

## PENGARUH FASILITAS INTERNET GRATIS (*FREE WI-FI HOTSPOT*) TERHADAP PENINGKATAN KINERJA INDUSTRI RESTORAN DI KOTA PEKANBARU

Nia Anggraini

### ABSTRAK

*Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kinerja industri restoran di Kota Pekanbaru setelah adanya pelayanan fasilitas internet gratis yang diberikan oleh pihak restoran, rumah makan dan kafe yang memasang internet Wi-Fi hotspot. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan informasi bagi pembaca dan bahan acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan masalah ekonomi industri, serta sebagai pengembangan masa depan industri jasa, yaitu industri jasa restoran.*

*Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data baik primer ataupun sekunder yang mempunyai hubungan erat dengan masalah yang diteliti, untuk kemudian diinterpretasikan secara deskriptif guna memperoleh suatu gambaran tentang masalah yang diteliti, kemudian membandingkannya dengan pengetahuan teoritis untuk meneruskan persoalan dan kemungkinan pemecahannya. Dalam metode deskriptif ini hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.*

*Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kinerja industri rumah makan, restoran, dan kafe di Kota Pekanbaru meningkat setelah adanya fasilitas Wi-Fi. Ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah unit usaha lama yang memasang Wi-Fi dan jumlah unit usaha baru yang langsung memasang Wi-Fi, serta keuntungan yang didapat setiap unit usaha tersebut pun meningkat. Dimana dari hasil penelitian, 100% responden mengalami peningkatan terhadap jumlah pengunjung dan permintaan produk. Dimana jumlah konsumen dan permintaan produk rata-rata meningkat disemua tempat yang dijadikan objek penelitian, Namun peningkatan tersebut paling banyak adalah hanya peningkatan antara 5-15%.*

*Kata Kunci : Teknologi, Peningkatan Kinerja, Wirausaha*

### PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru merupakan salah satu wilayah yang mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana sepuluh tahun terakhir dapat diamati bertambah banyaknya didirikan bangunan, seperti gedung perkantoran, pusat perbelanjaan, hotel, maupun restoran atau rumah makan dan pertokoan. Perkembangan Kota Pekanbaru ini tidak terlepas dari tumbuhnya berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah yang memproduksi bermacam-macam produk yang lokasinya tersebar diseluruh Kecamatan. Dimana pertumbuhan usaha-usaha tersebut berperan penting dalam peningkatan perekonomian daerah, misalnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yang membuka usaha tersebut, menciptakan lapangan kerja baru, dan otomatis dapat meningkatkan pendapatan daerah Kota Pekanbaru.

Restoran adalah salah satu jenis dari usaha mikro, kecil dan menengah yang bergerak dibidang jasa boga. Atau merupakan tempat yang menyediakan pelayanan dibidang jasa makanan dan minuman. Industri restoran merupakan industri jasa yang cukup diminati dan akan selalu berkembang mengikuti permintaan pasar dan kemajuan jaman. Berkembangnya industri restoran ini dapat dilihat dari banyak bermunculannya kafe ataupun kedai kopi. Ini terjadi karena masyarakat yang khususnya para remaja suka menghabiskan waktunya untuk bersantai, berbincang-bincang, berdiskusi bersama teman-teman ataupun keluarga di café-café tersebut. Bahkan tidak jarang kafe dan kedai kopi dijadikan ajang untuk membicarakan bisnis sambil menikmati hidangan makanan ringan. Selain menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas, suatu usaha akan tetap bertahan apabila didukung oleh pelayanan yang berkualitas juga, misalnya pelayanan kebersihan, keindahan dan tempat yang nyaman serta kepuasan para

tamu yang berkunjung. Kemudian ada pelayanan yang lebih menarik konsumen untuk dapat berkunjung, seperti misalnya pelayanan adanya fasilitas internet gratis yang diberikan oleh pihak restoran, kedai kopi ataupun kafe secara cuma-cuma, sehingga pengunjung yang datang dapat menikmati hidangan dengan santai sambil menemukan info-info atau data-data terkini yang mereka inginkan.

Teknologi jaringan internet tanpa kabel ini sudah cukup populer di kalangan masyarakat. Masyarakat sering menyebutnya dengan “Hotspot” atau “Wi-Fi”. Banyak titik-titik strategis yang sengaja dipasang oleh instansi-instansi swasta ataupun pemerintah yang bekerjasama dengan pihak internet untuk memudahkan masyarakat agar dapat mengakses internet secara gampang dan cepat. Untuk saat ini penggunaan layanan internet tanpa kabel yang gratis telah banyak ditemukan dikota-kota di Indonesia, salah satunya Kota Pekanbaru. Ada beberapa tempat yang membuat peraturan ataupun syarat-syarat yang telah ditentukan oleh masing-masing tempat tersebut untuk dapat mengakses internet. Sebagai contoh misalnya kadang kala ada beberapa tempat yang memang sengaja memberikan layanan akses internet secara gratis, namun penggunaannya harus berbelanja atau memesan makanan selama mengakses internet, misalnya fasilitas internet yang dipasang di beberapa kafe, kedai kopi, restoran ataupun hotel yang ada di Kota Pekanbaru. Penelitian ini lebih memfokuskan kepada kafe, kedai kopi dan restoran yang memasang internet gratis.

Dari hasil survey lapangan, setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kafe dan restoran yang memasang fasilitas internet gratis. Berarti layanan internet gratis yang dipasang oleh pihak kafe dan restoran tersebut tak lain adalah untuk lebih menarik minat konsumen untuk datang ataupun menggunakan fasilitas di tempat tersebut, sehingga bisa menjadi nilai tambah bagi kafe ataupun restoran. Ada beberapa pengunjung yang datang memang sengaja hanya untuk mencari akses internet, hal ini dapat dikatakan bahwa kafe dan restoran secara tidak langsung juga memberikan nilai tambah bagi para pelanggannya. Sehubungan dengan hal-hal yang telah disebutkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas Internet Gratis (*Free Wi-Fi Hotspot*) Terhadap Peningkatan Kinerja Industri Restoran di Kota Pekanbaru”. Kinerja dalam penelitian ini adalah kinerja pasar dari industri restoran tersebut. Dalam suatu industri ada tiga hal yang selalu menjadi perhatian, dikenal dengan paradigma S-C-P (Structure–Conduct–Performance) yaitu mengenai struktur pasar industri tersebut, perilaku industri dalam pasar, dan kinerjanya. Ketiga hal ini sangat berkaitan erat dan saling mempengaruhi. Struktur pasar mempengaruhi perilaku, selanjutnya perilaku pasar menentukan kinerja pasar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Pengertian Analisis Industri**

Analisis industri merupakan upaya memanfaatkan peluang bisnis dan mengidentifikasi cara mendapatkan keuntungan jangka panjang. Tujuannya adalah meramalkan perilaku para pesaing, baik lama maupun baru yang akan masuk ke pasar; pengembangan produk; metode dan teknologi baru; serta pengaruh pembangunan dan perkembangan pada industri yang berhubungan (Kuncoro, 2007;134).

### **B. Analisis Organisasi Industri**

Dalam ekonomi industri akan selalu terkait dengan analisis organisasi industri. Organisasi ini merupakan kaitan antara struktur pasar, perilaku industri dan kinerja industri (Hasibuan, 1993;13). Dalam melakukan analisis organisasi industri, ada empat cara untuk mengamati hubungan atau keterkaitan antara struktur, perilaku, dan kinerja. Keempat cara tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hanya memperdalam dua aspek, yakni hanya memperhatikan hubungan antara struktur dan kinerja, tanpa terlalu memperhatikan perilaku.
2. Menelaah kaitan antara struktur terhadap perilaku, baru kemudian mengamati kinerja industri.
3. Menelaah hubungan antara kinerja dan perilaku, baru mengkaitkannya dengan struktur.

4. Tidak mengamati kinerja sama sekali karena dianggap sudah terjawab dari menelaah hubungan antara perilaku dan struktur (Kuncoro, 2007;137).

Pada awal dipelajarinya ekonomi industri, hubungan antara struktur pasar dengan perilaku dan kinerja merupakan hubungan satu arah, namun sejalan dengan perkembangan ekonomi hubungan ketiganya semakin kompleks. Hubungan antara struktur, perilaku dan kinerja sekarang merupakan hubungan dua arah yang saling mempengaruhi. Ini berarti bahwa kinerja industri dapat mempengaruhi perilaku perusahaan dan perilaku perusahaan dapat mempengaruhi struktur pasar. Sebagai contohnya efisiensi dalam kegiatan usaha dan kemampuan dalam strategi perusahaan yang berubah akan merubah peta masing-masing perusahaan, hal ini berarti berubahnya struktur pasar yang sudah ada sebelumnya (Djokoyuniarto).

### **C. Pengertian Struktur Industri**

Struktur industri adalah sifat permintaan dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi penjual (perusahaan) dalam industri, jumlah dan ukuran distribusi pembeli, diferensiasi produk, serta mudah tidaknya masuk kedalam industri (kondisi entri). Struktur pasar adalah bahasan yang penting untuk mengetahui perilaku dan kinerja industri. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi sifat persaingan. Kemudian, struktur pasar biasa dinyatakan dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. Elemen struktur pasar adalah pangsa pasar (market share), konsentrasi (concentration), dan hambatan (barrier). Secara garis besar, jenis-jenis struktur pasar terdiri dari pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar monopolistik. Sebaliknya, struktur industri merupakan bentuk atau tipe keseluruhan pasar industri (Kuncoro, 2007;167). (Jaya, 2001;3) mendefinisikan struktur sebagai karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi sifat harga dan kompetisi di dalam pasar. Unsur-unsur pasar meliputi konsentrasi dan hambatan masuk ke dalam pasar seperti modal, struktur biaya atau skala ekonomi dan tingkat pengaturan pemerintah. Dalam pembahasan secara ekonomi, klasifikasi pasar lebih memfokuskan pada keadaan jumlah perusahaan dalam industri. Suatu pasar terdiri dari seluruh perusahaan dan individu yang ingin dan mampu untuk membeli dan menjual suatu produk tertentu. Struktur menjadi penting, karena struktur pasar menunjukkan kinerja perusahaan. Struktur pasar menjadi ukuran penting dalam mengamati variasi perilaku dan kinerja industri, karena secara strategis dapat mempengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga barang dan jasa (Hasibuan, 1993;13). Analisis ekonomi membedakan struktur pasar menjadi empat kategori yaitu ; pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik dan pasar oligopoli. Struktur pasar yang umumnya terdapat dalam dunia nyata adalah jenis pasar yang berbeda diantara dua struktur yang ekstrim, yaitu struktur pasar persaingan monopoli dan pasar oligopoli (Sadono Sukirno, 2002).

### **D. Pengertian Perilaku Industri**

Perilaku di dalam ekonomika industri dapat diartikan bagaimana cara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar mendapatkan pasar. Dengan kata lain, perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan yang terdapat dalam suatu industri untuk mencapai tujuannya dan menghadapi persaingan. Perilaku dapat terlihat dalam berbagai perusahaan menentukan harga jual, promosi produk atau periklanan (advertising), koordinasi kegiatan dalam pasar (misalnya, dengan berkolusi, kartel, dan sebagainya), serta litbang (research and development) (Kuncoro, 2007;146). Menurut (Hasibuan, 1993;16), perilaku industri adalah pola tanggapan dan penyesuaian suatu industri di dalam pasar untuk mencapai tujuan. Suatu industri melakukan penyesuaian untuk melakukan peranannya dalam pasar, sehingga tercapai tujuannya. Perilaku itu jelas terlihat pada penentuan harga, promosi, koordinasi kegiatan dalam pasar, dan juga dalam kebijaksanaan produk. Perilaku menghubungkan struktur industri dengan kuantitas dari kinerja. Perilaku pasar terdiri atas kebijaksanaan perusahaan terhadap produknya dan terhadap perubahan yang dilakukan saingannya didalam pasar (Tirasondjaja, 1997;19). Perilaku organisasi terkait dengan studi

mengenai apa yang dilakukan individu dalam suatu organisasi dan bagaimana perilaku mereka mempengaruhi kinerja perusahaan (Robbins & Judge, 2008;12).

#### **E. Pengertian Kinerja Industri**

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri di mana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan di dalam suatu industri. Kinerja dapat pula tercermin melalui efisiensi, pertumbuhan (termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia, serta kebanggaan kelompok. Ukuran kinerja dapat bermacam-macam, tergantung pada jenis industrinya. Ukuran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Ukuran kinerja berdasarkan sudut pandang manajemen, pemilik, atau pemberi pinjaman. Dalam analisis internal, banyak perusahaan menerapkan sistem rasio dan standar yang memisahkannya dalam komponen serangkaian keputusan yang mempengaruhi kinerja operasional, keseluruhan returns, dan harapan pemegang saham.
2. Kinerja dalam suatu industri dapat diamati melalui nilai tambah (value added), produktivitas, dan efisiensi. Nilai tambah merupakan selisih antara nilai input dengan nilai output. Nilai input terdiri atas biaya bahan baku, biaya bahan bakar, jasa industri, biaya sewa gedung, mesin dan alat-alat. Sementara itu, nilai output merupakan nilai barang yang dihasilkan.

Produktivitas merupakan hasil yang dicapai per tenaga kerja atau unit faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Pada umumnya, tingkat produktivitas dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, alat produksi, dan keahlian (skill) yang dimiliki oleh tenaga kerja (Kuncoro, 2007;151-152). (Bain dalam Tirasondjaja, 1997;95), dimensi dari karakteristik kinerja pasar dapat disajikan dalam empat dimensi, yaitu:

1. Dimensi keuntungan. Karakteristiknya: tingkat penerimaan dari kapital,pekerja.
2. Dimensi efisiensi. Karakteristiknya: efisiensi teknik, ukuran pabrik, Metode produksi.
3. Dimensi produk. Karakteristiknya: disain, kualitas, dan variasi.
4. Dimensi promosi. Karakteristiknya: advertensi.

Pengukuran suatu kinerja industri dapat dilakukan dengan mengamati beberapa indikator yang mempengaruhinya. Namun dalam penelitian ini indikator kinerja yang digunakan adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, seperti perkembangan jumlah mengunjung dan permintaan produk. Analisis kinerja fungsional organisasi mengkaji aspek-aspek fungsi organisasi seperti sumber daya manusia (human resources), keuangan (financial), pemasaran (marketing), logistik, R & I (Research and Innovation), operasi dan produksi, budaya, dan system informasi (Yoshida, 2006;47). Pembuatan barang atau jasa merupakan suatu proses transformasi dari sumber daya menjadi barang atau jasa. Semakin efisien transformasi itu dilakukan semakin produktif pelaksanaan manajemen operasinya. Produktivitas menjadi ukuran utama yang digunakan untuk mengetahui kinerja dari suatu kegiatan operasi. Produktivitas merupakan ukuran bagaimana baiknya suatu sumber daya diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Secara umum, produktivitas dinyatakan sebagai rasio antara keluaran terhadap masukan atau rasio hasil yang diperoleh terhadap sumber daya yang dipakai (Herjanto, 2006;12).

(Sinungan, 2008;16) Dalam berbagai referensi terdapat banyak sekali pengertian mengenai produktivitas, yang dapat kita kelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1. Rumusan tradisional bagi keseluruhan produktivitas tidak lain ialah ratio daripada apa yang dihasilkan (output) terhadap keseluruhan peralatan produksi yang dipergunakan (input).
2. Produktivitas pada dasarnya adalah suatu sikap mental yang selalu mempunyai pandangan bahwa mutu kehidupan hari ini lebih baik daripada kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini.
3. Produktivitas merupakan interaksi terpadu secara serasi dari tiga faktor esensial, yakni investasi termasuk penggunaan pengetahuan dan teknologi serta riset; manajemen; dan tenaga kerja.

Secara umum pengukuran produktivitas berarti perbandingan yang dapat dibedakan dalam 3 jenis yang sangat berbeda, antara lain (Sinungan, 2008;23):

1. Perbandingan-perbandingan produktivitas antara pelaksanaan sekarang dengan pelaksanaan secara historis yang tidak menunjukkan apakah pelaksanaan sekarang ini memuaskan namun hanya menengahkan apakah meningkat atau berkurang serta tingkatannya.
2. Perbandingan pelaksanaan antara 1 unit dengan lainnya. Pengukuran ini menunjukkan pencapaian relatif.
3. Perbandingan pelaksanaan sekarang dengan targetnya dan inilah yang terbaik sebagai memusatkan perhatian pada sasaran atau tujuan.

Pengukuran produktivitas dapat dilakukan untuk lingkup nasional, industri, organisasi, atau perseorangan. Pengukuran produktivitas terutama berguna didalam membandingkan hasil yang dicapai antara satu periode dengan periode yang lain dari suatu unit yang sama (Herjanto, 2006;14).

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian manajemen yaitu penelitian lapangan, data yang diperoleh langsung dari pemilik atau pengelola restoran yang memiliki fasilitas Wi-Fi hotspot di Pekanbaru yang dilakukan baik melalui Observasi (pengamatan), penyebaran angket dan wawancara. Apabila dilihat dari sifatnya, maka penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu menguraikan dan menggambarkan secara jelas mengenai pengaruh fasilitas internet gratis (*free wi-fi hotspot*) terhadap peningkatan kinerja industri restoran di Kota Pekanbaru.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kota Pekanbaru. Hal yang mendasari pemilihan lokasi ini adalah karena Kota Pekanbaru merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki pangsa pasar untuk industri jasa restoran yang memiliki Wi-Fi Hotspot.

### **3. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola restoran yang memiliki fasilitas Wi-Fi hotspot di Pekanbaru. Sedangkan objek penelitian adalah pengaruh fasilitas internet gratis (*free wi-fi hotspot*) terhadap peningkatan kinerja industri restoran di Kota Pekanbaru.

### **4. Populasi Dan Sampel**

Populasi adalah objek atau unit yang akan diteliti, mengingat objek atau unit belum diketahui, maka berdasarkan prasarvei yang dilakukan adalah  $\pm 30$  unit usaha. Untuk itu sampel yang dipilih untuk mewakili populasi adalah semua unit usaha yang ada diteliti semuanya atau dengan menggunakan metode sensus.

### **5. Sumber Data**

Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian yaitu pemilik atau pengelola restoran yang memiliki fasilitas Wi-Fi hotspot di Pekanbaru.

### **6. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka data primer didapat dengan cara wawancara terstruktur dan observasi. Wawancara terstruktur yaitu dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada responden (pemilik atau pengelola restoran yang memasang fasilitas Wi-Fi hotspot) dengan membawa sederetan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu. Sedangkan observasinya dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke objek penelitian dengan tujuan untuk memastikan bahwa data dan informasi yang diperoleh tersebut adalah benar.

### **7. Analisa Data**

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan analisa deskriptif. Analisa deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data baik primer ataupun sekunder yang mempunyai hubungan erat dengan masalah yang diteliti, untuk kemudian diinterpretasikan secara deskriptif guna memperoleh suatu gambaran tentang

masalah yang diteliti, kemudian membandingkannya dengan pengetahuan teoritis untuk meneruskan persoalan dan kemungkinan pemecahannya. Untuk memperoleh hasil seperti yang diharapkan maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data serta teori yang dapat digunakan untuk mendukung analisa. Dalam metode deskriptif ini hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan industri perdagangan makanan dan minuman seperti rumah makan, restoran, dan kafe adalah salah satu industri perdagangan yang pertumbuhannya cukup tinggi dari sektor usaha lainnya di Kota Pekanbaru, baik dari jumlah unit usahanya maupun dalam penyerapan tenaga kerjanya. Apalagi adanya fasilitas Wi-Fi dapat menambah pertumbuhan industri ini. Jadi, industri rumah makan, restoran, dan kafe yang memiliki Wi-Fi mempunyai peranan dalam sektor perekonomian di Kota Pekanbaru. Kinerja industri rumah makan, restoran, dan kafe di Kota Pekanbaru meningkat setelah adanya fasilitas Wi-Fi. Ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah unit usaha lama yang memasang Wi-Fi dan jumlah unit usaha baru yang langsung memasang Wi-Fi, serta keuntungan yang didapat setiap unit usaha tersebut. Dimana dari hasil penelitian, 100% responden mengalami peningkatan terhadap jumlah pengunjung dan permintaan produk. Sebesar 62,86% dari seluruh pengusaha memilih alasan mendirikan usahanya adalah karena usaha tersebut memiliki prospek yang jelas dan keuntungan yang menjanjikan dengan 20 orang responden pada lama berusaha 1-3 tahun, kemudian 4-6 tahun sebanyak 8 orang. Dan alasan responden memasang Wi-Fi adalah dikarenakan mencari keuntungan dengan dapat menambah kedatangan pengunjung, mengikuti perkembangan jaman, dapat juga memanjakan pengunjung yang ingin mengakses berita ataupun berbisnis kapan saja sambil makan dan minum.

Jumlah responden yang memiliki modal awal besar dari 500 juta rupiah sebanyak 12 orang, modal awal 50-100 juta rupiah sebanyak 13 orang, dan yang memiliki modal awal 100-500 juta rupiah sebanyak 10 orang. Menunjukkan bahwa usaha rumah makan, restoran, dan kafe merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam mengelola usaha, sebanyak 5-19 orang penggunaan tenaga kerja dengan jumlah responden sebanyak 23 orang dan 6 orang responden menggunakan hanya 1-4 orang tenaga kerja saja. Sedangkan responden yang menggunakan tenaga kerja antara 20-99 orang berjumlah 5 orang responden dan hanya 1 orang responden yang menggunakan tenaga kerja lebih dari 100 orang. Cara perekrutan tenaga kerja tersebut bermacam-macam, antara lain dengan membuka lowongan kerja yang ditulis di media cetak surat kabar, kemudian melakukan proses wawancara. Selain itu merekrut langsung, baik dari keluarga sendiri dan rekomendasi dari teman-teman responden. Sumber bahan baku usaha rumah makan, restoran dan kafe yang memiliki Wi-Fi sebagian besar berasal dari dalam dan luar kota Pekanbaru, misalnya dari dalam Kota Pekanbaru di pasar-pasar tradisional, supermarket, dan pusat perbelanjaan lainnya. Sedangkan dari luar Kota Pekanbaru seperti di Medan dan Jakarta. Bahan bakunya berupa bahan-bahan makanan seperti lauk pauk, sayuran, buah-buahan, dan bahan-bahan makanan lainnya. Tetapi ada juga responden yang mendapatkan bahan bakunya dari luar negeri seperti impor kopi dari Australia dan impor es krim dari New Zealand. Bahan baku tersebut didapatkan dengan cara membeli langsung ataupun pesan terlebih dahulu. Pengunjung yang biasanya menggunakan fasilitas Wi-Fi adalah kebanyakan para remaja dan juga dewasa yang berkisar antara umur belasan tahun hingga yang berumur 30-an tahun.

Jumlah konsumen rata-rata meningkat disemua tempat yang dijadikan objek penelitian, Namun peningkatan jumlah yang paling banyak adalah hanya peningkatan antara 5-15%, yaitu sebanyak 21 orang responden atau 60% dari seluruh objek penelitian. 12 orang responden memiliki jumlah pengunjung yang meningkat hingga 20-35% dan hanya 2 orang responden saja yang jumlah pengunjungnya meningkat lebih dari 60%. Jumlah rumah makan, restoran, dan kafe dengan fasilitas Wi-Fi di Kota Pekanbaru lebih kurang sebanyak 35 unit usaha. Dengan demikian peluang untuk usaha ini sangat besar, mengingat luas Kota Pekanbaru

yang tidak sesuai dengan hanya sebanyak sekitar 35 unit usaha saja karena kebutuhan akan informasi melalui media internet sangat tinggi untuk saat ini dan setiap orang yang membutuhkannya tidak hanya dapat mengaksesnya dirumah ataupun dikantor, tetapi bisa internetan dimana saja sambil bersantai.

### **Analisis Organisasi Industri**

#### **1. Struktur Industri**

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa berdasarkan tingkat umur pemilik dan atau pengelola rumah makan, restoran, dan kafe yang memiliki fasilitas internet gratis adalah paling banyak sekitar usia antara 20-29 tahun dengan jumlah responden lebih dari 50% atau 18 orang. Dan apabila dilihat dari sudut tingkat pendidikan terakhirnya, pengusaha tersebut rata-rata tamatan perguruan tinggi dengan persentase 62,86%, yaitu sebanyak 22 orang. Lebih dari 50% para pengusaha tersebut mendirikan usahanya karena usaha berdagang makanan dan minuman merupakan usaha yang memiliki prospek yang sangat menjanjikan apabila dijalankan dengan serius. Sebanyak 20 orang pengusaha baru menjalankan usahanya selama 1-3 tahun, sehingga usaha rumah makan, restoran, dan kafe yang memiliki fasilitas Wi-Fi baru berkembang di Kota Pekanbaru sekitar tiga sampai empat tahun yang lalu dengan bentuk usaha paling banyak adalah usaha perorangan atau pribadi sebanyak 21 orang responden.

Kemudian alasan mereka memasang Wi-Fi karena dapat menambah kedatangan konsumen sebab apabila tidak mengikuti perkembangan zaman atau perkembangan teknologi, maka akan ketinggalan sehingga usaha yang mereka jalankan tidak berkembang dan maju. Diketahui juga bahwa modal awal yang digunakan paling banyak modal sebesar antara 50-100 juta rupiah dengan jumlah respondennya sebanyak 13 orang atau sekitar 37,14% dan 34,29% responden, yaitu 12 orang bermodal awal lebih dari 500 juta rupiah serta 10 orang responden dengan modal awal 100-500 juta rupiah. Jadi dilihat dari kriteria besarnya modal awal yang digunakan usaha rumah makan, restoran, dan kafe yang mempunyai fasilitas Wi-Fi termasuk kedalam jenis usaha mikro, kecil dan menengah dengan sumber modalnya yang paling banyak berasal dari dana pribadi yaitu sebesar 48,57% atau 17 orang responden.

Sumber bahan baku kebanyakan responden mengatakan dibeli di pasar-pasar tradisional yang ada di Kota Pekanbaru dan sebagian kecilnya mengatakan berasal dari luar Kota Pekanbaru maupun luar negeri. Berarti bahan baku yang berasal dari luar negeri merupakan bahan baku untuk mengolah produk yang berbeda dengan produk dari produsen lainnya.

Selain bahan baku, tenaga kerja juga dibutuhkan untuk proses produksi. Dalam penggunaan tenaga kerja, sekitar 5-19 orang tenaga kerja pada setiap unit usaha dari jawaban 65,71% responden atau sebanyak 23 orang. Ini menunjukkan bahwa apabila dilihat dari klasifikasi industri berdasarkan jumlah tenaga kerja, usaha rumah makan, restoran, dan kafe yang mempunyai fasilitas Wi-Fi termasuk kedalam industri kecil.

Mengenai pendapatan bersih, rata-rata usaha rumah makan, restoran, dan kafe yang mempunyai fasilitas Wi-Fi memiliki keuntungan bersih sekitar 10 juta rupiah atau lebih per bulannya, ini terlihat dari 17 orang responden yang berpendapatan bersih sebesar nilai tersebut dengan omset penjualan diatas 30 juta rupiah.

Industri rumah makan, restoran, dan kafe dengan fasilitas Wi-Fi telah lebih dari 30 unit usaha, sebagian besar produsennya memproduksi jenis makanan dan minuman yang sama dengan harga penjualan yang relatif hampir sama juga antar produsen tersebut. Jumlah konsumennya pun terjadi peningkatan sekitar 5-15% dari jawaban 60% orang responden, dimana permintaan terhadap minuman lebih banyak daripada makanan. Konsumennya banyak dari kalangan remaja dan dewasa pun tak kalah ambil peran, seperti pelajar dan mahasiswa serta karyawan kantoran ataupun pengusaha, karena mereka dapat mengakses berita terkini dan juga berbisnis. Dengan demikian, dilihat dari struktur pasarnya, industri rumah makan, restoran, dan kafe dengan fasilitas Wi-Fi termasuk ke dalam struktur pasar persaingan sempurna.

## 2. Perilaku Industri

Sebagian besar responden menjawab bahwa mereka tidak menentukan masing-masing harga penjualan untuk produk mereka tetapi hanya mengikuti tingkat harga pasaran. Jadi, harga makanan dan minuman yang mereka jual rata-rata harganya lebih kurang sama, seperti misalnya untuk saat ini standar harga pasar untuk makanan dan minuman berkisar antara 5000-20000 rupiah setiap porsi. Hanya beberapa responden saja yang mengatakan bahwa harga produknya ditentukan sendiri.

Usaha rumah makan, restoran, dan kafe yang mempunyai fasilitas Wi-Fi juga melakukan strategi produk sebagai kebijaksanaan perusahaan terhadap produknya. Pada awal-awal penjualan, produsen menggunakan promo diskon dan iklan untuk memperkenalkan produknya dan menghadapi persaingan pasar dengan memasang fasilitas Wi-Fi kemudian memberikan informasi bahwa ditempat usahanya ada fasilitas Wi-Fi, sehingga konsumen mengetahui keberadaan usaha rumah makan, restoran, dan kafe, misalnya dengan memasang logo Wi-Fi ditempat usahanya dan memasang iklan dimedia massa. Begitu juga dengan melakukan penyempurnaan design produk dan ada sebagian responden juga melakukan difersifikasi produk, seperti penambahan produk, serta melakukan kerjasama dengan pihak industri lainnya untuk memasarkan produknya, seperti kerja sama dengan pihak bank dan provider seluler dan lain-lain sehingga tercapainya pasar. Jadi, Perilaku didalam ekonomi industri merupakan cara yang dilakukan oleh berbagai perusahaan atau produsen dalam suatu industri untuk mendapatkan pasar, dimana dari hasil penelitian ini telah terlihat jelas perilaku dari usaha rumah makan, restoran, dan kafe yang memberikan fasilitas Wi-Fi.

## 3. Kinerja Industri

Dengan demikian, kinerja dari industri rumah makan, restoran, dan kafe yang memasang fasilitas Wi-Fi mengalami peningkatan yang tercermin dari pertumbuhan produsen yang meningkat setiap tahunnya sehingga kesempatan kerja pun akan bertambah. Begitu juga dengan jumlah konsumen yang datang meningkat, dengan sendirinya jumlah penjualan meningkat, maka permintaan terhadap makanan dan minuman akan meningkat juga. Akhirnya besarnya keuntungan yang didapat bertambah.

## SIMPULAN

Perkembangan industri perdagangan makanan dan minuman seperti rumah makan, restoran, dan kafe adalah salah satu industri perdagangan yang pertumbuhannya cukup tinggi dari sektor usaha lainnya di Kota Pekanbaru, baik dari jumlah unit usahanya maupun dalam penyerapan tenaga kerjanya. Apalagi adanya fasilitas Wi-Fi dapat menambah pertumbuhan industri ini. Jadi, industri rumah makan, restoran, dan kafe yang memiliki Wi-Fi mempunyai peranan dalam sektor perekonomian di Kota Pekanbaru. Kinerja industri rumah makan, restoran, dan kafe di Kota Pekanbaru meningkat setelah adanya fasilitas Wi-Fi. Ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah unit usaha lama yang memasang Wi-Fi dan jumlah unit usaha baru yang langsung memasang Wi-Fi, serta keuntungan yang didapat setiap unit usaha tersebut. Dimana dari hasil penelitian, 100% responden mengalami peningkatan terhadap jumlah pengunjung dan permintaan produk. Pengunjung yang biasanya menggunakan fasilitas Wi-Fi adalah kebanyakan para remaja dan juga dewasa. yang berkisar antara umur belasan tahun hingga yang berumur 30-an tahun. Dengan demikian peluang untuk usaha ini sangat besar di Kota Pekanbaru.

## SARAN

Untuk meningkatkan kinerja industri rumah makan, restoran dan kafe maka diharapkan kepada para pengusaha agar lebih meningkatkan kualitas produknya serta menjaga kualitas tersebut sehingga konsumen yang membeli merasa puas dan selain itu juga pelayan yang diberikan harus bisa membuat konsumen mau datang kembali, serta keterampilan yang berkaitan seluk beluk internet betul- betul dikuasai, sehingga gangguan yang dialami pelanggan dapat diatasi dengan segera dan memuaskan konsumen.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Ayodya, Wulan R, 2007, *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2000, *Indikator Industri Besar dan Sedang Prop. Riau*, BPS Prop.Riau, Pekanbaru.
- \_\_\_\_\_, 2008, *Pekanbaru dalam Angka tahun 2008*, BPS Prop.Riau, Pekanbaru.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 1997, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI*, Kantor DISPERINDAG Prop. Riau.
- Hasibuan, Nurimansjah, 1993, *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*, LP3E, Jakarta.
- Herjanto, Eddy, 2006, *Manajemen Operasi, Edisi Ketiga*, PT. Grasindo, Jakarta.
- [Http://djokoyuniarto.tripod.com/skripsi.htm](http://djokoyuniarto.tripod.com/skripsi.htm)
- Jaya, Wihana K, 2001, *Pengantar Ekonomi Industri, Pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar*, BPFE, Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, 2007, *Ekonomika Industri Indonesia, Menuju Negara Industri Baru 2030*, ANDI, Yogyakarta.
- Margaretha, Farah, 2007. *Manajemen Keuangan bagi Industri jasa*, PT. Grasindo, Jakarta.
- Purbo, Onno W, 2008, *Buku Pegangan Internet Wireless dan Hotspot*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Robbins Stephen P, Judge Timothy A, 2008, *Perilaku Organisasi, Edisi Keduabelas*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sinungan, Muchdarsyah, 2008, *Produktivitas: Apa dan Bagaimana, Edisi kedua*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sukirno, Sadono, 2002, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Edisi Ketiga*, PT. Rajawali Pers, Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H, 2003, *Perekonomian Indonesia Beberapa Permasalahan Penting*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Tirasondjaja, Erman, 1997, *Ekonomi Industri*, UPT Penerbitan Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Wijaya, Faried, 1999, *Ekonomika Mikro*, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta.
- Wiwoho, Ardjuno, 2008, *Pengertian Tata Hidang*, Esensi-Erlangga, Jakarta.
- [www.google.com](http://www.google.com). Undang-Undang RI No. 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.
- \_\_\_\_\_. Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- [www.Novertaeffendist.wordpress.com](http://www.Novertaeffendist.wordpress.com) “ Koneksi Internet Gratis Pekanbaru” oleh Novertaeffendi. (19 Maret 2017).
- [www.Organisasi.org](http://www.Organisasi.org) ” Pengertian, Definisi, Macam, Jenis dan Penggolongan Industri di Indonesia – Perekonomian Bisnis” oleh Komunitas & Perpustakaan Online Indonesia. (30/05/2017).
- [www.Pekanbaru-riau.blogspot.com](http://www.Pekanbaru-riau.blogspot.com) “Tempat Area Hotspot Gratis Pekanbaru” oleh Pemerintah Kota Pekanbaru. (Maret 2017).
- Yoshida, Diah Tuhfat, 2006, *Arsitektur Strategi: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan Dalam Dunia yang Senantiasa Berubah*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta