

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya kuliner semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dunia kuliner saat ini telah menjadi sasaran empuk bagi para pengusaha, saat ini ada banyak sekali model usaha kuliner yang bisa kita jumpai mulai dari usaha kecil hingga besar. Di kota Yogyakarta khususnya, ada ratusan perusahaan yang menawarkan berbagai jenis kuliner mulai dari yang tradisional hingga modern, mulai dari belahan dunia timur hingga ke barat.

Oleh karena banyaknya *competitor* di dunia usaha kuliner, maka perusahaan yang ada seharusnya mampu mempresentasikan sesuatu yang unik dan khas agar konsumen bisa merasakan perbedaan antara perusahaan satu dan yang lainnya. “The House of Raminten” sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner hadir dengan konsep yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Keunikan muncul ketika *HoR* berhasil mengkombinasikan konsep tradisional Jawa dengan modern. Perpaduan ini menghasilkan citra Jawa tradisional yang modern sebagai identitas perusahaan.

Konsep tradisional modern dapat juga dilihat dari beberapa aspek berikut; gaya bangunan dan interior, atribut dan seragam, aksesoris yang menunjang hingga pelayanan. Selain melestarikan budaya Jawa, “The House of Raminten” menambahkan pula aspek modern agar segmen pengunjung semakin luas. Hal ini

diyakini selain sebagai salah satu strategi marketing juga sebagai bentuk ungkapan rasa cinta terhadap kebudayaan Jawa oleh sang pemilik Hamzah atau yang dikenal sebagai sosok Raminten.

“The House of Raminten” berlokasi di Jalan FM Noto no 7, Kota Baru, Yogyakarta. Hamzah Sulaeman, nama di balik suksesnya “The House of Raminten”, perjalanan bisnis berliku telah ditempuh dalam mengembangkan usahanya ini. Nama Raminten diambil dari tokoh Raminten yang pernah diperankan Hamzah dalam sebuah program bernama *Pengkolan* yang pernah tayang di JogjaTV. Raminten sebetulnya adalah tokoh wanita. Dalam program itu, Hamzah berdandan ala wanita Jawa, lengkap dengan kebaya dan sanggulnya.

Bertandang ke restoran yang satu ini memang berbeda dengan restoran pada umumnya. Suasana Jawanya begitu kental terasa. Alunan gending Jawa mengalun tanpa henti. Pelayan yang mondar-mandir meladeni tamu juga berparas elok dan mengenakan fesyen kasual yang dikombinasi dengan atribut pakaian tradisional Jawa. Mereka menenteng sebuah *handy talky* untuk berkomunikasi dengan rekan lainnya. Bisa dimaklumi, karena kunjungan tamu yang memang selalu padat di rumah makan ini. Satu lagi hal unik di tempat ini adalah tidak adanya kasir. Proses pembayaran dilakukan sesaat setelah memesan makanan langsung kepada para pelayannya.

HoR didirikan secara resmi sekitar sembilan tahun yang lalu, tepatnya pada tanggal 26 Desember 2008. Ketika itu, HoR hanya berangkat dari ide iseng Hamzah dalam mengisi waktu luangnya. Pensiun dari mengurus bisnis sebelumnya, yaitu toko batik dan souvenir Mirota yang terletak di Jalan

Malioboro (sekarang berganti nama menjadi Hamzah Batik), Hamzah kemudian iseng berjualan jamu dan membuka *angkringan* sederhana di sebuah pendopo yang tadinya merupakan tempatnya berlatih menari (Wawancara via Whats App dengan Bayu, *HRD The House of Raminten*).

Tak disangka, kedai jamu dan *angkringan* sederhana ini ternyata menarik banyak pembeli. Usaha pun berkembang hingga seperti sekarang ini, bahkan telah berhasil membuka dua cabang lainnya di DI Yogyakarta.

Konsep *House of Raminten* dalam menghadirkan menu sangat unik dan berbeda. Hamzah menyajikan hidangan-hidangan khas masyarakat Yogyakarta yang bahkan selama ini identik dengan masyarakat kelas bawah. Nasi Kucing, misalnya, dihargai sama dengan harga yang ada di kaki lima. Es Kelapa yang banyak dijual di gerobak pinggir jalan, disajikan dengan ukuran *jumbo* dan gelas cantik yang sangat besar. Menu-menu lain bahkan tidak saja mengenyangkan perut, tapi juga menggelitik perut. Sebut saja Es Perawan Tancep, Susu Putih Mulus, Ayam Koteka dan Es Monster (lemon serei). Dengan harga yang tergolong sangat terjangkau, tak heran jika hampir setiap waktu rumah makan ini dipadati pengunjung.

Aksi tak biasa rumah makan ini juga terlihat dari beberapa tulisan di area ruang tunggu. Papan peringatan untuk para tamu misalnya. Tertulis: *Mohon perhatian! "Barang" anda (handphone, dompet, sisir, kaca mata, tas, jaket, tas, topi, gergaji, setrika, dll) supaya jangan sampai ketinggalan. "Maaf jika menunggu lama, karena kami lulusan SLB!"*. Raminten tampaknya tak ingin para tamunya antri menunggu dengan perasaan bosan.

Sebagai salah satu restoran favorit di Yogyakarta, *House of Raminten* melayani tamunya selama 24 jam sehari. Hampir setiap hari antrian tamu tak kunjung reda. Ketika kita mencoba memasukkan *keyword* pencarian di google tentang 10 tempat wisata kuliner favorit Jogja, “The House of Raminten” selalu masuk ke dalamnya. Ada banyak jumlah blog yang mengulas tentang keunikan tempat ini. Para netizen juga mengulas bahwa “The House of Raminten” telah menjadi salah satu ikon kuliner di Yogyakarta.

Ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan rupa sebagaimana yang dikenali oleh pemakainya (Budiman, 2004:29). Artinya, ikon kuliner dapat dimaknai sebagai makanan atau tempat makan yang menandai atau menjadi khas suatu daerah. Berkunjung ke “The House of Raminten” memang terasa sekali nuansa Jogja yang istimewa, baik dari tempat dan juga menu makanannya. Hal inilah yang barangkali membuat para netizen menganggap bahwa “The House of Raminten” adalah salah satu ikon kuliner di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari ide iseng untuk mengisi waktu luang seorang pensiunan dengan mendirikan sebuah kedai jamu dan *angkringan* sederhana yang kini menjadi resto tradisional modern sekelas bintang lima namun dengan harga yang murah, bangunan yang awalnya hanya 1 lantai namun kini telah menjadi 3 lantai, pembukaan 2 cabang lainnya di Yogyakarta, kenaikan omset sekitar 20-30% setiap tahunnya, itulah “The House of Raminten” (Wawancara via Whats App dengan Bayu, *HRD* The House of Raminten).

Angkringan sederhana “The House of Raminten” berhasil memadukan konsep tradisional Jawa dan moderen lalu berubah menjadi resto berkelas dengan harga yang relatif murah, diliput berbagai stasiun TV lokal dan nasional, menjadi ulasan berbagai pihak di media sosial, masuk ke dalam daftar 10 tempat wisata kuliner yang wajib dikunjungi di Yogyakarta, dan dianggap sebagai salah satu ikon kuliner tradisional di Yogyakarta. Semua hal tersebut tentu tidak terjadi begitu saja.

Ada permasalahan-permasalahan menarik yang dirasa perlu untuk diteliti lebih mendalam. Strategi pemasaran yang baik, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung untuk sementara diyakini sebagai faktor-faktor penyebab perubahan drastis yang terjadi di “The House of Raminten”. Namun hal ini tentu saja perlu dibuktikan terlebih dahulu melalui sebuah penelitian yang mendalam.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka poin-poin yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mengapa “The House of Raminten” dapat berubah dari sebuah *angkringan* sederhana menjadi sebuah resto tradisional modern ?
2. Mengapa “The House of Raminten” bisa menjadi salah satu ikon kuliner tradisional di Yogyakarta ?
3. Bagaimanakah strategi pemasaran, pelayanan dan kepuasan pengunjung “The House of Raminten” ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab perubahan yang terjadi di “The House of Raminten”, faktor yang menjadikan “The House of Raminten” sebagai salah satu ikon kuliner di Yogyakarta, dan menganalisis strategi pemasaran, pelayanan dan kepuasan pengunjung “The House of Raminten”.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola, hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi paparan informasi dan pengetahuan tentang apa yang telah dilakukan pihak pengelola selama ini, bagaimana strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung “The House of Raminten” dan semoga bisa menjadi acuan untuk mengatur strategi selanjutnya demi eksistensi dan perkembangan “The House of Raminten”.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang cukup lengkap terkait informasi tentang “The House of Raminten”.
- c. Bagi pesaing sejenis, diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi cerminan atau pedoman untuk bisa menciptakan sebuah usaha kuliner yang memiliki nilai khas dan diferensiasi yang tinggi. Belajar dari perjalanan “The House of Raminten”.

2. Manfaat Teoritis

Memberikan pengetahuan tentang proses tranformasi yang terjadi di “The House of Raminten” berikut faktor penyebab juga dampaknya. Dapat diketahui pula mengapa HoR banyak diminati konsumen. Harapannya, semoga semua hasil ini akan menjadi bahan pembelajaran bagi siapa saja yang mempunyai niat atau minat untuk membuka usaha di bidang kuliner, bukan tentang bagaimana harus menjadi seperti “The House of Raminten”, melainkan belajar tentang hal-hal positif yang mereka lakukan sehingga bisa menjadi seperti sekarang.

