

PENGELOLAAN KOMPETENSI PEMILIK USAHA RUMAH MAKAN TRADISIONAL KELAS C DI KAWASAN WISATA PANTAI ANYER DAN PANTAI CARITA PROVINSI BANTEN

*Oleh : Maria Binur Fransiska Manalu
Dosen Akademi Pariwisata Indonesia Jakarta*

Abstract

The restaurant business in the district of Serang and Pandeglang is very potential to develop, especially for supporting culinary tourism. The presence of C-class traditional restaurant business' owners (abbreviated to PURMT / C) are needed to accommodate the customers' needs of foods. Mostly, PURMT / C in the district of Serang and Pandeglang still adopt traditional way of cooking as a legacy of the their ancestor and self sorted kinds of meals. Customers, on the contrary, expect more diverse foods, better food service and more sanitary environment. Efforts to improve the competencies have not shown optimal results due to lack of supports from government, culinary organizations and tourism counselling. This study aims to describe the profile of PURMT / C and their level of competence in the coastal resort area of Anyer and Carita beaches of Banten Province. Data analysis used descriptive statistics. The results show that: (1) The majority of PURMT / C are in productive ages (28-35 years) and have high motivation to support a household. Their strong motivation encourage the development of competence by themselves. (2) Lack of supports from governments, culinary organizations and tourism counselling were considered. It effects that the development of culinary competence of PURMT/C hasn't got the maximum results. The role of government support, the organization of culinary and tourism counseling is, therefore, needed.

Keywords: *competence, owner of the C-class traditional restaurant business, profile*

PENDAHULUAN

PURMT/C merupakan pelaku usaha kepariwisataan yang memiliki profil dan tingkat kompetensi yang berbeda satu sama lain, termasuk perbedaan pandangan terhadap nilai pengelolaan usaha rumah makan tradisional kelas C yang berlangsung cepat dalam kehidupan masyarakat. Perbedaan profil dan tingkat kompetensi PURMT/C menarik untuk diteliti karena beberapa hasil penelitian tentang perilaku menemukan bahwa profil setiap orang memiliki arti dan peran tertentu dalam membentuk perilaku orang tersebut, diantaranya ditemukan pada pengolah sugu tradisional di Maluku (Inta, 2015).

Perilaku PURMT/C masih menggambarkan perilaku usaha generasi sebelumnya karena sebagian besar usaha yang ada merupakan warisan orang tua. Usaha rumah makan tradisional kelas C dilakukan sebagai rutinitas

tanpa ada perkembangan yang signifikan. Tantangan utama yang dihadapi PURMT/C adalah mengembangkan usaha rumah makan, terutama menyesuaikan jenis makanan dengan selera pelanggan yang senantiasa berubah, pelayanan penyajian makanan, kebersihan dan keindahan rumah makan. Pelanggan harus menjadi titik tolak suatu proses dengan 4 unsur yang disebut bauran pemasaran (Kotler, 2002; Kismono, 2001), yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Pelanggan perlu selalu dilibatkan dalam mempersiapkan jenis makanan agar makanan yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Terkait dengan kompetensi dalam mendorong suatu usaha untuk mencapai hasil yang kompetitif, kompetensi seseorang dapat ditunjukkan dalam bentuk kemampuan individu untuk menerapkan pengetahuan ke dalam bentuk tindakan (Glick, 2004:62). Pentingnya

kompetensi dapat mendukung peningkatan kinerja (Wahyudi dkk, 2014), kompetensi berpengaruh atas kelangsungan hidup usaha (Tedjasuksmana, 2014), dan kompetensi dapat diandalkan untuk bersaing melakukan kegiatan produktif dan menambah peningkatan pendapatan keluarga (Trisninawati, 2015). Dengan kata lain kompetensi merupakan karakteristik mendasar seseorang, yang akan menentukan terhadap hasil kerjanya yang terbaik, sehingga tingkat kompetensi seseorang dapat menentukan kinerja (hasil kerja) di bidangnya (Harijati, 2007).

Sangat jelas bahwa kuliner menyumbang pengaruh berkesinambungan terhadap tujuan wisata (Steinmetz, 2010) Paparan Menteri Pariwisata Arief Yahya tahun 2016 bahwa Indonesia sedang menuju destinasi wisata kuliner terfavorit di dunia, karena kuliner Indonesia memiliki daya tarik yang besar dan ini membuktikan bahwa kuliner Indonesia disukai serta siap menjadi salah satu faktor penggerak ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal bisnis skala kecil. Tercatat pada 2013 sektor kuliner memberikan kontribusi nilai tambah bruto sebesar Rp. 208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,5 persen dari tahun 2012-2013. Sektor kuliner juga menyerap tenaga kerja sebesar 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,26 persen. Unit usaha yang tercipta dari sektor kuliner tercatat sebesar 3,0 juta dengan rata-rata pertumbuhan 0,9 persen.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan profil PURMT/C di Provinsi Banten; (2) mendeskripsikan tingkat kompetensi PURMT/C di Provinsi Banten; dan (3) mendeskripsikan PURMT/C terhadap dukungan pemerintah, dukungan organisasi dan sapta pesona.

LANDASAN TEORI

Pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dampak kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di tahun 2015 sebesar Rp. 461,36 triliun, 4,23 % dari PDB nasional. Penciptaan PDB di sektor pariwisata terjadi melalui pengeluaran wisatawan nusantara, anggaran pariwisata pemerintah,

pengeluaran wisatawan mancanegara, dan investasi pada usaha pariwisata yang meliputi: (1) Usaha daya tarik wisata; (2) Usaha kawasan pariwisata; (3) Jasa transportasi wisata; (4) Jasa perjalanan wisata; (5) Jasa makanan dan minuman; (6) Penyedia akomodasi; (7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; (8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; (9) Jasa informasi pariwisata; (10) Jasa konsultan pariwisata; (11) Jasa pramuwisata; (12) Wisata tirta; dan (13) SPA.

Pemilik usaha rumah makan tradisional merupakan pelaku usaha kepariwisataan dengan usaha mikro kecil (UMK) sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, didefinisikan sebagai usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Badan Pusat Statistik Kelas/C adalah usaha penyediaan makanan yang banyak memiliki ciri-ciri (BPS, 2000) memberikan batasan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yaitu untuk industri rumah tangga memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang, usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19. Sudin Pariwisata Jakarta Timur (2007) mengelompokkan restoran dengan kelas-kelas, dan yang dimaksud dengan rumah makan daerah-daerah dimana seseorang dilahirkan dan tumbuh. Rumah makan tradisional Kelas/ C rumah makan kelompok usaha kecil berdasarkan kisaran jumlah meja antara 4-12, jumlah kursi 14-48, dan jumlah karyawan 5-12 dengan bangunan permanen. Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan bahwa restoran adalah setiap tempat bisnis komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Masing-masing jenis bisnis ini memiliki kategori dan karakteristik yang berbeda, baik dilihat dari segi investas maupun cara pengelolaannya. Ketiga jenis bisnis tersebut, yaitu bisnis restoran kelas ekonomi/kecil, kelas menengah, dan kelas satu/besar. Adapun karakteristik dari ketiga jenis tersebut dapat dilihat pada table berikut;

Tabel 1: Karakteristik Restoran Kelas Kecil, Menengah dan Besar

Kelas Kecil	Kelas Menengah	Kelas Besar
Jenis pelanggan berekonomi relative kecil	Jenis pelanggan berekonomi menengah	Jenis pelanggan berekonomi serta life style yang tinggi.
Menggunakan tenda dan dapat ditemukan di kaki lima, pinggir jalan, pojok gang. Contohnya; pedagang bakso, pedagang soto, pedagang nasi goreng, dll.	Memiliki gedung sendiri atau menyewa satu tempat. Contohnya: RM Padang, RM Melayu, Restoran Franchise, café, restoran di pusat perbelanjaan	Berdiri sendiri pada daerah tertentu atau berada di kawasan hotel berbintang
Menu sangat terbatas dan menggunakan spanduk yang bertuliskan makanan dan minuman	Menu variatif dan terdiri dari beberapa lembar dan diketik computer. Dan biasanya memiliki menu special untuk pengunjung	Menggunakan konsep khusus pada makanan maupun minuman yang ditawarkan dilengkapi koleksi minuman seperti anggur, whisky, vodka dan tequila.
Harga relative murah antara Rp. 3.000,- sd, 15.000,- per orang	Harga mulai dari Rp. 15.000,- sd Rp. 40.000,- per orang	Harga sama dengan Rp. 40.000,-
Tempat pelayanan sederhana”	Memiliki karyawan khusus untuk	Memiliki konsep khusus dalam cara

makan, kenyang, bayar, pulang” dan tidak terlalu mementingkan kebersihan melayani pengunjung, kebersihan dan kenyamanan lebih diperhatikan, memiliki tempat parkir yang cukup penyajian dan pelayanannya serta menggunakan *Chef*

Modal minimal atau terlalu besar karena mempunyai karyawan yang sedikit Modal lebih besar karena memiliki gedung sendiri atau menyewa. Jumlah karyawan lebih banyak, furnitur menarik dan tertata, suasana nyaman dan sistem keuangan komputerisasi Modal besar karena dilengkapi peralatan yang modern dan mahal. Desain interior yang baik, furnitur menarik dan memiliki fasilitas internet gratis

Sumber: www.budpar.go.id, 1998

Untuk melakukan perannya dengan sukses, menekankan bidang kompetensi yang diperlukan untuk keberhasilan usaha kecil, termasuk; memulai bisnis, perencanaan dan penganggaran, penjualan, promosi penjualan, hubungan personal, produksi, fasilitas dan peralatan, keamanan pangan, kebersihan dan keindahan, kemampuan kreatif dan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan dan lingkungan serta kemampuan membangun sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

Kompetensi sesuatu yang berada di dalam (*fairly deep*) dan merupakan bagian yang paling lama bertahan di dalam kepribadian seseorang dan dapat memprediksi perilaku dalam berbagai macam situasi dan berbagai tugas (Spencer dan Spencer, 1993). Kompetensi sebagai kumpulan pengetahuan, keterampilan dan sikap yang berhubungan satu sama lain yang berpengaruh pada sebagian besar pekerjaan seseorang (peranan atau tanggungjawab). Kompetensi adalah

knowledge, skill, dan kualitas individu untuk mencapai kesuksesan pekerjaannya (Armstrong, 1998) dan (Sumardjo, 2008).

Menurut Jhonson (Wina Sanjaya, 2005:34) membagi kompetensi ke dalam 3 bagian yakni: (1) Kompetensi pribadi, yakni kompetensi yang berhubungan dengan pengembangan kepribadian (*personal competency*), (2) Kompetensi profesional, yakni kompetensi atau kemampuan yang berhubungan dengan penyelesaian tugas-tugas tertentu, dan (3) Kompetensi sosial, yakni kompetensi yang berhubungan dengan kepentingan sosial.

Pengembangan kompetensi pengolahan makanan yang perlu dimiliki menurut Gisslen (2006), seorang juru masak yang baik memerlukan ketelitian dan persiapan awal (*mise en place*) memasak untuk memperlancar proses memasak. Adapun konsep dasar *mise en place* adalah perencanaan dan pengorganisasian produksi dengan menyiapkan bahan makanan yang termasuk : (1) membersihkan bahan, (2) memotong, menghaluskan bahan, dan (3) menyiapkan proses memasak. Banyak restoran khususnya restoran besar melakukan *mise en place* termasuk; persiapan kaldu, saos, roti, dan juga memotong daging, unggas, ikan dan sayuran yang akan sangat diperlukan oleh seorang juru masak dalam pembuatan makanan. Persiapan memasak perlu dilakukan karena dengan persiapan yang rapi akan menghemat waktu, dan tenaga. Kompetensi yang diperlukan PURMT/C adalah: (1) Perencanaan menu, (2) Persiapan pengolahan, (3) Pengolahan bahan makanan, (3) Penyajian makanan, (4) Penyajian makanan. (5) Sanitasi dan hygiene pangan, (6) Pelayanan, dan (7) Kemampuan manajerial.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Provinsi Banten dengan memilih dua Kabupaten Serang dan Kabupaten Pandeglang terhadap pemilik usaha rumah makan tradisional kelas C daerah wisata pesisir pantai. Populasi penelitian 321 orang PURMT/C, sampel penelitian adalah PURMT/C dari 178 orang yang ditentukan secara acak proporsional dengan metode Slovin. Pengambilan data primer dilakukan melalui

wawancara terstruktur dengan menggunakan kuesioner, wawancara terbuka, dan pengamatan. Variabel penelitian terdiri dari: *independent variable* adalah: Faktor Internal (X1), Faktor Pendorong (X2), Faktor Pendukung (X3), sedangkan *dependent variable* terdiri dari: Kompetensi Kuliner PURMT/C (Y1) dan Keberhasilan Usaha (Y2). Data sekunder dikumpulkan bersumber dari kantor Dinas Pariwisata Provinsi Banten dan Sudin Pariwisata Serang. Pengujian instrumen menghasilkan nilai r hitung = 0.479 - 0.961 > rtabel (0.05) = 0.361; dan nilai koefisien reliabilitas berada pada interval 0.664 - 0.751. Data dianalisis menggunakan komputer dengan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pariwisata Provinsi Banten

Provinsi Banten telah menjadi sebagai salah satu provinsi di Negara Kesatuan Republik Indonesia yang ditetapkan berdasarkan UU No 23 Tahun 2000. Secara Geografis wilayah Provinsi Banten berbatasan: sebelah utara berbatasan dengan dengan laut Jawa, sebelah barat berbatasan dengan selat sunda, Sebelah timur berbatasan dengan Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat dan sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Hindia.



Gambar 1. Peta Pariwisata Provinsi Banten
Sumber : www.suarabanten.com/16-tempat-wisata-di-banten-yang-harus-dikunjungi/

Banten mempunyai luas wilayah sekitar 8.800,83 km² dengan mata pencarian dari sektor pertanian, perdagangan, perindustrian dan dan jasa. Unit pemerintah dibagi atas 4 kota: Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang,

Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, dan Kota Tangerang Selatan. Masing-masing daerah memiliki karakteristik sumber daya pariwisata budaya, alam, buatan dan kehidupan masyarakat tradisional (*living culture*) yang berkembang sebagai destinasi wisata berskala nasional bahkan internasional seperti pesona Pantai Anyer, Carita & Tanjung Lesung, wisata bahari Pulau Umang, Taman Nasional Ujung Kulon, wisata religi Banten Lama dan keunikan masyarakat tradisional Baduy.

Provinsi Banten memiliki pengembangan pariwisata yang diidentifikasi atas 204 Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) menurut RIPPDA pariwisata tahun 2006 yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten, terdiri dari 84 objek wisata alam, 34 objek wisata sejarah dan budaya, 24 objek wisata buatan, 9 objek wisata *living culture* dan 84 objek wisata atraksi kesenian. Sebanyak 71 ODTW (34,8%) merupakan kawasan wisata yang telah berkembang baik dalam skala nasional maupun internasional. Sementara itu sekitar 100 ODTW (49,0%) merupakan objek wisata yang potensial untuk dikembangkan.

Kabupaten Serang dan Kabupaten Pandeglang salah satu wilayah Provinsi Banten yang mempunyai daya tarik sebagai tujuan wisata, baik wisata alam, wisata industri, kerajinan, wisata seni dan budaya dan wisata kuliner. Kabupaten Serang dan Kabupaten Pandeglang memiliki aneka ragam kuliner. Hal ini karena dipengaruhi oleh luasnya daerah sehingga masing daerah mempunyai keunikan dan ciri khas pada masing-masing makanannya yang dapat dinikmati dan disajikan kepada wisatawan yang berkunjung.

Faktor Internal PURMT/C

Umur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembuatan keputusan dan menjaga segala sesuatu sebagai suatu yang baru. Hal tersebut disebabkan umur yang berpengaruh terhadap kecepatan seseorang dalam menerima sesuatu yang baru, selain itu umur juga menggambarkan pengalaman dari diri seseorang sehingga terdapat keragaman perilaku. Sebanyak 47 persen (Tabel 1) PURMT/C tergolong usia

produktif (28-35 tahun). Hal ini dapat dilihat bahwa usia produktif usia seseorang dalam bekerja dimana pada usia tersebut masih memiliki semangat, daya juang (karsa) inisiatif, kreatif, dan bertanggung jawab akan keluarganya. Pada usia produktif PURMT/C memilih berusaha rumah makan dengan harapan akan mendapatkan kinerja yang produktif dan memperoleh keberhasilan hidupnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Delima (2016) bahwa dengan kondisi fisik yang mendukung dalam kegiatan pengolahan makanan ringan melakukan pengolahan secara aktif. Menurut jenis kelamin menunjukkan bahwa 75.3 persen adalah berjenis kelamin perempuan, melakukan usaha rumah makan, dimana kaum perempuan melakukan usaha rumah makan dengan alasan melanjutkan usaha orang tua (warisan) dan usaha rumah makan dapat diandalkan sebagai sumber penghasilan tanpa meninggalkan pekerjaan rumah. Sebagian besar atau 95.5 persen tingkat pendidikan PURMT/C adalah lulusan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menyadari bahwa pendidikan formal sangat penting hingga sekolah menengah atas (SMA). Pendidikan formal hanya sebatas SMA yang dapat ditempuh karena keadaan keuangan yang tidak mencukupi untuk biaya ke perguruan tinggi. Prijono dan Pranarka (1996) menyatakan bahwa pendidikan pada dasarnya merupakan usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan dan/atau latihan bagi peranannya di masa yang akan datang dan memperlihatkan bahwa pendidikan memberikan hasil yang paling efektif untuk mengubah perilaku manusia diperoleh akan mendukung perubahan perilaku (Budiman, 1986; Yunita, 2011). Pengalaman berusaha rumah makan merupakan bekal bagi PURMT/C untuk melakukan suatu kegiatan usaha pengolahan makanan untuk meningkatkan kompetensi, mereka harus didukung dengan keahlian dan tidak adanya pembinaan dari pemerintah, dan organisasi kuliner yang terkait, sehingga perlu ada pembinaan bagi PURMT/C untuk mengembangkan usaha rumah makannya yang dimulai dari perilaku PURMT/C dalam pengelolaan usaha rumah makan. Berdasarkan

data di atas menunjukkan bahwa sebanyak 76.4% PURMT/C berjumlah 4 orang yang berarti semakin besar jumlah anggota keluarga maka semakin tinggi pula motivasi dalam berusaha. Jumlah anggota keluarga yang banyak, membuat pekerjaan menjadi lebih ringan karena adanya bantuan, terutama dari anggota keluarga yang perempuan. Bertambahnya jumlah anggota keluarga yang dapat meringankan pekerjaan juga meningkatkan motivasi PURMT/C untuk melakukan usahanya. Di samping itu, penambahan jumlah anggota keluarga menyebabkan kebutuhan keluarga juga bertambah sehingga motivasi berusaha juga meningkat agar memperoleh pendapatan yang lebih besar. Jumlah anggota keluarga, jumlah tanggungan, dan pendapatan rumah tangga menggambarkan kondisi ekonomi rumah tangga PURMT/C.

Tabel 1. Faktor Internal PURMT/C

Aspek	Jumlah (orang)	Presentase %
Umur (tahun)		
28 – 35	84	47.2
36 – 43	78	43.8
44 – 51	14	7.9
52 – 59	2	1.1
Jenis Kelamin		
Laki-laki	44	24.7
Perempuan	134	75.3
Pendidikan Formal		
SD	5	2.8
SMP	1	0.6
SMA	170	95.5
Perguruan Tinggi	2	1.1
Pengalaman Usaha		
Rumah Makan	85	47.8
1 – 5 tahun	80	44.9
6 – 10 tahun	9	5.1
11 – 15 tahun	4	2.2
16 – 20 tahun		
Jumlah Anggota		
Keluarga	42	23.6
2 - 3 orang	136	76.4
4 - 5 orang		

Sumber : Data diolah, 2016

Lokasi Usaha, Dekorasi Rumah Makan dan Ragam Makanan

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati karena berhubungan dengan penjualan (Indarti 2004). Sebanyak 58.4% PURMT/C kurang setuju lokasi usaha rumah makan mempengaruhi penjualan makanan, dikarenakan lokasi usaha rumah makan mereka tidak dekat dengan pesisir pantai/tempat wisata, dimana usaha rumah makan dilakukan dirumah mereka sendiri. Untuk mendapatkan tempat dekat dengan daerah wisata tidaklah mungkin, karena lokasi dekat pesisir pantai sudah dimiliki oleh pengelola hotel, vila dan pengusaha restoran besar. PURMT/C sadar bahwa dengan lokasi yang tidak dekat dengan pesisir pantai/tempat wisata mereka tidak mendapatkan pelanggan sebanyak restoran menengah atau besar.

Dekorasi memainkan peranan penting dalam mengkomunikasikan citra sebuah restoran dan menciptakan perasaan gembira, serta kesan estetika secara keseluruhan pada sebuah restoran; yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memiliki niatan untuk melakukan pembelian ulang (Hawkins, Mothersbaugh, & Best, 2007). Sebanyak 60.7% setuju bahwa dekorasi rumah makan juga merupakan aspek penting dari sebuah rumah makan. Tetapi kenyataan yang ada dekorasi rumah makan relatif sederhana bahkan nyaris tidak terdapat dekorasi. Hal ini dikarenakan rata-rata pemilik atau pengusaha rumah makan tersebut berlatar belakang modal yang terbatas. Keterbatasan modal ini menyebabkan dekorasi rumah makan terlihat sederhana. Variasi menu perlu dilakukan agar tamu yang berkunjung dapat memesan makanan dan minuman sesuai selera (Yusnita dan Yulianto 2013) dan keragaman produk dalam artian kelengkapan menu dari rasa, ukuran, dan kualitas, serta ketersediaan makanan pada bisnis rumah makan yang baik dapat bersaing (Darmawan dan Pradhanawati, 2016). Berdasarkan data di Tabel 2 bahwa 50.0% PURMT/C sangat setuju perlunya ragam makanan atau variasi menu dalam menjalankan usaha rumah makan, dimana dalam penjualan makanan PURMT/C memperhatikan keanekaragaman makanan yang diproduksi. Hanya yang perlu diperhatikan bagi PURMT/C harus mencantumkan menu berikut harga untuk mempermudah pelanggan dalam memilih

makanan, dan menu dapat dijadikan bentuk promosi untuk memperkenalkan makanan yang diproduksi.

Tabel 2 Faktor Pendorong PURMT/C

Aspek	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Lokasi Usaha		
a. Tidak Setuju	69	38.8
b. Kurang Setuju	104	58.4
c. Setuju	5	2.8
Dekorasi Rumah Makan		
a. Setuju	70	39.3
b. Sangat Setuju		
Ragam Makanan		
a. Tidak Setuju	1	0.6
b. Setuju	88	49.4
c. Sangat Setuju	89	50.0

Sumber : Data diolah, 2016

Dukungan Pemerintahan, Dukungan Organisasi dan Sapta Pesona

Dukungan pemerintah, dan dukungan organisasi tidak semua PURMT/C mendapatkannya. Sebanyak 1.12 persen (Tabel 3) setuju dengan dukungan dari pemerintah dan organisasi untuk mengembangkan kompetensi usaha rumah makannya dan mereka mendapatkan dukungan dari pemerintah melalui penyuluhan kuliner dalam bentuk pembinaan dari ICA (Indonesia Chef Asosiasi) Banten. Melalui penyuluhan kuliner PURMT/C memiliki kompetensi personal dan kompetensi sosial lebih. Berbeda dengan 98.8 persen PURMT/C yang tidak mendapatkan dukungan dari pemerintah dan organisasi kuliner, penyuluhan kuliner. Alasan mengapa PURMT/C tidak mendapatkan dukungan dari pemerintah karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bahwa PURMT/C tidak mendaftarkan izin usahanya. Dengan tidak terdaftarnya usaha rumah makan kelas C maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Banten dan Suku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Serang dan Kabupaten Pandeglang tidak memberikan perhatian dan dukungan dalam bentuk apapun. Keadaan ini semakin memperparah PURMT/C untuk berkembang dan bertahan, dimana usaha rumah Sebanyak 81.5 persen PURMT/C sangat setuju melakukan sapta pesona dalam melaksanakan usaha rumah

makan tradisional. Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di negara kita. Sapta pesona yang terdiri dari tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan, harus menciptakan suasana indah dan mempesona dimana saja dan kapan saja. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman wisatawan akan beth tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan memberikan kenangan indah dalam hidupnya. PURMT/C sangat menyetujui dengan unsur sapta pesona, dengan memberikan rasa nyaman, ramah, bersih, indah dan kenangan, tetapi PURMT/C tidak pernah mendapatkan pengetahuan tentang sapta pesona dari pemerintah, organisasi, maupun pihak-pihak yang terkait makan yang dikelola tidak memberikan pendapatan yang diharapkan, bahkan banyak usaha rumah makan kelas C tutup atau gulung tikar.

Tabel 3 Faktor Pendukung PURMT/C

Aspek	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Dukungan Pemerintah	2	1.12
a. Setuju	2	1.12
Dukungan Organisasi		
a. Setuju	2	1.12
Sapta Pesona		
a. Setuju	33	18.5
b. Sangat Setuju	145	81.5

Sumber : Data diolah, 2016

Kompetensi Kuliner PURMT/C

Seorang pengusaha perlu menguasai kompetensi untuk memenuhi tantangan saat ini dan masa depan yang pasti (Eravia, 2015). Sebanyak 57.9 persen (Tabel 4) PURMT/C sangat setuju bahwa kompetensi personal harus dimiliki untuk mengelola usaha rumah makan, dengan kompetensi personal yang dimiliki menjadi modal pengembangan ushaa rumah makannya ke depan. Sebanyak 88.8 persen PURMT/C sangat setuju bahwa melakukan usaha rumah makan harus memiliki kompetensi professional untuk pengembangan usaha rumah makan.

Salah satu kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh PURMT/C adalah kemampuan

profesional. Kemampuan profesional yang harus dimiliki PURMTK/C meliputi: (1) kemampuan dalam perencanaan menu; (2) kemampuan persiapan makanan yang mencakup kemampuan penggunaan bahan yang aman; (3) kemampuan pengolahan makanan; dan (4) kemampuan penyajian makanan secara menarik dengan menggunakan alat-alat hidang yang bersih dan sesuai serta menampilkan hiasan pada makanan. Berdasarkan data diatas bahwa sebanyak 69.1 persen PURMT/C sangat setuju bahwa perlunya kompetensi sosial yang artinya setiap PURMT/C perlu: (1) berkomunikasi kepada pelanggan dan lingkungan; (2) Berinteraksi dengan usaha rumah makan yang lain; (3) berinteraksi dengan lingkungan dan masyarakat setempat. Yang paling terpenting melakukan komunikasi dengan pelanggan harus terjalin dua arah yang berkelanjutan, dengan adanya komunikasi dua arah, pelanggan mendapatkan pelayanan dan keinginannya. Dengan komunikasi ini menjadi alat untuk perbaikan kualitas makanan yang disajikan dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Tabel 4. Kompetensi PURMT/C

Aspek	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Kompetensi personal		
a. Setuju	75	42.1
b. Sangat Setuju	103	57.9
Kompetensi Profesional		
a. Setuju	20	11.2
b. Sangat Setuju	158	88.8
Kompetensi Sosial		
a. Setuju	55	30.9
b. Sangat Setuju	123	69.1

Sumber : Data diolah, 2016

SIMPULAN DAN SARAN

1. PURMT/C memiliki profil dan tingkat kompetensi yang mendukung pengembangan kompetensi dirinya, yang sebagian besar berumur produktif (28 – 35 tahun) dengan jenis kelamin perempuan umumnya, memiliki motivasi berusaha yang tinggi untuk mengembangkan usaha rumah makannya, karena usaha rumah makan sebagai tambahan pendapatan keluarga untuk membiayai kebutuhan rumah tangganya. Ini

merupakan kekuatan untuk mendorong pengembangan kompetensi dirinya.

2. Dukungan pemerintah dan swasta dinilai masih sangat kurang. Dukungan tidak pernah ada bagi PURMT/C, dimana sebenarnya dukungan pemerintah sangat diharapkan untuk pengembangan kompetensi usaha rumah makan. Dukungan tersebut diperlukan, baik dalam bentuk dukungan, maupun sasaran atau penerimanya. Pelibatan PURMT/C dirancang dukungan diperlukan agar dukungan yang diberikan bermanfaat. Dukungan kelembagaan penyuluhan melalui fungsi penyuluh sebagai motivator, fasilitator, dan katalisator sangat dibutuhkan untuk kompetensi diri PURMT/C agar usaha rumah makan berlanjut dan berkembang.

3. Peningkatan kompetensi perlu difokuskan pada elemen-elemen pembentuk kompetensi yang masih tergolong lebih rendah. Peningkatan kompetensi sosial perlu diutamakan pada kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan untuk mendapatkan apa yang diinginkan pelanggan dan lingkungan sekitar usaha rumah makan, sedangkan pada kompetensi profesional lebih diutamakan pada kemampuan menyediakan hidangan yang sehat, bersih, penyajian dan keamanan pangan. Pada kenyataannya, kompetensi personal PURMT/C cenderung statis karena PURMT/C masih mempertahankan dan menggunakan pengetahuan usaha rumah makan warisan dari orang tua tidak ada keinginan menambah ilmu usaha rumah makan yang terbaru. Keadaan ini menyebabkan usaha rumah makan kurang berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Budiman, Arief. 1996. Teori Pembangunan Dunia Ketiga. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Hawkins, D, Mothersbaugh, D, & Best, R (2007). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. New York City: McGraw-Hill

- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kismono, Gugup. (2001). Pengantar Bisnis. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Prijono, Onny, 1996, Organisasi Non Pemerintah (NGOs): Peran dan Pembedayaannya, Jakarta, CSIS.
- Pranarka, A.M.W., 1996. Globalisasi, Pemberdayaan dan Demokrasi Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan, dan Implementasi
- Shaxson, T. F. 2000. People's involvement in watershed management: Lessons from working among resource-poor farmers. In R. Lal (Ed.), Integrated watershed management in the global ecosystem (pp. 345–363). Boca Raton, FL: CRC Press.
- Spencer, L.M. & S.M. Spencer .1993.Competence at Work. Models for Superior Performance. Copyright by John Wiley and Sons, Inc.Published Simultaneously in Canada.
- Wayne Gisslen, 2006. Professional Cooking Sixth Edition; Andre J. Cointreau, President, Le Cordon Bleu. Published by Jhon Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey
- Sumber Disertasi:**
- Inta P.N. Damanik. 2015. Penguatan Kapasitas Pengolah Sagu Tradisional Untuk mendukung Diversifikasi Pangan Di Maluku. Disertasi IPB. Bogor
- Sri Harijati. 2007. Potensi dan Pengembangan Kompetensi Arginisnis Petani Berlahan Sempit; Kasus Petani Sayur di Kota dan Pinggiran Jakarta dan Bandung.Disertasi IPB. Bogor.
- Sumber Jurnal:**
- Budianto Tedjasuksmana, 2015. Potret UMKM Indonesia Menghadapai Masyarakat Ekonomi ASEAN. The 7Th NCFB and Doctoral Colloquium 2014 Towards a New Indonesia Business Architecture Sub Tema: "Business and Economic Transformation Towards AEC 2015" Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS. ISSN No. : 1978-6522
- Diana Eravia, Tri Handayani dan Julina. The Opportunities and Threats Of Small and Medium Enterprises in Pekan Baru; Comparison between SMEs in Food and Restaurant. ScienceDirect Procedia-Social and Behavioral Sciences 169 (2015) 88-97.
- Firman Wahyudi, Adam Idris, Mass'ad Hatuwe. 2014. Peran Kompetensi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Bagian Sosial Sekretariat Daerah Kutai Timur. eJournal Administrative Reform, 2014,2(1);1047-1060 ISSN 2338 – 7637, ar.mian.fisip-unmul.ac.id, 2014, 2©Copyright 2014
- Glick, 2004, Performance, Volitional Absense, and Voluntary Turn Over, Academy Of Management Journal 29 (3). 441-464.
- Indarti,N 2004. Business Location and Success; The Case of Internet Café Business Gadjah Mada International Journal of Business, In Indonesia. 6(2), 171-192
- Delima, Isniyunisyafina Diah dkk, 2016. Komptensi Pemilik dan Pekerja Usaha Mikro Makanan Ringan tentang Mutu Produk di Cilegon dan Pandeglang< Provinsi Banten. Jurnal Penyuluhan, September 2016 Vol, 12 No 2.
- Trisninawati, 2015. Kompetensi Sumber Daya Manusia Bagi Pengusaha Perempuan Dalam Meningkatkan Industri Kreatif (Studi Kasus Industri Kerajinan Tenun Songket Kota Palembang). Jouenal & Proceeding FebUNSOED Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSOED Vol 5, No 1 (2015) Universitas Jendral Soedirman.
- Yusnita, Hestiworo; dan Atun Yulianto, Upaya food & Beverage Restaurant dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu melalui Variasi Product, Jurnal Khasanah ilmu Vol. IV No. 1 Maret 2013.
- Darmawan, Muhammad Ryan; dan Ari Pradhanawati. Analisis Lokasi, Keragaman Produk, Kualits Pelayanan dan Keputusan Pembeli Pada Usaha kecil Rumah Makan Padang Di Kota Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis UNDIP. Volume 5No 3 Tahun 2016.
- www.suarabanten.com/16-tempat-wisata-di-banten-yang-harus-dikunjungi/

