

# **MANAJEMEN BISNIS RESTORAN**

# Manajemen

manajemen adalah proses untuk menyediakan sarana dan sumber daya serta mempergunakannya sedemikian rupa sehingga berhasil mencapai tujuan atau sasaran dengan tepat (efektif) dan hemat (efisien).

# ALAT UKUR PRESTASI MANAJEMEN

- Efisiensi, yaitu kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar, ini merupakan konsep matematik yang memperhitungkan ratio antara keluaran (ouput) dan masukan (input).
- Efektivitas, yaitu merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

# ALASAN UTAMA DIPERLUKANNYA MANAJEMEN

- 1) Untuk mencapai tujuan: baik tujuan organisasi maupun tujuan pribadi.
- 2) Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Adakalanya terjadi saling bertentangan antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi seperti: pemilik, karyawan, konsumen, masyarakat, pemerintah dan sebagainya.
- 3) Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Merupakan salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk menilai prestasi kinerja organisasi.

# MANAJEMEN YANG BAIK

- (1) menyusun rencana
- (2) melakukan pengorganisasian
- (3) melaksanakan
- (4) mengendalikan/mengawasi dengan baik, sehingga hubungan antara penyedia barang dan jasa (penjual) dengan pengguna barang dan jasa (pembeli) saling menguntungkan. aktivitas inilah yang dinamakan manajemen usaha.

# Untuk mendapatkan peluang, informasi yang diperlukan antara lain tentang:

- 1) Produk, meliputi: jenis, spesifikasi, desain, kegunaan, mutu, proses, teknologi dan ketrampilan.
- 2) Pasar, meliputi: perkiraan besarnya permintaan pasar untuk menentukan volume penjualan, siapa calon konsumen, lokasi penyebaran konsumen, rantai tata niaga, barang-barang sejenis yang menjadi pesaing serta cara- cara pemasaran.
- 3) Pendanaan, meliputi jumlah dana yang diperlukan, lembaga perbankan pemberi dana, kebijakan dan persyaratan kredit, tingkat bunga, jangka waktu pengembalian dan jaminan kredit.
- 4) Perijinan, ketenaga kerjaan, bahan baku, bahan pembantu, transportasi dan komunikasi.



Gambar 24.1 Restoran



Gambar 24.3 Café



Gambar 24.2 Warung Lesehan



Gambar 24.4 Kantin Sekolah

# PEMASARAN

- a. Memahami kebutuhan konsumen dengan baik yaitu menemukan kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Mendesain produk, membuat produk, dan mengembangkan atau menyempurnakan.
- c. Menetapkan harga produk sehingga konsumen mampu membelinya
- d. Mendistribusikan produk supaya produk mudah diperoleh.
- e. Mempromosikan produk secara efektif.

# Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

- Marketing Mix (Bauran pemasaran) adalah seperangkat “alat” pemasaran yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.
- Terdapat empat elemen bauran pemasaran yang dikenal dengan empat P yaitu product, price, place, dan promotion. Walaupun 4P bisa digunakan untuk produk (barang dan jasa), sebagian kalangan menganggap bahwa 4P berfungsi lebih baik untuk produk barang dibanding jasa.
- Sekarang ini berkembang menjadi 7P karena dianggap yang lebih sesuai/cocok untuk jasa, 3P yang lain adalah People (partisipan/karyawan), Process (proses) dan Physical evidence (lingkungan atau bukti fisik).

# Produk (Product)

*Produk adalah apapun yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.*

# Cakupan Produk

- Keanekaragaman
- Kemasan
- Kualitas
- Ukuran
- Desain/rancangan
- Pelayanan
- Bentuk
- Jaminan
- Merek
- Pengembalian

Faktor permintaan:

- selera pembeli
- daya belinya

Faktor penawaran:

- biaya produksi
- biaya pemasaran
- jumlah persaingan

Tiga faktor dari pihak penawaran ikut menentukan harga produk, sehingga dalam menetapkan harga harus memperhatikan:

- Permintaan
- Biaya
- Persaingan

# Tempat/Distribusi (Place)

Macam-macam saluran distribusi:

1. Saluran distribusi langsung, dari produsen kepada konsumen tanpa perantara.
2. Saluran distribusi semi langsung, menggunakan satu perantara (misalnya: pengecer) yang mengantarkan produk dari produsen kepada konsumen.
3. Saluran distribusi tidak langsung. (Menggunakan lebih dari satu perantara misalnya: pedagang besar dan pengecer)

# Pemilihan Lokasi Usaha

1. Potensi “trading area”
2. Kemudahan untuk dicapai
3. Potensi untuk berkembang
4. Fasilitas komunikasi
5. Jarak dari sarana bisnis
6. Keadaan ekonomi lingkungan
7. Kemungkinan untuk ekspansi

# Promosi (Promotion)

## Pengertian Promosi

Seberapa baik dan berkualitasnya produk yang dihasilkan perusahaan, tetapi jika tanpa promosi maka produk itu tidak dikenal dan dibeli konsumen.

# TUJUAN PROMOSI

1. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk perusahaan
2. Menginformasikan persepsi atau image yang ingin disampaikan perusahaan.
3. Mendorong pemilihan dan pembelian produk perusahaan
4. Membujuk pelanggan untuk tetap setia pada produk perusahaan
5. Menstabilkan volume penjualan

# KARYAWAN (PEOPLE)

- Pelaksanaan internal marketing antara perusahaan-karyawan ini dilakukan perusahaan dengan memberi dorongan kepada kinerja karyawan dan memberikan reward untuk kinerja yang baik.
- Karyawan yang tidak merasa senang bekerja di perusahaan akan menjadi teroris.
- Tren saat ini adalah Customer comes second, perusahaan mengutamakan kepuasan karyawannya terlebih dahulu, baru kemudian konsumennya.
- Hal ini dikarenakan karyawan yang puas akan memuaskan konsumen.

# LINGKUNGAN FISIK (PHYSICAL EVIDENT)

- Physical evidence, yaitu tampilan fisik perusahaan yang akan menentukan nilai perusahaan dimata konsumen.
- Kebenaran di mata konsumen terjadi saat konsumen melihat properti perusahaan, seperti gedung, fasilitas, peralatan, kenyamanan ruangan, dekorasi ruang, dan resepsionis perusahaan.

# PROSES (PROCESS)

- Proses memproduksi jasa yang sesungguhnya, yaitu pelanggan dapat melihat semua atau paling tidak sebagian dari proses.
- Pelanggan dapat berpartisipasi dalam proses tergantung pada seberapa besar manajer menginginkan untuk menghemat uang dan melibatkan mereka sebagai bagian dari pengalaman yang mereka beli.
- Bagaimanapun proses pelayanan harus mempermudah untuk menjalankan bisnis, dengan kata lain proses tersebut harus membantu dan justru tidak mempersulit.