

Jejak Artikel:

Unggah: 11 Mei 2024;

Revisi: 24 Mei 2024;

Diterima: 2 Juni 2024;

Tersedia Online: 10 Agustus 2024

Strategi Bisnis Waralaba Rumah Makan Sambal Lalap Dalam Menjaga Citra Perusahaan

Rizky Fauziah¹, Anzu Elvia Zahara², Nurlia Fusfita³

¹²³Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

rizkyfauziah664@gmail.com, anzuelviazahara@uinjambi.ac.id, nurliafusfita@uinjambi.ac.id

Menurut temuan penelitian ini, industri restoran hadir di banyak tempat saat ini. Akibatnya, untuk bertahan dalam menghadapi meningkatnya tingkat persaingan yang ketat dan kondisi sosial yang bergeser, pemilik bisnis restoran harus terus-menerus fleksibel dan responsif. Merancang strategi dalam setiap perusahaan atau usaha penting bagi keberlangsungan usaha yang dilakukan dikarenakan strategi memiliki peran tersendiri dan memiliki andil yang cukup besar bagi kelancaran perusahaan atau usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, dengan melakukan penelitian di rumah makan sambal lalap, peneliti dapat mengetahui seperti apa strategi bisnis waralaba rumah makan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Spesifikasi penelitian ini bersifat deskriptif dan kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif artinya data dihimpun berbentuk kata-kata atau gambar, bukan berupa angka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan sangat dipengaruhi oleh strategi. Mulai dari arsitektur strategi, transformasi strategi, sampai implementasi strategi. Pepatah kuno Jepang mengatakan, “Visi tanpa tindakan adalah mimpi siang hari. Tindakan tanpa visi adalah mimpi buruk”. Maka dari itu kesimpulan dari penelitian ini bahwasannya pendapat konsumen terhadap rumah makan sambal lalap dapat diketahui melalui kinerja karyawannya. Upaya rumah makan sambal lalap dalam mempertahankan *image* produknya dapat dilihat dari bagaimana cara seorang pemimpin mengatur perusahaannya. Beberapa prinsip syari’ah yang di terapkan oleh rumah makan sambal lalap: Prinsip Keberkahan (*Barakah*), Keberlanjutan, Larangan Produk Haram, Keharmonisan Dan Kesopanan, Kualitas Dan Profesionalisme. Pentingnya dalam menjaga citra perusahaan, karena sangat berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaannya kelak serta menyusun strategi yang matang demi keberlangsungan perusahaan kedepannya.

Kata Kunci: Bisnis, Citra Perusahaan, Rumah Makan, Strategi

Pendahuluan

Dalam perkembangan saat ini, kebutuhan akan produk pangan dalam bermacam bentuk dan rasa dimanfaatkan menjadi alat untuk menghasilkan pendapatan. Maka, ada banyak jenis bentuk dan rasa makanan yang di pasarkan oleh pengusaha makanan dan minuman. Dengan berkembangnya bisnis makanan saat ini, tidak hanya peluang bisnis yang terbuka bagi para pemula, namun banyak perusahaan yang berkembang dan memiliki gerai di seluruh kota di Indonesia. Sebagian terletak di kota Jambi yaitu Rumah Makan Sambal Lalap. Rumah makan sambal lalap ini ialah bagian dari restoran Ayam Bakar Wong Solo Group yang mana telah mengembangkan bisnisnya dengan membuka cabang di beberapa daerah seperti yang terlihat saat ini, bahkan restoran Ayam Bakar Wong Solo sudah membuka lokasi di luar Indonesia, seperti di Timur Tengah.

¹Coressponden: Rizky Fauziah. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Jl. Arif Rahman Hakim No.111 Simpang IV Sipin Telanai Pura, Kota Jambi. rizkyfauziah664@gmail.com

Sejalan dengan perkembangan sekarang, usaha makanan dan minuman juga makin pesat. Usaha pangan cenderung selalu tumbuh baik jumlah ataupun kualitasnya. Hal ini dengan adanya bermacam fasilitas catering. Salah faktor perkembangannya adalah keadaan saat ini yang terus membaik dan berkembang mendukung masyarakat untuk membuat bisnis baru. Selain itu perkembangan ini dipengaruhi oleh gastronomi yang menjadi gaya hidup.

Pertarungan bisnis sekarang semakin ketat dan para pembisnis perlu menentukan strategi bisnis yang tepat terhadap produk dan jasa yang mereka jual. Pada akhirnya, organisasi harus memiliki pilihan untuk memikirkan teknik untuk mencapai produk dan layanan mereka sedemikian rupa, untuk membuat insentif yang lebih menonjol bagi klien.

Metodologi dibutuhkan manusia karena dengan metode adalah normal bahwa suatu tindakan dapat terlaksana dengan benar. Sebagai manusia yang memiliki moral, maka strategi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari tentunya bersifat positif dan bermanfaat serta tidak merugikan orang lain, sehingga menciptakan keadaan yang nyaman dan lebih baik atau menguntungkan bagi kedua belah pihak. Strategi pada hakikatnya mengacu pada perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan ini, strategi Anda harus lebih dari sekadar peta jalan menuju arah. Strategi juga harus menyediakan taktik operasional. (YOLANDA AGNITA et al., 2021)

Image merupakan aspek yang sangat penting bagi sebuah bisnis. Bisnis melakukan banyak hal untuk mempertahankan reputasinya yang baik. Ada banyak hal yang dapat orang laksanakan guna mengembalikan gambaran positif diri mereka sebelumnya, terlebih saat mereka telah melaksanakan hal-hal pemicu keburukan sebelumnya. Perusahaan yang memiliki citra yang baik menurut pelanggan, produk dan layanan mereka cukup memuaskan pembeli daripada perusahaan yang tidak memiliki citra. Karyawan perusahaan sendiri juga mendapat manfaat dari citra positif. Karyawan yang dipekerjakan oleh bisnis yang memiliki citra publik yang positif terdapat perasaan puas yang mampu memotivasi agar berusaha lebih produktif. Sehingga pengembangan dan manfaat organisasi meningkat.

Masyarakat secara umum akan dihadapkan pada permasalahan yang bersifat ekonomi, yaitu permasalahan dimana pelaku usaha atau seseorang dalam masyarakat harus mengambil keputusan mengenai cara yang terbaik dalam menjalankan kegiatan perekonomian. (Sukirno Sadono, 2016)

Bisnis *franchise* atau waralaba adalah sebuah tatanan usaha yang menawarkan barang dan jasa. Dalam tatanan tersebut, satu owner (pemberi waralaba) memberikan lisensi kepada pemilik waralaba lain (pemberi waralaba atau penerima waralaba) untuk beroperasi di bawah nama dagang pemilik waralaba.

Menjalankan bisnis franchise tidaklah sulit, karena franchisor hanya perlu menjual produk yang sudah ada pasarnya dan sistem yang siap pakai. Namun kelemahan model bisnis ini adalah tidak memungkinkan pewaralaba mengubah aspek apa pun dari keseluruhan model bisnis tempat mereka beroperasi. Bisnis waralaba juga memiliki keuntungan karena memiliki gambaran yang telah ditentukan terhadap produk yang dijualnya, sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan kualitas produk yang dibelinya, dan risiko keagalannya lebih kecil.

Bisnis

Bisnis ialah suatu organisasi yang menjual barang/jasa ke pelanggan atau bisnis lain untuk mendapatkan profit. Berdasarkan sejarah, kata "bisnis" adalah bahasa Inggris "*business*", yang bersumber dari kata "*busy*" artinya "sibuk". Hal ini bermakna, sibuk dengan aktivitas dan tugas yang menguntungkan.

Secara etimologis, "bisnis" berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "perusahaan" sendiri mempunyai tiga kegunaan, tergantung pada ruang lingkupnya. Penggunaan tunggal kata "bisnis" mengacu pada badan usaha, yaitu badan hukum (legal), teknis, atau ekonomi yang tujuannya memperoleh keuntungan.

Berikut beberapa pengertian bisnis menurut para ahli:

- a. Pengertian usaha menurut Owen adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang distribusi dan produksi barang-barang yang kemudian dijual di pasar, atau yang memberikan harga yang wajar untuk suatu jasa.
- b. SM Menurut Hunt dan Urwick, pengertian bisnis adalah setiap usaha yang memproduksi, mendistribusikan, atau menyediakan berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan oleh anggota masyarakat lainnya dan yang bersedia dan mampu membeli atau membayarnya.
- c. Bapak L.R.Dixie menyatakan bahwa pengertian bisnis adalah suatu bentuk kegiatan yang tujuan utamanya adalah menghasilkan keuntungan bagi orang yang melakukan kegiatan tersebut atau mereka yang berkepentingan untuk melakukan kegiatan tersebut.(Kamaluddin Apiaty, 2017)

Secara sederhana, bisnis ialah semua aktivitas yang dilaksanakan seseorang atau lebih yang terstruktur saat mencari laba dengan cara menyediakan produk yang diperlukan oleh masyarakat.(Kurniullah Ardhariksa Zukhruf et al., 2021)

Bisnis Dalam Perspektif Islam

Berdasarkan pendapat Raymond E. Gross yang dikutip Umar dalam bukunya yang berjudul *Bisnis: Sifat dan Lingkungannya: Pendahuluan*, bisnis adalah yang dilakukan oleh orang-orang dalam bidang perdagangan, perindustrian, dan barang-barang; Penting untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan kualitas hidup.

Bisnis syariah meruakan sebuah usaha yang dapat dilaksanakan dengan mengubah sesuatu yang semula tidak dapat menghasilkan sesuatu yang bernilai menjadi sesuatu yang bernilai dan dengan menyampaikan niat dan tekad yang kuat yang apabila dijalankan dengan baik dan benar maka akan mendatangkan kesuksesan (Haralan Toybar).

Bisnis syariah adalah bisnis yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah dengan memperhatikan segala bentuk larangan yang dilarang oleh hukum Islam serta memberikan keberkahan dan keridhaan kepada Allah Pencipta alam semesta.(Latifah Eny, 2020)

Nabi Muhammad SAW adalah sosok inspiratif baik di kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, bernegara. Beliau menjadi idola pimpinan dari segala bidang, baik bidang politik, bisnis, dan lain-lain.

Nabi Muhammad SAW memberikan contoh dalam berbisnis sangat perlu memiliki kesabaran, tekad buat, kecerdasan, dan amanah di dalam menjalankannya. Kesabaran dan tekad akan menjadi senjata kita bila bisnis mengalami kegagalan, kecerdasan akan sangat berperan dalam pengelolaan dan penentuan kebijakan akan masa depan bisnis yang dijalankan. Sedangkan amanah menjadi perisai kita dalam mendalami karakteristik partner dengan beraneka ragam serangan yang terkadang membuat kita terlena dan menyepelkan amanah yang menjadi titipan kita dalam berbisnis.(Latifah Eny, 2020)

Strategi

“Strategi” bersumber dari bahasa Yunani *strategos* (*stratos* = militer, *ag* = memimpin), maknanya sesuatu yang dialankan seorang komandan perang guna membuat pengaturan guna mengalahkan musuh. Deskripsi tersebut dikemukakan juga oleh seorang pakar yaitu Clausewitz. Sehingga, wajar jika istilah strategi sering digunakan dalam bidang peperangan. Istilah strategi pertama kali digunakan dalam dunia militer pada tahun.

Umumnya, kita mendeskripsikan strategi adalah metode untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Krausewich, strategi ialah seni memanfaatkan peperangan untuk memenangkan pertempuran. Strategi ialah skema dalam mencapai sebuah tujuan. Strategi ini terdiri dari kegiatan-kegiatan utama yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan(Yunus Eddy, 2016).

Mengacu pada waktu dan peningkatan persyaratan dalam bisnis, cara berpikir sistem perang diambil oleh dunia pertukaran dan diterapkan di pasar. Pemanfaatan konsep sistem perang di bidang pertukaran berarti mengikuti situasi organisasi dan juga menumbuhkan kontrol pasar. Dengan kata lain, pemakaian strategi dalam dunia perdagangan bertujuan untuk meningkatkan

keunggulan daya saing dan mempertahankan eksistensi keunggulan daya saing.(Yam Jim Hoy, 2020)

Dalam penelitian ini, menggunakan teori yang dikemukakan oleh Fred R. David. Dalam teori manajemen strategik milik David mengemukakan tiga tahapan strategi, yaitu perumusan strategi, implementasi atau penerapan strategi, dan evaluasi strategi (Ritonga Zuriani, 2020).

Strategi Bisnis Syariah

Syariah merupakan sebuah cara pandang konseptual tentang pemasar sekaligus konsumen sebagai manusia seutuhnya dengan sifat yang rasional, emosional, dan spiritual. Strategi pemasaran yang dicanangkan dan dilaksanakan berdasarkan *Syariah* memungkinkan perusahaan memberikan kepuasan pelanggan secara alamiah dan maksimal. Kepuasan secara alamiah maksudnya adalah kepuasan yang jujur, tanpa rekayasa, tanpa manipulasi, dan tanpa pembodohan. Sedangkan kepuasan secara maksimal maksudnya adalah nilai manfaat dan pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan sangat tinggi.(Rahman Fadali & Kunaifi Aang, 2022)

Mengutip pendapat dari pakar *sales & marketing*, Rhenald Kasali, Ph.D, "Ada ilmu pemasaran yang jarang dibicarakan, namun isinya memuat nilai-nilai spiritual dan ciri-ciri yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW. Ilmu itu adalah pemasaran syariah. Seperti yang dijelaskan dalam definisi data, pemasaran syariah adalah solusinya kebutuhan pasar yang bermimpi menjalankan bisnis yang baik sesuai aturan yang memuat nilai-nilai agama dan kejujuran atau benar, amanah atau terpercaya dan kokoh, Fathanah atau cerdas dan cerdas, Tabligh atau jelas dan informatif.

Peranan syariat dalam pemasaran berarti memahami pentingnya nilai-nilai etika dan moral dalam pemasaran, sehingga perusahaan tidak boleh langsung menjalankan usahanya semata-mata untuk kepentingan pribadi, melainkan berdasarkan nilai-nilai, dan bahkan berubah. Kami bertujuan untuk memberikan kontribusi kepada para pemangku kepentingan untuk menjaga keseimbangan laju bisnis dan menjadi perusahaan yang berkelanjutan (Bayanuloh Ikhsan, 2019).

Waralaba

Frasa Latin "bebas dari perbudakan" atau "bebas dari ikatan atau kungkungan" adalah sumber istilah "waralaba." Dilihat dari asal kata, waralaba menyarankan kebebasan dalam kepemilikan bisnis. Ini berarti bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam kerjasama, berdasarkan perjanjian atau kontrak, memiliki perusahaan tersebut dan mengoperasikannya secara mandiri.

Hak kekayaan intelektual (HKI), seperti merek, rahasia perusahaan, paten, dan hak cipta, sangat dibatasi. HKI dikuasai sepenuhnya oleh pemilik (pemberi waralaba) dan hanya "dipinjamkan" untuk tujuan komersial dalam waktu yang ditentukan. Peminjaman dan penggunaan hak kekayaan intelektual (khususnya nama merek) diatur secara hukum oleh perjanjian lisensi atau waralaba.

Istilah "*franchise*" dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai "waralaba," yang berasal dari kata Sanskerta "wara," yang berarti lebih, dan "laba," yang berarti keuntungan. Oleh karena itu, waralaba merujuk pada "lebih menguntungkan "(Karamoy Amir, 2013).

Konsep Rumah Makan

Usaha tempat makan sekarang makin terkenal baik di perkotaan maupun di desa. Perkembangan peradaban yang makin canggih, pola hidup penduduk juga berubah. Restoran ini berkembang pesat dan menawarkan berbagai macam menu. Kombinasi harganya pun beragam, dari yang sederhana dan murah hingga yang mewah dan mahal. Perkembangan industri katering membawa banyak aspek positif yang mendatangkan peluang usaha baru dan memperluas lapangan kerja. Catering merupakan perusahaan di bidang jasa katering yang menyediakan jasa pemesanan makanan dan minuman untuk jamuan makan besar maupun kecil.

Pelayanan adalah cara memberikan makanan dan minuman kepada pelanggan. Sehingga, dapat diartikan bahwa catering ialah salah satu alternatif usaha pangan yang sangat menjanjikan dan dapat digunakan untuk memulai usaha baru, memanfaatkan waktu luang, atau menekuni hobi yang dapat menambah pendapatan keluarga.

Dilihat dari arti katanya, restoran berasal dari kata restorasi yang berarti memulihkan atau memperbaiki keadaan setelah bekerja. Seseorang yang bekerja dari pagi hingga siang awal, mengalami kekurangan energi atau kalori, sehingga diperlukan usaha untuk pulih dengan menghabiskan makanan atau minuman di tempat tertentu. Tempat di mana seseorang dapat mengisi kembali energi atau kalori dalam tubuh disebut "pemulihan (*restoration*).". Setelah itu, pemulihan atau *restoration* berevolusi menjadi kata "restaurant" dan istilah Indonesia "restoran." (Ekawatiningsih Wika Rinawati Prihatuti, 2020)

Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Frank Jefkins mendefinisikan citra perusahaan itu adalah: "Citra perusahaan merupakan kesan terhadap satu organisasi yang di bentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman". Selanjutnya Frank Jefkins menjelaskan: "Citra suatu perusahaan dibentuk oleh berbagai faktor, antara lain: Sejarah perusahaan, keberhasilan dan stabilitas ekonomi, kualitas produksi, keberhasilan ekspor, hubungan kerja dan reputasi sebagai pemilik perusahaan, serta tanggung jawab sosial dan hasil penelitian." (Hakim A. Rahman, 2015)

Melalui citra perusahaan dapat membantu publik dalam mengidentifikasi perbedaan kualitas perusahaan yang sejenis dalam menentukan pemilihan guna memenuhi kebutuhannya. Citra perusahaan positif yang terdapat pada perusahaan akan membentuk perusahaan yang positif dalam benak publik terhadap produk ataupun jasa dari perusahaan juga mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan menekankan tiga jenis citra: "citra eksklusif," "citra inovasi," dan "citra yang menguntungkan. Citra eksklusif adalah citra yang ditekankan oleh perusahaan besar, dan eksklusivitas adalah kemampuan untuk menawarkan berbagai jenis manfaat terbaik kepada pelanggan. Sebaliknya, citra inovatif merupakan citra yang menonjol karena memungkinkan perusahaan menawarkan produk baru dengan desain atau model yang berbeda dari produk sejenis yang ada di pasaran. Sebaliknya, citra yang murah dan cerah merupakan citra perusahaan yang mampu menyediakan produk bagus dengan harga terjangkau.

Berdasarkan uraian di atas, citra suatu perusahaan yang baik bermanfaat dalam daya saing, di mana perusahaan berusaha dalam menyusun strategi pemasaran dan memenangkan persaingan pasar. (YOLANDA AGNITA et al., 2021)

Metode

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memberikan data deskriptif berupa tindakan, suara, dan tulisan orang yang diamati. Pendekatan kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif dalam bentuk audio dan tulisan serta perilaku yang dapat diamati pada individu, kelompok, komunitas, atau organisasi tertentu dan diselidiki dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik perspektif (Tersiana Andra, 2018).

Spesifikasi penelitian ini bersifat deskriptif dan kualitatif. Data penelitian kualitatif deskriptif menggambarkan hasil penelitian melalui penjelasan dan gambar saja. Hasilnya akan ditulis dan dijelaskan dengan kutipan dari data dan akan menjadi bukti presentasi Anda. Data tersebut meliputi transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya.

Hasil

Keberhasilan perusahaan sangat dipengaruhi oleh strategi. Mulai dari arsitektur strategi, transformasi strategi, sampai implementasi strategi. Pepatah kuno Jepang mengatakan, "Visi tanpa tindakan adalah mimpi siang hari. Tindakan tanpa visi adalah mimpi buruk".

Dalam praktiknya terlihat bahwa ada perusahaan yang strateginya tidak baik, tetapi masih eksis dan dapat bertahan sampai sekarang. Beberapa pertanyaan yang sering dilontarkan adalah, apakah strategi tidak berperan dalam keberhasilan perusahaan; atau apakah faktor di luar strategi lebih banyak berperan dalam menunjang keberhasilan perusahaan. Jawabannya memang tidak mudah, strategi dapat membantu keberhasilan perusahaan, walaupun tidak menjamin keberhasilan tersebut. Faktor lain di luar strategi tersebut masih banyak yang memengaruhi berhasil tidaknya perusahaan, termasuk diantaranya implementasi strategi yang menyangkut manusia maupun faktor selain manusia.(Hutabarat Jemsly, 2017)

Menurut hasil interview bersama bapak Eka Kharisna sebagai pegawai di rumah makan sambal lalap :

"Strategi utama sama seperti rumah makan pada umumnya yaitu mengedepan pelayanan, kebersihan serta citra rasa, mungkin dengan 3 hal tersebutlah yang telah kita jaga sejauh ini sehingga bisa menjaga reputasi kita, yaitu pelayanan yang baik, kebersihan yang nyaman, serta citra rasa yang tidak berubah".

Dalam dunia bisnis, hal yang sama juga terjadi, fenomena dan realita yang dihadapi mengajak kita untuk berpikir lebih mendalam mengenai pengelolaan dan strategi perusahaan.(Hutabarat Jemsly, 2017)

Dengan begitu, rumah makan sambal lalap ini semaksimal mungkin selalu menjaga dan mempertahankan peraturan serta kaidah syariah yang sudah dijalankan oleh perusahaan.

Pembahasan

Strategi Bisnis Waralaba Rumah Makan Sambal Lalap

Strategi yang telah dirumuskan oleh pemimpin, maka perlu di pahami oleh semua individu yang berkaitan dengan organisasi, mulai dari unsur struktural, pegawai, maupun mitranya. Oleh karena itu, seorang pemimpin harus mampu merumuskan strategi dengan baik agar orang lain dapat mudah memahaminya. Pemimpin yang berhasil merumuskan strategi, akan dapat memberikan arah organisasi sesuai dengan visi yang jelas, sehingga dapat mengurangi resiko kemungkinan terjadinya miskomunikasi.

a. Kualitas Pelayanan

Pentingnya memahami perilaku konsumen dan keputusan pembelian berlaku untuk semua jenis industri, termasuk sektor makanan (restoran). Perusahaan di bidang restoran harus mampu mengembangkan potensinya dalam menghadapi persaingan yang ketat dan dapat lebih mudah memprediksi dan mengatasi situasi persaingan dengan restoran lain dan semakin berkembangnya restoran local. Hal ini tentu saja berdampak pada restoran lokal. Pengusaha restoran memenangkan persaingan dan menarik pembeli sebanyak mungkin.

Kotler menjelaskan kualitas pelayanan sangat penting bagi restoran untuk menarik pembeli. Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan atau konsumen terhadap pelayanan suatu produk atau jasa yang diterimanya (*perceived service*) dan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expected service*).

Proses ini harus didefinisikan, dianalisis, dan dikelola untuk membantu konsumen membuat keputusan pembelian dan meningkatkan kepuasan konsumen. Memberikan layanan berkualitas memungkinkan restoran untuk sukses dan berkinerja terbaik. (Idrus Salim Al, 2021)

Dalam pemikiran Islam, diajarkan bahwa ketika sebuah bisnis memberikan layanan, baik dalam bentuk barang maupun jasa, harus memberikan sesuatu yang berkualitas baik. hal ini tampak dalam Al-Quran surah Al-Baqoroh ayat 267, yang menyatakan bahwa :

الأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
مِنهُ تُنْفِقُونَ وَلَا تَنْسُوا أَنَّهُ لَكُمْ بِأَخْذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ وَعَلِّمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman , nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan jangan lah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lgi Maha Terpuji.”*(Quran Al, n.d.-a)

Dari segi kehandalan yang mengacu pada kemampuan melayani konsumen dengan andal dan akurat, suatu pelayanan dapat diandalkan apabila interaksi karyawan dengan konsumen mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dipatuhi oleh karyawan tersebut. Ketelitian dan keakuratan ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan perusahaan.

Dari segi daya tanggap, daya tanggap mengacu pada kemauan atau kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan. Ini berkaitan dengan tingkat profesionalisme seorang karyawan. Dalam arti seorang karyawan yang profesional, yaitu seorang karyawan tersebut akan menunjukkan melalui kemampuan dirinya memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada konsumen.

Dalam segi asuransi terkait dengan keilmuan, adab dan rasa percaya diri dalam memberikan pelayanan, serta rasa hormat kepada pelanggan. Jika karyawan dari perusahaan tersebut dalam melayani konsumen memberikan rasa empati, dan adab yang baik sehingga dapat mendorong penilaian positif dari konsumen pada perusahaan tersebut.

Dari segi empati mengacu pada kesediaan karyawan untuk peduli terhadap konsumen dan memberikan perhatian individu. Sikap tersebut ditunjukkan melalui hubungan komunikasi, pemahaman dan perhatian terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen, serta dukungan konsumen ketika timbul masalah saat transaksi atau lainnya terkait dengan pelayanan perusahaan, perwujudan dari sifat rispek inilah yang membuat konsumen merasa terpenuhi kebutuhannya.

b. Menjaga Kebersihan

Setiap orang beranggapan bahwa yang terpenting dalam bisnis kelontong adalah laku, rasanya enak, dan untung banyak. Namun, membuat sesuatu terlihat cantik, indah, dan dapat dimakan bukanlah satu-satunya hal yang menjadi perhatian.

Konsumen pada jaman ini sudah sangat sadar terhadap kebersihan makanan, dengan memilih restoran yang bersih dan rapi. Bahkan pemerintah telah mengeluarkan peraturan melalui Keputusan Menteri Kesehatan nomor 1098 tahun 2003 tentang persyaratan hygiene sanitasi rumah makan dan restoran yang mengatur tentang seluruh kegiatan yang ada di restoran.

Kebersihan dan sterilitas dimulai dari perencanaan menu, pembelian bahan, penerimaan dan penyimpanan produk, pengiriman produk, penyiapan makanan, penyajian makanan kepada tamu, serta tugas pembersihan dan pemeliharaan.

Kebersihan yang dilakukan di area restoran diantaranya adalah perawatan gedung, perawatan lingkungan, kebersihan perabot dan furnitur, kebersihan peralatan makanan (alat hidang ataupun alat makan dan minum). Walaupun terdapat perbedaan sub sistem sanitasi yang disetarakan dengan ukuran usaha jasa makanan, namun masalah ini harus tetap memperhatikan setiap langkah kegiatan.(Ekawatiningsih Wika Rinawati Prihatuti, 2020)

Manager rumah makan sambal lalap ini sangat menekankan kepada seluruh karyawannya selain harus meningkatkan kualitas pelayanan, juga harus menjaga kebersihan. Karena menjaga kebersihan selain membuat nyaman pelanggan juga dapat membuat nyaman perusahaan itu sendiri. Dalam ajaran Islam dalam menjaga kebersihan tentu memiliki doktrin bersumberkan

pada ucapan Allah SWT pada Al-Quran, sebab Allah SWT menyukai orang-orang yang bersih sebagaimana bunyi ayat 108 surah At-Taubah berikut ini.

لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا ۚ لَمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَىٰ مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ ۗ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَنْ يَتَّطَّهَّرُوا ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُطَهَّرِينَ

Artinya : “Janganlah kamu bersembahyang dalam mesjid itu selama-lamanya. Sesungguhnya mesjid yang didirikan atas dasar takwa (mesjid Quba), sejak hari pertama adalah lebih patut kamu sholat di dalamnya. Di dalamnya mesjid itu ada orang-orang yang ingin membersihkan diri. Dan sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bersih.”(Quran Al, n.d.-b)

c. Menjaga Citra Rasa

Bisnis kuliner dengan menu andalan sambal kini banyak bermunculan. Hal itu terlihat di mana-mana dan tentu saja ini kecenderungan yang menggembirakan. Tapi memang, mengelola bisnis kuliner tidak semudah membalikkan tangan. Banyak pesaing dan banyak tantangannya, tak hanya yang mengandalkan sambal sebagai *basic*-nya, tapi juga kuliner yang variasi menu andalan lainnya. Lantaran banyak saingan, kadang bisnis kuliner tidak berjalan mulus. Baru sekian lama buka akhirnya tutup, sementara yang sudah mapan terus berkembang. Ini artinya, meski pasar menjanjikan, sesungguhnya tidak gampang mengelola bisnis kuliner.

Tantangan bisnis kuliner itu bisa datang karena faktor internal dan juga eksternal, dari internal lebih ke arah kegagalan menjaga kualitas rasa sajian secara konsisten, padahal kualitas rasa itu nyawanya bisnis kuliner. Kecuali itu, kegagalan mengelola biaya sehingga menjadi tidak efisien dan *owner*-nya tidak siap secara mental maupun fisik dalam hal ini menyangkut ketekunan dan ketangguhan. Ketidaksabaran ketika dalam periode waktu tertentu usahanya belum memberikan hasil seperti yang diharapkan. Tantangan internal lainnya adalah kegagalan mengelola SDM.

Sedangkan tantangan eksternal kondisi ekonomi makro yang tidak stabil, sehingga mengakibatkan harga dan pasokan bahan baku menjadi tidak stabil juga ini sangat berpengaruh terhadap usaha bisnis kuliner. Ini yang membuat perhitungan biaya produksi selalu berubah-ubah, padahal harga jual stabil, sehingga yang menjadi korban adalah kesehatan usaha.

Seperti lini bisnis Wong Solo Group yang berkonsep rumah makan dengan citra rasa lokal dan harga yang terjangkau serta membuat menu paket yang memudahkan konsumen memilih menu sekaligus memberi *value* lebih bagi konsumen karena harga paket lebih murah dibandingkan dengan membeli *ala carte*. Konsep di atas membuat rumah makan sambal lalap memiliki standar yang sama serta konsisten antara satu cabang dengan cabang yang lain, sehingga dimanapun rumah makan milik Wong Solo Group, konsumen akan merasakan suasana yang nyaris seragam dan pelayanan yang serupa meskipun pengembangan bisnis dari rumah makan sambal lalap berbasis *franchise*.

Pendapat Konsumen Terhadap Bisnis Waralaba Rumah Makan Sambal Lalap

Mengenai rumah makan pada saat ini, maka kita akan sangat mudah menemuinya di berbagai tempat dan juga kita akan mendapati berbagai macam pendapat dari para konsumen mengenai rumah makan yang telah di kunjungi oleh para konsumen tersebut. Oleh karena itu, mengenai rumah makan banyak sekali para konsumen menilai bagaimana kinerja mereka dalam segi pelayanan selama berada disana.

Performa secara umum dipahami sebagai keberhasilan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan. Performa pegawai mengacu pada hasil kerja yang dicapai seseorang ketika melaksanakan tugas yang diberikan. Performa pegawai meliputi kualitas dan kuantitas performa serta keandalan kerja. Karyawan dapat melakukan pekerjaan dengan baik karena mereka dapat melakukan pekerjaan dengan baik jika performanya baik. Performa pegawai yang tinggi diharapkan akan membantu organisasi mencapai tujuannya.

Performa, sebagaimana didefinisikan oleh Khaerul Umam, adalah hasil dari individu yang menjalankan peran atau tanggung jawab mereka sesuai dengan ukuran spesifik dari nilai-nilai atau standar organisasi tempat mereka bekerja. Menurut Rivai dan Eko Wahyu Widayat, kinerja adalah kemampuan suatu departemen dalam memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, kontribusi tersebut harus diukur dari besarnya dampak yang ditimbulkan.

Dari teori diatas dapat dikatakan bahwa performa merupakan perjalanan dalam mencapai tujuan kelompok dan merupakan hasil usaha dari departemen sumber daya manusia itu sendiri dalam organisasi. (Kristanti Desi & Pangastuti Ria Lestari, 2019)

Dalam kegiatan rumah makan sambal lalap ini selain memaksimalkan kinerja, karyawan-karyawannya juga selalu melaksanakan rutinas yang bernuansa Islami yang mana diharapkan selain mendapatkan gaji juga mendapatkan berkah selama bekerja, sebagaimana yang telah diutarakan oleh beberapa karyawannya:

“Begini kak, pagi-pagi kami ketika sudah sampai di tempat kerja sebelum masuk ke dalam kami baca Bismillah terlebih dulu kemudian masuk dan melangkah dengan kaki kanan, terus kami melakukan briefing dilanjutkan dengan dzikir bersama”.

“Sebelum melakukan kegiatan kami dzikir bersama dan baca Asma’ul Husna dulu kak, nah nanti kalo udah mau pulang atau pergantian shift kami berkumpul terlebih dahulu lalu membaca do’a. Kalau karyawan yang shift malamnya sebelum tutup kami briefing kembali, evaluasi apa ada kesalahan yang dilakukan ketika bekerja atau dapat kritik dari pelanggan. Sesudah itu baru kami baca do’a pulang kak”.

Upaya Rumah Makan Sambal Lalap Dalam Mempertahankan Image Produk Agar Tidak Berubah dari Standar Yang Ada

Bila sebuah perusahaan berhasil memberikan kesan yang menarik, nyaman dan juga puas tentunya para pengunjung tersebut akan kembali ke rumah makan tersebut walaupun terkadang seorang pengunjung pernah menemukan kesalahan-kesalahan kecil yang terjadi pada rumah makan tersebut.

Pemimpin adalah citra tunggal dalam perusahaan. Pemimpin memegang kendali perusahaan, dia yang menentukan baik buruknya perusahaan. Pemimpin yang mengatur karyawan untuk bersama-sama mewujudkan tujuan perusahaan. Oleh karena itu pemimpin mempunyai peranan penting untuk menggerakkan karyawannya.

Wirausahawan harus mampu mewakili atau memberikan *image* baik kepada usahanya. Karena tampilan sebuah usaha bisa tercermin dari kepribadian seorang pemiliknya, yang merupakan pemimpin usaha. (Rachmawati Rina, 2020)

a. Kepemimpinan secara umum

Menurut Yukl, kepemimpinan adalah cara yang paling umum untuk mempengaruhi orang lain agar memahami apa yang harus dilakukan, dimulai dari strategi pelaksanaan dan proses untuk membantu individu dan kelompok dalam mencapai tujuan yang sama. Dalam waktu yang sama, menurut Griffin dan Ebert, kepemimpinan adalah cara yang paling umum untuk mendorong orang lain untuk mengejar pencapaian tujuan awal. Disisi lain, kepemimpinan berdasarkan pemikiran Wijono ialah upaya yang dilakukan oleh seorang pemimpin untuk mencapai tujuan pribadi atau organisasi.

Umumnya kepemimpinan mencakup usaha dalam memberi pengaruh saat penentuan tujuan kelompok, memberikan dorongan sikap guna meraih tujuan, memberi pengaruh guna membangun diri, organisasi serta kulturnya. Tak hanya itu saja, menjaga kerjasama dalam organisasi ataupun luar organisasi. (Hutahayan Benny, 2020)

Schwab adalah seorang pemimpin legendaris perusahaan terkenal Carnegie Steel Company seratus tahun yang lalu. Menurut Schwab, ada sepuluh perintah sukses berikut untuk mencapai tujuan organisasi.

-
-
- 1) Kerja: ikhlas, jelas, lugas, keras, cerdas, tangkas, lekas, tuntas, dan puas (9as).
 - 2) Belajar keras.
 - 3) Berinisiatif.
 - 4) Mencintai pekerjaan.
 - 5) Jelas dalam berkomunikasi.
 - 6) Bersemangat untuk sukses.
 - 7) Kepribadian menjaga nama baik lembaga.
 - 8) Saling membantu.
 - 9) Demokratis.
 - 10) Melakukan yang terbaik.

Pemimpin menginspirasi pengikutnya agar terus berinovatif, kreatif, bekerja sama, berintegritas, berkomitmen, berorientasi layanan, berdisiplin tinggi, percaya diri, dan mendominasi.

Seseorang diangkat sebagai pemimpin oleh kelompoknya karena memiliki sifat yang mendukung kepemimpinannya, seperti jujur, mengajak pada kebaikan, amanah, dan cerdas. Pemimpin dipercaya karena kejujurannya. Orang sulit mempercayai kata atau janji dari pemimpin yang tidak dipercaya. Inti dari kepercayaan adalah kejujuran. (Usman Husaini, 2019)

b. Kepemimpinan dalam Islam

Al-Quran menyebutkan bahwa manusia diadakan oleh Allah sebagai *Khalifatu Fi al-ardh* yang bertujuan untuk mengatur, mengelola dan memimpin manusia dan makhluk hidup lain. Islam memandang seorang pemimpin adalah orang yang dapat mengintegrasikan aturan-aturan Islam dalam kepemimpinannya.

Seorang pemimpin pastinya mempunyai berbagai macam kemampuan baik itu berhubungan dengan caranya memimpin dirinya sebagai individu maupun mengendalikan orang lain. Kemampuan mengendalikan diri sendiri sebagai seorang individu dan memberi pengaruh terhadap orang melalui ketulusan guna meraih tujuan sebagaimana dilaksanakan oleh Nabi-Nabi sering disebut sebagai kepemimpinan kenabian. Keberhasilan dalam tipe ini berlandaskan empat hal yakni Shiddiq amanah, tabligh dan Fathonah. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pemimpin yang membawa rahmat. Dalam diri Rasulullah sebenarnya sudah tertanam prinsip kepemimpinan profetik, di mana prinsip kepemimpinan tersebut dapat kita jadikan contoh dan diaplikasikan dalam era modern seperti: disiplin waktu, memberikan teladan yang baik, komunikatif efektif, dekat dengan umatnya/rakyatnya, selalu bermusyawarah untuk mencapai mufakat dan memberikan pujian/motivasi, di mana perbuatan-perbuatan tersebut sudah dimulai dari diri Rasulullah sendiri.

Seorang pemimpin hendaknya mengedepankan jiwa amanah yang oleh Rasulullah SAW dimaknai sebagai kemampuan atau keahlian dalam jabatan yang diembannya. Prinsip kepemimpinan profetik yang dipraktikkan Rasulullah ini bisa diimplementasikan sebagai upaya menerapkan kepemimpinan yang sesungguhnya. (Budiman Muhammad et al., 2021)

c. *Prophetic leadership* perspektif Al-Quran

Pemimpin dan kepemimpinan ialah dua hal yang berhubungan. Gaya kepemimpinan mencerminkan sikap pemimpin. Contoh kepemimpinan yaitu kepemimpinan kenabian atau disebut *Prophetic leadership*. *Prophetic leadership* adalah kepemimpinan yang berdasarkan nilai-nilai kenabian sebagai utusan Allah. (Budiman Muhammad et al., 2021)

Landasan kepemimpinan Rasul ialah anutan atau sering disebut *Uswah Al Hasanah*. cara memimpin beliau kepada sahabatnya dan manusia pada umumnya lebih mengutamakan pemberian contoh dengan akhlak Rasul yang begitu Agung. Sebagaimana difirmankan Allah dalam Q.S Al-Qalam ayat:4

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya : “Dan sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang luhur”.

Bagaimana Prinsip Syariah Yang diTerapkan Oleh Rumah Makan Sambal Lalap

Rumah makan sambal lalap sangat mengedepankan prinsip syariah, hal ini dapat kita lihat dari beberapa prinsip yang telah diterapkan yaitu:

b) Prinsip Keberkahan (*Barakah*)

Rumah makan sambal lalap mengajarkan bahwa segala aktivitas yang dilaksanakan secara halal serta serupa ajaran Islam akan mendapatkan berkah dan keberkahan dari Allah. Dalam pengoperasian rumah makan ini menyediakan layanan dan fasilitas yang halal serta menghindari segala bentuk yang diharamkan dalam Islam.

c) Keberlanjutan

Rumah makan sambal lalap ini juga mencakup keberlanjutan lingkungan dan sosial. Hal ini berarti bisnis harus bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan kontribusi pada kesejahteraan sosial.

d) Larangan Produk Haram

Dalam rumah makan yang berpegang teguh prinsip syariah, harus menghindari menggunakan atau menyediakan produk atau layanan yang diharamkan dalam Islam, seperti makanan dan minuman yang tidak halal, alkohol, judi, dan sejenisnya.

e) Keharmonisan dan Kesopanan

Prinsip ini menekankan pentingnya menjaga harmoni dan kesopanan dalam hubungan antara pelaku bisnis, karyawan, dan pelanggan. Sikap sopan santun dan menghormati orang lain sangat dijunjung tinggi dalam bisnis syariah. Begitu juga dalam segi berpakaian, yang mana rumah makan sambal lalap ini mengharuskan karyawannya memakai pakaian yang menutup aurat dan tidak manampakkan lekuk tubuh bagi perempuan serta memakai jilbab yang panjang, begitu juga terhadap karyawan laki-laki diharuskan memakai baju seragam yang telah disediakan kemudian memakai peci.

f) Kualitas dan Profesionalisme

Bisnis rumah makan harus tetap mengutamakan kualitas pelayanan dan profesionalisme dalam setiap aspek operasional. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada para pelanggan.

Prinsip-prinsip bisnis syariah dalam rumah makan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, memberikan nilai tambah bagi para pelanggan Muslim yang mencari pengalaman kuliner yang sesuai dengan keinginan mereka.

Kesimpulan

Dari pembahasan dan hasil kajian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya, strategi rumah makan sambal lalap mengedepankan beberapa hal yaitu, kualitas pelayanan, selalu menjaga kebersihan, serta menjaga citra rasa agar tidak berubah. Pendapat konsumen terhadap rumah makan sambal lalap dapat diketahui melalui kinerja karyawannya, bagaimana cara mereka melayani para konsumen agar tetap merasa aman dan nyaman selama berada disana. Upaya rumah makan sambal lalap dalam mempertahankan *image* produknya dapat dilihat dari bagaimana cara seorang pemimpin mengatur perusahaannya. Beberapa prinsip syariah yang di terapkan oleh rumah makan sambal lalap yaitu, Prinsip Keberkahan (*Barakah*), Keberlanjutan, Larangan Produk Haram, Keharmonisan, Kesopanan, Kualitas dan Profesionalisme.

Daftar Pustaka

- Bayanuloh Ikhsan. (2019). *Marketing Syariah*. Deepublish.
- Budiman Muhammad, Potabuga Yodi Fitradi, Fitriya Dewi, Hasanah Uswatun, Zakiah, Fadil Achmad, Salam Abd, Tawary Buyung Ismu, Musafa Arif, Trisandi, Rizqi Ahmad Afrizal, Putri Dewi Isnawati Intan, Novita Via Olva, Afifi Nizar, & Minan Ahmad Khoiron. (2021). *KEPEMIMPINAN ISLAM: Teori dan Aplikasi*. EDU PUBLISHER.
- Ekawatiningsih Wika Rinawati Prihatuti. (2020). *Manajemen Pelayanan Makanan dan Minuman*. UNY Press.
- Hakim A. Rahman. (2015). *Strategi Citra Perusahaan (Corporate Image) Pada Pt. Bank Syariah Mandiri* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hutabarat Jemsly. (2017). *Startegi*. Prasetiya Mulya Publishing.
- Hutahayan Benny. (2020). *Kepemimpinan, Teori Dan Praktik*. Deepublish.
- Idrus Salim Al. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Kamaluddin Apiaty. (2017). *Administrasi Bisnis*. SAH MEDIA.
- Karamoy Amir. (2013). *Waralaba - Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kristanti Desi, & Pangastuti Ria Lestari. (2019). *KIAT-KIAT MERANGSANG KINERJA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI*. Media Sahabat Cendekia.
- Kurniullah Ardhariksa Zukhruf, Simarmata Hengki Mangiring Parulian, Sari Anggri Puspita, Sisca, Mardia, Lie Darwin, Anggusti Martono, Purba Bonaraja, Mastuti Rini, Dewi Idah Kusuma, Purba Pratiwi Bernadetta, & Fajrillah. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Kita Menulis.
- Latifah Eny. (2020). *Pengantar Bisnis Islam*. CV. SARNU UNTUNG.
- Quran Al. (n.d.-a). *Surat Al-Baqarah Ayat 267 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb*. Retrieved June 2, 2024, from <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html>
- Quran Al. (n.d.-b). *Surat At-Taubah Ayat 108 | Tafsirq.com*. Retrieved June 2, 2024, from <https://tafsirq.com/9-at-taubah/ayat-108>
- Rachmawati Rina. (2020). *Kewirausahaan*. Deepublish.
- Rahman Fadali, & Kunaifi Aang. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH KONSEP DASAR, E-MARKETING, DAN STRATEGI*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Ritonga Zuriani. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Deepublish.
- Sukirno Sadono. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Raja Grafindo Persada.
- Tersiana Andra. (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Usman Husaini. (2019). *Kepemimpinan Efektif: Teori, Kepemimpinan, dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Yam Jim Hoy. (2020). *Manajemen strategi: konsep & implementasi*. Nas Media Pustaka.
- YOLANDA AGNITA, NURISMILIDA, & SARI RURI ADITYA. (2021). *PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Yunus Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi.