap menjadi incaran para konsumen dan calon konsumen, karena di Waroeng ini terdapat banyak fasilitas dan promo promo menarik. Begitu juga untuk pelayanan yang baik. Itulah keunggulan Waroeng dalam menghadapi pesaing.

¹¹ Web Profil Waroeng Spesial Sambal, [https://www. Waroengss.com/article/profile](https://www.Waroengss.com/article/profile), diakses pada tanggal, 15 Januari 2020.

3. Adanya promo menarik

Waroeng Spesial Sambal “SS” menggunakan promo menarik dengan mengadakan Kuis Waroeng di akun IG dan FB. Dimana pemenang kuis akan mendapatkan Voucher Rp. 50.000,- yang dapat ditukarkan makanan di semua cabang Waroeng Spesial Sambal “SS”.

4. Adanya Fasilitas

Waroeng Spesial Sambal “SS” Kediri memberikan fasilitas yang cukup lengkap kepada seluruh konsumen. Untuk memberikan kenyamanan ke konsumen berupa, tempat parkir yang luas, smoke area, musholla, nurse room, dan toilet.