

## PERILAKU ORGANISASI DAN STRATEGI ADAPTASI PADA RUMAH MAKAN AYAM GEPREK SA'I DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR

### *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND ADAPTATION STRATEGIES IN GEPREK SA'I CHICKEN RESTAURANTS IN FACING MARKET CHALLENGES*

Zannuba Assyifa Qotrunnada<sup>1</sup>, Devina Ayu Trisna<sup>2</sup>, Risa Aprillia Wahyuningsih<sup>3</sup>, Nailly Hurriyatil Jannah<sup>4</sup>, Salman Al Farisi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Jember

<sup>1,2,3,4,5</sup>Akuntansi Syariah

Email: [zanubaassyifa39@gmail.com](mailto:zanubaassyifa39@gmail.com)<sup>1</sup>, [devinaayutrisna28@gmail.com](mailto:devinaayutrisna28@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[risaapriliawn16@gmail.com](mailto:risaapriliawn16@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[naillyhurriyah@gmail.com](mailto:naillyhurriyah@gmail.com)<sup>4</sup>, [farissafia.lmj@gmail.com](mailto:farissafia.lmj@gmail.com)<sup>5</sup>

#### ABSTRAK

Persaingan pasar yang semakin ketat, mengakibatkan keharusan cepat adaptasi bisnis oleh pelaku usaha agar tetap dapat bersaing dan bertahan. Perilaku Organisasi merupakan penerapan kedisiplinan tentang berperilaku individu maupun kelompok yang dapat memperlihatkan dampak terhadap kinerja. Tujuan penelitian berbasis studi kasus di Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i ini yakni untuk menganalisa perilaku dan strategi adaptasi yang diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus yang dilakukan di Restoran Ayam Geprek Sa'i cabang Gebang dengan teknik purposive sampling. Hasil yang didapatkan adalah Kualitas layanan restoran memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan empati dan daya tanggap yang menjadi faktor kunci dalam membentuk hubungan dengan pelanggan. Pendekatan manajemen yang baik tidak hanya melibatkan pelatihan profesional tetapi juga pendidikan spiritual. Pemberian fasilitas dan tunjangan yang memadai untuk karyawan mengakibatkan karyawan termotivasi dan tetap berkontribusi untuk kesuksesan perusahaan. Serta dengan menjaga kualitas produk serta memberikan pelayanan yang baik, restoran dapat membangun loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru.

**Kata Kunci:** Perilaku Organisasi; Strategi Adaptasi; Operasional Geprek Sa'i

#### ABSTRACT

*Increasingly fierce market competition, resulting in the need for rapid business adaptation by businesses in order to remain competitive and survive. Organizational Behavior is the application of discipline about individual and group behavior that can show the impact on performance. The purpose of this case study-based research at Ayam Geprek Sa'i Restaurant is to analyze the behavior and adaptation strategies implemented by the company in facing market challenges. This research uses a qualitative method with a case study conducted at Ayam Geprek Sa'i Restaurant, Gebang branch with purposive sampling technique. The results obtained are Restaurant service quality has a significant impact on customer satisfaction, with empathy and responsiveness being key factors in forming relationships with customers. A good management approach involves not only professional training but also spiritual education. Providing adequate facilities and benefits for employees results in employees being motivated and continuing to contribute to the success*

*of the company. And by maintaining product quality and providing good service, restaurants can build customer loyalty and attract new customers.*

**Keywords:** *Organisational Behaviour; Adaptation Strategy; Geprek Sa'i Operations*

## PENDAHULUAN

Pada sebuah perusahaan memiliki struktur dan strategi manajerial yang baik merupakan salah satu kualifikasi penilaian yang bagus untuk sebuah usaha. Apabila perusahaan memiliki strategi untuk internal control yang baik maka sedikit kemungkinan perusahaan tersebut mudah jatuh dan sebaliknya perusahaan dengan sistem manajerial yang bagus akan menambah citra baik di dalam dan di luar perusahaan. Sistem manajerial ini sering disebut dengan perilaku organisasi, yakni suatu bidang ilmu yang mempelajari perilaku individu agar sejalan dengan visi misi perusahaan atau organisasi. Organisasi dan perusahaan yang menerapkan perilaku organisasi dengan tepat akan mampu menciptakan karyawan yang unggul sehingga akan berpengaruh pada peningkatan kesuksesan organisasi. Karyawan yang bekerja pada suatu perusahaan, pada dasarnya menjadi *partner* perusahaan itu sendiri. Tidak boleh adanya pertentangan kepentingan antara perusahaan dengan pegawai, karena keduanya saling membutuhkan untuk menghasilkan barang dan jasa juga keuntungan.<sup>1</sup>

Seiring berkembangnya zaman, persaingan semakin ketat. Begitupula juga dengan persaingan dunia usaha terutama sektor kuliner, tengah menghadapi tantangan yang signifikan. Hal ini merupakan salah satu akibat dari globalisasi di mana dunia seperti tanpa ada batas. Saat ini kita dapat mengakses, mengetahui, dan mendapat informasi dari berbagai belahan dunia dengan sangat mudah. Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i merupakan salah satu usaha rumah makan yang menerapkan konsep syariah dalam operasional usahanya. Restoran ini tidak hanya menawarkan produk unggulan berupa ayam geprek dan berbagai olahan ayam tetapi juga menekankan kualitas makanan yang halal dan berkualitas, tetapi juga pada pelayanan yang ramah dan cepat. Namun, selain menekankan pada pelayanan yang baik untuk dapat terus bertahan dan berembang dalam pasar yang kompetitif, sangat penting bagi Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i untuk menerapkan strategi adaptasi yang efektif terhadap perilaku organisasi dan dinamika pasar yang terus berubah.<sup>2</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana perilaku rumah makan ayam geprek sa'i dalam menghadapi tantangan pasar serta mengetahui strategi yang diterapkan oleh rumah makan ini agar mampu bertahan menghadapi tantangan pasar. Dengan memahami aspek-aspek ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengelolaan bisnis kuliner dalam konteks halal dan syariah, serta kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha.

## TINJAUAN PUSTAKA

1. Restoran atau Rumah Makan Geprek Sa'i  
Restoran atau biasa disebut sebagai rumah makan merupakan suatu tempat atau bangunan yang dijalankan secara komersial dengan menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada konsumennya untuk menyajikan makanan ataupun minuman.<sup>3</sup> Tujuan utama dioperasionalkan restoran adalah untuk

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016),

<sup>2</sup> Riris Tri Maulida Rahmawati, & Abdurrahman Abdurrahman. (2024). Strategi Brand Image Pada Rumah Makan Ayam Geprek Sai di Kabupaten Lamongan Perspektif Studi Kelayakan Bisnis Islam. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(4), 279–290. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.736>

<sup>3</sup> Marsum, W. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. edisi 4. Yogyakarta: Andi, 2005

mencari keuntungan serta membuat puas para konsumen, dikemukakan oleh Prof. Vanco Christian dari *School Hotel Administration di Cornell University*.

Restoran Ayam Geprek Sa'i dinaungi oleh PT Ukhuwah Berkah Semesta yakni perusahaan dengan sistem operasional *spiritual company* yang sebelumnya juga telah menaungi *brand* ayam geprek Hajj Chicken. Asal penentuan nama Sa'i yang bermakna ikhtiar. Kata Sa'i seakar dengan kata Sa'a yang berarti usaha. Secara filosofi merupakan kejadian yang menggambarkan kegigihan seorang ibu yang sedang berusaha mencari air untuk memberi minum anaknya dengan penuh keyakinan dan atas bantuan Allah SWT. Tujuan manajemen perusahaan agar restoran ini menjadi saran ikhtiar untuk mendapatkan rizki.<sup>4</sup> Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i memiliki visi dan misi yakni sebagai berikut:

Visi : Menjadikan usaha berbasis syari'at islam dengan mengedepankan ukhuwah islamiyah serta peduli permasalahan Dakwah, Sosial, dan Pendidikan.

Misi :

- 1) Membentuk bisnis restoran yang halal dan thayyiban dengan cita rasa yang bisa diterima umat dengan harga terjangkau;
- 2) Wadah bersama (jama'ah) dalam pengumpulan dana untuk membentuk suatu usaha dapat diharapkan menghasilkan keuntungan;
- 3) Sebagai sarana untuk mendapatkan dana kegiatan dakwah, sosial, dan pendidikan yang diprioritaskan untuk internal dengan mengalokasikan dana keuntungan max 30%;
- 4) Menciptakan lingkungan kerja yang islami untuk menuju arah sebagai pesantren kuliner;
- 5) Processing, gudang, dan relasi milik manajemen.

## 2. Manajemen dan Strategi Operasional

Manajemen operasional juga dapat di definisikan sebagai serangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai produk ataupun jasa yang dihasilkan melalui "input" menjadi (output). Manajemen operasi juga didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan yang meliputi desain, operasi, dan perbaikan sistem yang digunakan untuk membuat dan menyampaikan produk dan jasa atau layanan.<sup>5</sup>

Strategi perusahaan adalah cara perusahaan untuk mencapai tujuan dan misi mereka.<sup>6</sup> Kegiatan tersebut dapat dilakukan berulang kali di beberapa perusahaan yang tergantung pada setiap kondisi perusahaan masing-masing. Kegiatan implementasi strategi organisasi ini menunjukkan bahwa organisasi atau perusahaan membutuhkan pemahaman yang baik terhadap lingkungan kerjanya dalam menyusun strategi operasional yang efektif. Strategi memiliki beberapa bentuk strategi yang mungkin terjadi, berikut beberapa bentuk strategi antara lain:

- 1) Sasaran/tujuan strategis, menunjukkan apa yang akan dicapai oleh perusahaan untuk tetap dapat bertahan dan memenangkan persaingan
- 2) Taktik, yakni tindakan atau kegiatan sesuai rencana dengan rentang waktu yang lebih pendek dibandingkan strategi. Berfungsi untuk memfokuskan usaha perusahaan pada fungsi-fungsi kerja untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.
- 3) Kebijakan, batasan dalam perusahaan yang beroperasi, melaksanakan bisnis, dan menyelesaikan konflik antara terjadinya perbedaan kesepakatan.

Suatu perusahaan dapat mewujudkan misinya melalui tiga cara konseptual yakni differensiasi (*differentiation*), kepemimpinan biaya (*cost leadership*), dan tanggap atau responsif (*response*). Ketiga aspek tersebut berarti manajemen operasional menghasilkan produk atau layanan yang berbeda dari yang lain, lebih murah, dan lebih tanggap terhadap kebutuhan dan permintaan pasar.

---

<sup>4</sup> Artikel tentang Geprek Sa'i diakses melalui <https://ayamgepreksai.com/pt-ubs/>

<sup>5</sup> Chase, R.B.; F.R. Jacobs; dan N.J. Aquilano. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. Edisi ke-11. New York: McGraw-Hill/ Irwin.

<sup>6</sup> Heizer, J., dan B. Render. 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi ke-11. New York: Pearson.

### 3. Perilaku Organisasi

Perilaku Organisasi merupakan hal yang menerapkan kedisiplinan tentang berperilaku individu maupun kelompok yang dapat memperlihatkan dampak terhadap kinerja. Dapat disimpulkan bahwa perilaku organisasi ini studi tentang bagaimana seorang berperilaku dalam konteks organisasi dan bagaimana perilaku tersebut dapat mempengaruhi efektivitas organisasi. Menurut Mulyadi perilaku organisasi yaitu aktualisasi pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana orang dalam bertindak laku dalam suatu organisasi.<sup>7</sup> Sedangkan Subekhi dan Jauhar ada banyak faktor yang bisa mempengaruhi perilaku organisasi yaitu:

1. Meningkatkan kepuasan kinerja juga dapat mempengaruhi perilaku organisasi seperti memenuhi hak-hak pekerja yang berhak mereka dapat atas pekerjaan yang telah mereka lakukan.
2. Pengaruh ketidakhadiran, Tindakan yang tidak masuk kerja dapat memberikan dampak negatif terhadap efektivitas dan efisiensi kinerja suatu organisasi.
3. Meningkatkan produktivitas pada setiap organisasi dikatakan produktif jika mampu mencapai tujuan dengan baik dan sesuai.<sup>8</sup>

Setiap karyawan pasti memiliki prestasi sendiri seperti prestasi kinerja upaya seseorang untuk menentukan kemampuan karakteristik pribadi serta persepsi terhadap pekerjaannya. "Prestasi kinerja adalah kualitas, kuantitas, waktu yang digunakan, absensi dan keselamatan dalam menjalankan tanggung jawabnya" ini adalah pengertian prestasi kinerja menurut Maier, presentasi kinerja dapat diukur dari mutu kerja, kualitas kerjanya, keteguhan, sikap seperti tanggung jawabnya dapat dipercaya atau tidak dan kualitas pribadinya pun dapat menjadi tolak ukur atas prestasi kerjanya.<sup>9</sup>

Optimalisasi jam kerja operasional berdampak langsung pada peningkatan pesanan konsumen, sementara pengelolaan modal kerja yang efisien dan strategi pemasaran yang baik membantu meningkatkan omzet penjualan. Secara keseluruhan, sinergi antara variabel tersebut berkontribusi pada peningkatan laba usaha.<sup>10</sup>

### 4. Strategi Adaptasi

Adaptasi merupakan bentuk penyesuaian diri terhadap lingkungan.<sup>11</sup> Lingkungan yang dimaksud meliputi kondisi sosial, budaya maupun alam sekitar. Sedangkan strategi adaptasi yakni cara manusia untuk mengalokasikan sumber dayanya dalam menghadapi tantangan sesuai dengan kondisi lingkungannya baik sosial, budaya, ekonomi, dan ekologisnya.<sup>12</sup>

Pada sebuah perusahaan strategi adaptasi sangat perlu diterapkan. Hal ini kondisi sosial dan ekonomi bersifat dinamis sehingga manajemen perusahaan harus mampu mengetahui segala yang terjadi pada pasar. Strategi adaptasi akan terus berubah seiring dengan berjalannya waktu. Adaptasi bisnis atau sering disebut adaptasi model bisnis yakni rangkaian keputusan terkait strategi pasar, struktur organisasi, dan transaksi organisasi. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam berinovasi, berubah, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnisnya. Penyesuaian bisnis ini dapat mencakup rencana dan tindakan yang harus diambil agar bisnis bisa relevan, efisien, dan menguntungkan seperti, perubahan produk atau layanan yang ditawarkan, operasional perusahaan, atau inti model bisnis.

---

<sup>7</sup> Mulyadi, D. (2015) *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Cetakan Pertama. Bandung Penerbit: Alfabeta.

<sup>8</sup> Subekhi, Ahmad dan Jauhar M. (2013) *Pengantar Teori Organisasi*. Cetakan Pertama Jakarta. Penerbit: Prestasi Pustaka

<sup>9</sup> Fauzan. (2023) *Perilaku Organisasi*. Cetakan 1 Jember. Penerbit: UIN KHAS Press.

<sup>10</sup> Fajri, Muhammad Haikal Faran, Nabil Naufal Zaki, and Randy Arista Pratama. "Keberlanjutan Usaha Kuliner: Analisis Tantangan dan Strategi Pengembangan." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9.3 (2024).

<sup>11</sup> W.A Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2010), hlm 59

<sup>12</sup> Amri Marzali, *Strategi Peisan Cikalong Dalam Menghadapi Kemiskinan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2003), hlm. 26.

Pada sebuah penelitian menjelaskan bahwa keberhasilan rumah makan di era new normal sangat dipengaruhi oleh inovasi menu, digitalisasi layanan melalui platform daring seperti GoFood/GrabFood, peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, dan penerapan protokol kesehatan yang ketat untuk membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, adaptasi strategis terhadap perubahan pasar melalui analisis SWOT secara berkelanjutan menjadi kunci agar bisnis tetap kompetitif di tengah tantangan ekonomi dan kesehatan akibat pandemi.<sup>13</sup>

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yang melibatkan analisis literatur dan studi kasus. Metode kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan dengan penelitian kuantitatif.<sup>14</sup> Selain itu penelitian kualitatif juga dapat dimaknai penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.<sup>15</sup> Dengan subjek penelitian diambil acak melalui purposive sampling yakni sampel penelitian diambil secara acak pada kelompok sampel yang ditargetkan sesuai dengan kualifikasi atau kriteria yang dibutuhkan. Serta untuk pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi dengan data analisis. Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i cabang Gebang yang beralamat di Jl. Manggar, Puring, Slawu, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sistem Operasional Geprek Sa'i

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi. Strategi adalah rencana untuk mencapai suatu tujuan dalam jangka panjang yang di proses oleh manajemen untuk membantu tercapainya tujuan. Restoran atau rumah makan pasti memiliki strategi contohnya Restoran (rumah makan) Ayam geprek sa'i merupakan salah satu rumah makan *fast food* yang memiliki banyak cabang, salah satu cabangnya berada di Jl Manggar, Puring Sewu, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember yang berdiri sejak tahun 2019.<sup>16</sup> Pemasaran merupakan salah satu cara strategi yang dilakukan. Pemasaran sendiri adalah kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnis dan menghasilkan keuntungan, bila tidak dilakukan dengan pemasaran maka perusahaan akan tidak bisa mendapatkan keuntungan.<sup>17</sup> Sehingga rumah makan Ayam geprek Sa'I juga memiliki Strategi pemasaran tersendiri untuk menarik pelanggan dan membedakan ayam geprek sa'I dengan Ayam-ayam Geprek lainnya.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa rumah makan Ayam geprek sa'i memiliki banyak penawaran varian menu yang menarik yang dapat ditawarkan ke konsumen sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen atau kebutuhan, dengan banyak menu varian, konsumen dapat menikmati sesuai selera, seperti Ayam Geprek dengan sambal Khas yang tidak bisa di temui rasanya di rumah makan ayam

---

<sup>13</sup> Panelewen, Freddy Huibert Jacob, Wenny Tilaar, and Jolanda Kitsia Juliana Kalangi. "Analisis permodalan dan keuntungan usaha mikro kecil menengah pada rumah makan (Studi kasus) di Kota Manado." *Agri-Sosioekonomi* 16.2 (2020): 313-324.

<sup>14</sup> Saryono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung.

<sup>15</sup> Bogdan dan Biklen. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.

<sup>16</sup> Claudya, C., & Suryaningsih, S.A (2021) *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Rental Mobil Bilqis Wiyung Surabaya*. *Jurnal ekonomika dan Bisnis Islam*,4(2), 123-133

<sup>17</sup> Putritama, A. (2018). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri perbankan Syariah*. Normal, *Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*

geprek lainnya. Walau namanya Rumah makan Ayam Geprek tetapi di sini tidak hanya menjual ayam saja tetapi menyediakan nasi goreng, kwetiau, ayam teriyaki, *french fries*, dan varian menu minuman lainnya. Sedangkan untuk operasional jam kerja yang dilakukan di Rumah Makan Ayam geprek sa'i bertempat di Gebang di buka setiap hari mulai dari pukul 09.30 hingga 22.00 WIB dengan waktu yang fleksibel ini pelanggan dapat menikmati hidangan menu yang tersedia di rumah geprek sa'i sewaktu mereka inginkan sesuai jam kerja rumah makan ayam geprek sa'i. Rumah makan ayam geprek sa'i menyediakan tempat yang nyaman bagi para konsumen yang ingin makan di tempat sehingga penjualan ayam geprek sa'i tidak hanya melayani *delivery*, tetapi *dine in* maupun *take away* melalui gofood ataupun shopeefood.

Pelayanan yang ramah tamah serta kecepatan penyajian merupakan hal utama diberikan untuk memuaskan para konsumen, selain itu kebersihan tempat juga nomor satu agar konsumen nyaman pada saat makan serta menjaga reputasi merek ayam geprek sa'i ini merupakan bentuk suatu tanggung jawab yang diberikan oleh Rumah makan ayam geprek sa'i. Hal ini selaras dengan penelitian yang mengemukakan bahwa dimensi kualitas layanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimensi "*empathy*" dan "*responsiveness*" memiliki dampak yang paling besar, menandakan bahwa perhatian terhadap kebutuhan pelanggan dan daya tanggap staf menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Rekomendasi dari penelitian ini adalah meningkatkan pelatihan staf dan memperkuat sistem layanan berbasis teknologi untuk lebih memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>18</sup>

Tidak hanya itu Rumah makan geprek sa'i memiliki kemitraan dan pengembangan yang ditawarkan melalui sistem waralaba dan manajemen mendukung mitra dengan pelatihan. Strategi pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia untuk memastikan kualitas pada setiap cabang ayam geprek sa'i lainnya sehingga tidak merubah ciri khas dari Ayam Geprek Sa'i pusat maupun cabang-cabang yang telah tersebar.

Ayam geprek sa'i telah menerapkan sistem manajemen operasional ini sejak awal berdirinya, yang memberikan dampak positif signifikan bagi kesejahteraan karyawan. Kesejahteraan tersebut mencakup dua aspek utama: material dan spiritual. Dari aspek material, perusahaan memberikan berbagai tunjangan yang berkontribusi pada peningkatan taraf hidup karyawan. Sementara itu, dari aspek spiritual, perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan keagamaan karyawan. Setiap hari, sebelum memulai aktivitas, seluruh karyawan diwajibkan untuk mengaji bersama dan diberikan waktu khusus untuk menunaikan ibadah sholat. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh keberkahan atas semua usaha yang dilakukan sekaligus menguatkan nilai-nilai spiritual dalam kehidupan kerja.

Inisiatif ini juga sejalan dengan visi dan misi perusahaan, yaitu menciptakan lingkungan kerja islami dan membangun budaya kerja yang selaras dengan nilai-nilai pesantren. Dalam hal ini, perusahaan berkomitmen untuk menjadi "pesantren kuliner," di mana kesuksesan duniawi dan ukhrawi dapat berjalan beriringan.

### **Perilaku Organisasi yang Diterapkan di Usaha Ayam Geprek Sa'i**

Penerapan perilaku organisasi yang baik pada usaha Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i dilihat dari awal proses rekrutmen karyawan. Proses rekrutmen karyawan ayam geprek sa'i umumnya mengikuti prosedur yang serupa dengan banyak restoran lainnya. Namun, ada kualifikasi yang ditekankan yakni nilai-nilai agama atau spiritual yang dimiliki calon karyawan. Rumah makan ayam geprek sa'i tidak hanya mencari karyawan yang tidak hanya memiliki keterampilan profesional, tetapi juga yang dapat mengikuti nilai-nilai keagamaan yang diajarkan dalam perusahaan, seperti disiplin ibadah dan dapat membaca Al-Qur'an.

---

<sup>18</sup> Rohman, Muhammad Latif Nur, and Uju Suji'ah. "Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum (Studi kasus pada konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta)." *Journal Competency of Business* 5.02 (2021): 64-76.

Proses rekrutmen dimulai dengan mengajukan lamaran melalui kontak yang disediakan perusahaan. Kemudian kandidat akan menjalani proses seleksi yang melibatkan wawancara dan penilaian terhadap keterampilan serta kemampuan mereka mengikuti budaya kerja berbasis spiritual. Setelah kandidat diterima sebagai karyawan, diharapkan karyawan baru untuk mengikuti pelatihan dan mematuhi SOP (Standar Operasional Perusahaan) berbasis *spiritual company*, termasuk sholat berjamaah dan membaca Al-Qur'an. Media yang digunakan untuk menyebarkan informasi rekrutmen karyawan geprek sa'i dengan share loker di sosial media seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook.

Pada perusahaan rumah makan ayam geprek sa'i juga memberlakukan adanya tunjangan dan fasilitas yang diberikan untuk karyawannya. Ada beberapa tunjangan sosial yang diberikan perusahaan yakni:

- 1) Tunjangan menikah, tunjangan ini didapatkan ketika karyawan tersebut sudah lebih 1 tahun masa kerja
- 2) Tunjangan melahirkan, didapatkan oleh karyawan perempuan dan laki-laki dengan masa kerja minimal 1 tahun dengan nominal sesuai jabatan di perusahaan
- 3) Tunjangan pendidikan, tunjangan ini diberikan kepada para karyawan yang bekerja namun masih mengenyam di bangku pendidikan seperti kuliah.
- 4) Bonus Tahunan,
- 5) Bonus kinerja, karyawan diberikan kesempatan untuk mendapatkan bonus berdasarkan pencapaian target penjualan.

Pengukuran kinerja karyawan pada usaha rumah makan ayam geprek Sa'i diukur dengan cara analisa langsung oleh para *supervisor* yang bertugas di setiap cabang. Dapat dilihat dari semangat dan performa karyawan setiap hari serta memberikan loyalitas yang baik pada perusahaan. Melalui pengukuran kinerja ini, karyawan di usaha rumah makan geprek sa'i juga mendapatkan kesempatan untuk dapat naik ke jabatan lebih tinggi lagi.

### **Strategi Adaptasi Pemasaran yang Diterapkan Usaha Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i**

Dalam era digital yang semakin kompetitif khususnya di bisnis kuliner, maka dari itu rumah makan ayam geprek sa'i dituntut untuk terus berinovasi. Ayam Geprek Sa'i salah satu pemain besar di industri ini, telah membuktikan ketangguhannya dengan menerapkan sejumlah strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu kunci kesuksesan Ayam Geprek Sa'i adalah kemampuannya untuk terus berinovasi dalam hal produk. Dengan menghadirkan varian rasa baru yang unik dan tidak ditawarkan oleh kompetitor, Ayam Geprek Sa'i berhasil menciptakan daya tarik tersendiri di mata konsumen. Hal ini membuat pelanggan merasa penasaran dan ingin mencoba berbagai menu yang ditawarkan.

Dalam era digital seperti sekarang, keberadaan di dunia maya sangat penting. Ayam Geprek Sa'i memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk mempromosikan produknya. Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan *influencer* untuk meningkatkan jangkauan promosi, untuk memperkuat branding dan meningkatkan visibilitas. Ayam Geprek Sa'i aktif menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti usaha lokal lainnya atau menjadi sponsor acara-acara tertentu. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan *brand awareness*, tetapi juga memperkuat hubungan dengan komunitas. sehingga

Ayam Geprek Sa'i menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Mereka sering memberikan paket hemat atau bonus tambahan untuk menarik pelanggan. Strategi ini sangat efektif dalam menarik konsumen yang mencari nilai tambah. Selain strategi pemasaran, Ayam Geprek Sa'i juga sangat memperhatikan kualitas produk dan pelayanan. Dengan menjaga konsistensi rasa dan memberikan pelayanan yang baik, mereka berhasil menciptakan loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang puas cenderung akan merekomendasikan Ayam Geprek Sa'i kepada orang lain. Kesuksesan Ayam Geprek Sa'i dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner membuktikan bahwa inovasi, pemanfaatan teknologi, dan fokus pada pelanggan adalah kunci utama. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Ayam Geprek Sa'i berhasil mempertahankan eksistensinya dan terus berkembang.

## **PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kualitas layanan restoran memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan empati dan daya tanggap yang menjadi faktor kunci dalam membentuk hubungan dengan pelanggan. Restoran telah menerapkan sistem manajemen operasional yang baru, yang berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Perusahaan berkontribusi pada peningkatan kehidupan pelanggan, sementara lingkungan spiritual berkontribusi pada pengembangan layanan pelanggan.

Pendekatan manajemen yang baik yang tidak hanya melibatkan pelatihan profesional tetapi juga pendidikan spiritual. Proses manajemen melibatkan membangun hubungan dengan perusahaan dan membimbing karyawan menuju pelatihan spiritual dan budaya kerja. Perusahaan juga memberikan pelatihan dan fasilitas bagi karyawan, seperti upah minimum, tunjangan sekolah, dan bonus berdasarkan kinerja. Para supervisor menganalisa kinerja karyawan secara teratur, memastikan kinerja yang baik dan loyalitas kepada perusahaan. Pendekatan ini membantu karyawan tetap termotivasi dan berkontribusi pada kesuksesan perusahaan.

Di era digital yang kompetitif, restoran seperti Ayam Geprek Sa'i telah mengadopsi strategi untuk berinovasi dan tetap menjadi yang terdepan. Dengan menawarkan produk baru yang unik dan berinteraksi dengan konsumen, restoran dapat menciptakan basis pelanggan yang loyal. Mereka menggunakan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka, berkolaborasi dengan influencer, dan membangun hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Mereka juga menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, menawarkan bonus atau diskon untuk menarik pelanggan. Dengan menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik, restoran dapat membangun loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru.

### **Saran**

Untuk mengetahui cara perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dalam menghadapi tantangan pasar di era sekarang, disarankan untuk melakukan observasi lebih mendalam sehingga mendapatkan hasil evaluasi yang konkrit yang dapat dijadikan sebagai langkah perbaikan. Perusahaan kuliner harus sigap terhadap perubahan kondisi lingkungan pasar. Selain itu dituntut untuk terus berinovasi produk dan pelayanan yang baik. Sistem manajemen operasional yang mumpuni memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperlukan studi lebih mendalam terkait perilaku organisasi yang diberlakukan di usaha-usaha restoran dengan metode yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan eksternal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri Marzali, *Strategi Peisan Cikalong Dalam Menghadapi Kemiskinan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2003)
- Artikel tentang Geprek Sa'i diakses melalui <https://ayamgepreksai.com/pt-ubs/>
- Bogdan dan Biklen. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Claudia, C., & Suryaningsih, S.A (2021) *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Rental Mobil Bilqis Wiyung Surabaya*. Jurnal ekonomika dan Bisnis Islam,4(2), 123-133
- Chase, R.B.; F.R. Jacobs; dan N.J. Aquilano. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. Edisi ke-11. New York: McGraw-Hill/ Irwin.
- Fajri, Muhammad Haikal Faran, Nabil Naufal Zaki, and Randy Arista Pratama. "Keberlanjutan Usaha Kuliner: Analisis Tantangan dan Strategi Pengembangan." Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 9.3 (2024).
- Fauzan. (2023) *Perilaku Organisasi*. Cetakan 1 Jember. Penerbit: UIN KHAS Press.
- Heizer, J., dan B. Render. 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Edisi ke-11. New York: Pearson.
- Marsum, W. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. edisi 4. Yogyakarta: Andi, 2005
- Mulyadi, D. (2015) *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Cetakan Pertama. Bandung Penerbit: Alfabeta.
- Panelewen, Freddy Huibert Jacob, Wenny Tilaar, and Jolanda Kitsia Juliana Kalangi. "Analisis permodalan dan keuntungan usaha mikro kecil menengah pada rumah makan (Studi kasus) di Kota Manado." Agri-Sosioekonomi 16.2 (2020)
- Putritama, A. (2018). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri perbankan Syariah*. Normal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen
- Riris Tri Maulida Rahmawati, & Abdurrahman Abdurrahman. (2024). Strategi Brand Image Pada Rumah Makan Ayam Geprek Sai di Kabupaten Lamongan Perspektif Studi Kelayakan Bisnis Islam. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(4), 279–290. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.736>
- Rohman, Muhammad Latif Nur, and Uju Suji'ah. "Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum (Studi kasus pada konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta)." *Journal Competency of Business* 5.02 (2021)
- Saryono. 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung.
- Subekhi, Ahmad dan Jauhar M. (2013) *Pengantar Teori Organisasi*. Cetakan Pertama Jakarta. Penerbit: Prestasi Pustaka.
- W.A Gerungan, *Psikologi Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2010)