



P-ISSN: 1412-5331, E-ISSN: 2716-2532

MAJALAH ILMIAH

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

SOLUSI

PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN, SIKAP INDIVIDU TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM DI KALANGAN MAHASISWA S2 MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS SEMARANG

(Asah Wiari Sidiq; Asih Niati - Universitas Semarang)

PENINGKATAN KINERJA PENGAJARAN DOSEN MELALUI KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN PSIKOLOGIS DASAR DENGAN PEMEDIASI MOTIVASI KERJA

(Anik Herminingsih - Universitas Mercu Buana)

PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN MEKANISME BONUS TERHADAP INDIKASI TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

(Arum Sasi Andayani; Ardiani Ika Sulistyawati - Universitas Semarang)

PENGELOLAAN ALOKASI DANA DESA: AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI (STUDI KASUS PADA DESA GINGGANGTANI, KECAMATAN GUBUG, KABUPATEN GROBOGAN)

(Ana Rokhati; Saifudin; Dian Triyani - Universitas Semarang)

PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KECIL TELUR ASIN DI KELURAHAN TEGAL SARI, KECAMATAN CANDI SARI, SEMARANG

(Nisa Novia Avien Christy; Dwi Widi Pratito - Universitas Semarang)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) DI KABUPATEN BADUNG

(Ida Ayu Nyoman Yuliasuti; Putu Kepramareni; I Gusti Ayu Asta Yunisari - Universitas Mahasaraswati Denpasar)

KEBERHASILAN MEMPERTAHANKAN WARUNG MAKAN PRASMANAN MBAH SAN

(Sri Wulandari; Susanto - Universitas Semarang)

BRAND PERSONALITY DAN GENDER BRAND PERSONALITY STRATEGI MEMBANGUN MEREK

(Haris Murwanto - Universitas Semarang)

POLA PERMINTAN DAN PENAWARAN KETERSEDIAAN DAGING SAPI NASIONAL TAHUN 2030 DENGAN PENDEKATAN FORECASTING

(Moeljono - Universitas Semarang)

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PRODUK SUSU NATURSOYA CV. GLOBAL MANDIRI SEJAHTERA KANCA PURWODADI)

(Ajeng Ayu Fatimah P; Soedarmadi - Universitas Semarang)

DESKRIPSI

Majalah Ilmiah Solusi Mengkaji Masalah-Masalah Sosial, Ekonomi dan Bisnis

KETERANGAN TERBIT

Terbit Pertama Kali Juli 2002 dan Selanjutnya Terbit Tiga Bulan Sekali (Januari, April, Juli dan Oktober)

PENERBIT

Fakultas Ekonomi USM

ALAMAT PENERBIT

JL. Soekarno Hatta Semarang
Telp. 024-6702757 Fax. 024-6702272

PENGELOLA

Editor in Chief : Yohanes Suhardjo, SE, M.Si., Ak, CA
Vice Editor Chief : Sugeng Rianto, SE, MM
Managing Editor : Edy Suryawardana, SE, MM
Secretary of Managing Editor : Asih Niati, SE, MM
Administration & Circulation :
Citra Rizkiana, SE, MM
Layout & Typesetting : M Burhan Hanif S.Kom, M.Kom

Board of Editors:

1. Prof. Dr. Ir. Kesi Widjajanti, SE, MM (USM)
2. Prof. Drs. Mohammad Nasir, Msi, Ph.D, AK. (USM)
3. Prof. Supramono SE, MBA, DBA (UKSW)
4. Prof. Drs. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt, PhD (UNDIP)
5. Prof. Dr. Agus Suroso, MS (UNSOED)
6. Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si (UNISSULA)
7. Prof. Dr. Dra. Sulastri, ME, M.Kom (UNSRI)
8. Dr. Ardiani Ika S, SE, MM, Ak, CA, CPA (USM)

KATA PENGANTAR

Sungguh merupakan kebahagiaan tersendiri bagi kami, takala kami dapat hadir rutin setiap tiga bulan sekali untuk saling bertukar pikiran mengenai hal-hal baru dibidang sosial, ekonomi dan bisnis.

Pada kesempatan ini penerbit menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mengirimkan artikel-artikelnya. Penerbit akan membuka kesempatan seluas-luasnya bagi seluruh kalangan akademisi maupun praktisi baik dari dalam maupun luar Universitas Semarang untuk mempublikasikan karya ilmiahnya.

Penerbitan majalah ilmiah "SOLUSI" kali ini menghadirkan 10 (Sepuluh) artikel yang kami anggap layak untuk diterbitkan, dengan harapan dapat menjadi tambahan referensi bagi para pembaca dan menjadi sumbangan pengembangan persemaian khasanah pengetahuan dibidang sosial, ekonomi dan bisnis.

Akhir kata semoga majalah ilmiah "SOLUSI" dapat memberi manfaat yang sebesar-besarnya.

Hormat Kami

Redaksi

DAFTAR ISI

PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN, SIKAP INDIVIDU TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM DI KALANGAN MAHASISWA S2 MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS SEMARANG <i>(Asah Wiari Sidiq; Asih Niati - Universitas Semarang)</i>	1
PENINGKATAN KINERJA PENGAJARAN DOSEN MELALUI KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN PSIKOLOGIS DASAR DENGAN PEMEDIASI MOTIVASI KERJA <i>(Anik Herminingsih - Universitas Mercu Buana)</i>	17
PENGARUH PAJAK, TUNNELING INCENTIVE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN MEKANISME BONUS TERHADAP INDIKASI TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR <i>(Arum Sasi Andayani; Ardiani Ika Sulistyawati - Universitas Semarang)</i>	33
PENGELOLAAN ALOKASI DANA DESA: AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI (STUDI KASUS PADA DESA GINGGANGTANI, KECAMATAN GUBUG, KABUPATEN GROBOGAN) <i>(Ana Rokhati; Saifudin; Dian Triyani - Universitas Semarang)</i>	51
PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KECIL TELUR ASIN DI KELURAHAN TEGAL SARI, KECAMATAN CANDI SARI, SEMARANG <i>(Nisa Nova Avien Christy; Dwi Widi Pratito - Universitas Semarang)</i>	65
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS LEMBAGA PERKREDITAN DESA (LPD) DI KABUPATEN BADUNG <i>(Ida Ayu Nyoman Yuliasuti; Putu Kepramareni; I Gusti Ayu Asta Yunisari - Universitas Mahasaraswati Denpasar)</i>	75
KEBERHASILAN MEMPERTAHANKAN WARUNG MAKAN PRASMANAN MBAH SAN <i>(Sri Wilandari; Susanto - Universitas Semarang)</i>	89
BRAND PERSONALITY DAN GENDER BRAND PERSONALITY STRATEGI MEMBANGUN MEREK <i>(Haris Murwanto - Universitas Semarang)</i>	103
POLA PERMINTAN DAN PENAWARAN KETERSEDIAAN DAGING SAPI NASIONAL TAHUN 2030 DENGAN PENDEKATAN FORECASTING <i>(Moeljono - Universitas Semarang)</i>	117
PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PRODUK SUSU NATURSOYA CV. GLOBAL MANDIRI SEJAHTERA KANCA PURWODADI) <i>(Ajeng Ayu Fatimah P; Soedarmadi - Universitas Semarang)</i>	133

KEBERHASILAN MEMPERTAHANKAN WARUNG MAKAN PRASMANAN MBAH SAN

**Sri Wulandari
Susanto**

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Diterima: November 2019, Disetujui: Desember 2019, Dipublikasikan: Januari 2020

ABSTRAK

This study aims was to reveal the matters related to business success in maintaining the existence of Warung Makan Prasmanan Mbah San. This study used descriptive qualitative method. The subject of the study is the owner which is the second generation of Warung Makan Prasmanan Mbah San. With the method of collecting data on interviews, observation, and documentation so that it can dig deeper into the results. The data analysis consisted of data collection, data reduction, data presentation, describing categories and verification of the results. The results of this study is revealed factors related to the success of Warung Makan Prasmanan Mbah San business in maintaining its existence including distinctive taste, product quality, loyal service, adequate facilities, strategic location, hard working attitude, responsible attitude.

Keywords: Taste, raw materials, and business success.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan keberhasilan usaha dalam mempertahankan eksistensi usaha Warung Makan Prasmanan Mbah San. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif. Yang menjadi subyek penelitian adalah pemilik usaha sekaligus generasi kedua usaha Warung Makan Prasmanan Mbah San. Dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga dapat menggali lebih dalam yang menjadi temuan. Analisis data terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, memaparkan kategori dan verifikasi temuan. Hasil penelitian mengungkapkan faktor-faktor yang terkait dalam keberhasilan usaha Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensinya meliputi cita rasa yang khas, kualitas produk, pelayanan yang loyal, fasilitas yang memadai, lokasi yang strategis, sikap bekerja keras, sikap bertanggung jawab.

Kata kunci : Cita rasa, bahan baku, dan keberhasilan usaha

PENDAHULUAN

Pada era saat ini kemajuan bidang perekonomian banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat ditandai dengan munculnya banyak usaha-usaha baru, baik itu usaha makro maupun mikro. Usaha rumah makan merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini, karena usaha ini diyakini menjadi salah satu usaha yang memiliki prospek yang cukup baik kedepannya. Munculnya berbagai makanan yang unik, wisata kuliner dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, hal ini menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat bahkan dalam kondisi krisis sekalipun. Akan tetapi bisnis ini termasuk bisnis yang cukup rumit karena membutuhkan banyak kreatifitas yang berkelanjutan agar bisnis

rumah makan ini tetap dapat bertahan dan terhindar dari resiko gulung tikar apabila tidak ada inovasi- inovasi dalam mengembangkan bisnis rumah makan ini.

Terkait dengan usaha rumah makan yang berada di Mranggen memiliki potensi perkembangan yang cukup baik. Hal ini ditandai dengan perkembangan perekonomian di daerah ini, diikuti oleh beberapa kenaikan tingkat konsumsi masyarakatnya, gaya hidup dan tren kuliner yang sedang digandrungi kalayak ramai. Sehingga muncul beberapa usaha-usaha rumah makan baik itu makanan khas jawa maupun restoran-restoran cepat saji. Berikut daftar rumah makan masakan jawa yang ada di wilayah Mranggen dan sekitarnya.

Tabel 1
Rumah Makan atau Warung Makan di wilayah Mranggen dan sekitarnya

No	Nama	Alamat
1	WM Prasmanan Mbah San Berdiri sejak 1985	Jl. Raya Mranggen No 113 Mranggen Demak
2	RM Taman Sari Prasmanan	Jl. Karanggawang km 17 Karangsono, Mranggen Demak
3	Warung Makan Cahaya	Jl Bega Bandungrejo Raya Mranggen Demak
4	RM. Prasmanan Bu Sri	Jl. Raya Bandungrejo No 260, Bandung Rejo Mranggen Demak
5	WM Prasmanan Mbak Nur Masakan Jawa	Jl. Semarang- Puwodadi km 17 dolog Kembangarum Mranggen

Keberhasilan Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensinya memang patut ditiru usaha lain yang sejenis. Usaha ini dimulai dari Mbah San 34 tahun yang lalu dan kini usaha nya sudah diteruskan Ibu Mila selaku anak dari Mbah San. Rumah makan ini semakin lama semakin meningkat jumlah pelanggannya. Hal ini dibuktikan dengan 2 kali berkunjungnya Bapak Ganjar Pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah aktif.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hal tersebut diatas maka persoalan yang ditemukan adalah Keberhasilan Mempertahankan Warung Makan Prasmanan Mbah San. Atas dasar tersebut, maka muncul pertanyaan penelitian yaitu : Bagaimana Warung Makan Prasmanan Mbah San mempertahankan eksistensinya ? Bagaimana menyiapkan

generasi penerus pada Warung Makan Prasmanan Mbah San ? Apa yang menjadi daya tarik konsumen datang ke Warung Makan Prasmanan Mbah San ?

TINJAUAN PUSTAKA

Keberhasilan Usaha

Menurut Ina Primiana (2009:49) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Sedangkan menurut Algifari (2003:118) ia berpendapat bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Pendapat lain diungkapkan oleh Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Andari (2011:21b) , “ Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Henry Faizal Noor (2007:397) mengemukakan bahwa Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Menurut Albert Wijaya dalam Suryana(2011:168) yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Philip Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan, bauran pemasaran terdiri atas segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya yang dikenal dengan 4p yaitu *product, price, place, promotion*. Keempat variabel strategi tersebut sangat mempengaruhi pemasaran sebagai satu kesatuan dalam bauran pemasaran. Adapun pemaparan unsur strategi Marketing Mix adalah sebagai berikut:

Product (produk)

Definisi produk menurut Kotler (2007) adalah: “Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa,, orang, tempat,

properti, organisasi dan gagasan” (Kotler, 2007) Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan demi pemuasan kebutuhan dan keinginan (need and wants) dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (need), akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan (wants). Oleh karena itu produsen harus memperhatikan secara hati-hati kebijakan produknya. Apabila seseorang membutuhkan suatu produk, maka terbayang lebih dahulu ialah manfaat produk, setelah itu baru mempertimbangkan faktor-faktor lain di luar manfaat. Faktor-faktor itulah yang membuat konsumen mengambil keputusan membeli atau tidak (Alma, Buchari 2013).

Price (Harga)

Tjiptono (2008) menyatakan bahwa harga dapat diungkapkan dengan beberapa istilah, misalnya tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya adalah (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Sedangkan arti harga yang lebih luas adalah sejumlah nilai yang bersedia dibayar konsumen untuk memenuhi permintaan suatu produk atau jasa. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.

Place (Tempat)

Tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi atau saluran pemasaran, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen. Kebanyakan produsen tidak menjual barang-barang mereka secara langsung kepada para pengguna akhir, ada perantara saluran pemasaran (juga disebut saluran perdagangan atau saluran distribusi) yang menyalurkan produk kekonsumen. Menurut Kotler dan Keller (2007:122) saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang

tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

Promotion (Promosi)

Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang-orang supaya bertindak.

METODE PENELITIAN

Dalam menjelaskan tentang faktor-faktor yang terkait dengan usaha Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensinya dan persiapan dalam peralihan ke generasi selanjutnya sehingga tetap mampu bertahan diantara persaingan usaha dengan tema sejenis di sekitar wilayah Mranggen. Jenis penelitian yang digunakan adalah *case study* (studi kasus) yaitu jenis pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah kejadian atau masalah yang telah terjadi dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat terselesaikan.

Penelitian kualitatif lebih mengutamakan kualitas data, oleh karena itu teknik pengumpulan datanya banyak menggunakan wawancara yang berkesinambungan dan observasinya secara langsung tidak dapat diwakilkan. Peneliti akan memaparkan data yang terkumpul berupa dokumen dan informasi yang aktual mengenai keberhasilan Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensinya. Bersifat kualitatif yang artinya penelitian ini menghasilkan data deskriptif analisis berupa kata-kata tertulis terhadap apa yang diamati lalu dianalisis dan hasil analisisnya berbentuk deskriptif.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian ini dilakukan di Warung Makan Prasmanan Mbah San Jl. Raya Mranggen No 113 Mranggen Demak

Kegiatan Penelitian

Kegiatan penelitian ini didasari oleh fenomena keberhasilan Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan yang ada, sehingga menarik peneliti untuk melakukan penelitian. Dalam kegiatan ini peneliti mencari informasi dan keterangan dari sumber atau informan yang dijadikan dalam penelitian ini mengenai persoalan yang ada pada perumusan masalah penelitian.

Pemilihan Informan

Menurut Moleong (2007:127) menjelaskan bahwa informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat dan dipercaya. Berdasarkan uraian diatas, maka dalam menetapkan informan, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purpsive sampling* yaitu penentuan informan tidak didasarkan pedoman atau berdasarkan perwakilan populasi, namun berdasarkan kedalam informasi yang dibutuhkan dan berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/sosial yang diteliti

Metode Pengumpulan Data

Pengamatan/Observasi

Menurut W. Gulo (2008:116) pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Penyaksian terhadap peristiwa-peristiwa itu bisa dengan melihat, mendengar, merasakan, yang kemudian dicatat subjektif mungkin. Pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini ialah sewaktu-waktu (pagi, siang, dan malam), serta tidak membutuhkan perencanaan dan rancangan. Pengamatan ini dilakukan sejak awal penelitian dimulai yaitu bulan Maret 2019

Triangulasi

Menurut Hengky Wijaya (2018:47), Dalam teknik pembangkitan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan

dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Mencari informasi dengan teknik yang sama pada sumber yang beda-beda. Tujuan penelitian kualitatif memang bukan semata-mata hanya untuk mencari kebenaran, tetapi lebih pada pemahaman subjek terhadap dunia sekitarnya. Dalam dunia sekitarnya, mungkin apa yang dikatakan oleh informan salah, karena tidak sesuai dengan teori, tidak sesuai dengan hukum yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bagaimana Warung Makan Prasmanan Mbah San mempertahankan eksistensinya?

a. Cita rasa yang khas

Menurut Drummond KE & Brefere LM. (2010) cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa yang tinggi membuat seseorang bisa menilai rasa dari makan tersebut layak di konsumsi atau tidak. Cita rasa dari makanan merupakan hal penting dalam mendirikan rumah makan. Pelanggan yang datang ke Warung Makan Prasmanan Mbah San mencari rasa khas dari makanan yang disajikan di warung. Dalam kualitas cita rasa khas tentunya terdapat hal-hal penting untuk mewujudkannya diantaranya resep masakan yang sudah ada dan diterapkan secara turun temurun, bumbu-bumbu penyedap rasa yang lebih berani dan makanan tidak dicampur dengan bahan-bahan kimia. Warung Makan Prasmanan Mbah San agar tetap eksis ditengah persaingan usaha sejenis adalah mempertahankan dan tidak merubah cita rasa yang khas secara turun temurun sehingga para konsumen tetap loyal dan datang lagi.

b. Mempertahankan Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensinya tentunya juga terus meningkatkan kualitas produk makanan maupun kualitas bahan baku. Dalam hal ini tentunya pemilihan bahan baku makanan menjadi perhatian pertama, mulai dari membeli bahan-bahan yang berkualitas super, membeli sayur juga langsung dari pusatnya, membeli daging juga langsung dari pedagang besar guna meminimalisir adanya bahan-bahan yang tidak layak untuk dimasak dan untuk menghindari kekecewaan dari pelanggan apabila kualitas produk makanan yang disajikan berbeda dari biasanya.

c. Pelanggan yang loyal

Menurut Fandi Tjiptono (2010:110) adalah loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Warung Makan Prasmanan Mbah San mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, tetap mempertahankan ciri khas rasa, memperbaiki fasilitas, memberikan kualitas pelayanan yang baik agar meminimalisir kekecewaan dari pelanggan. Hal ini lah yang menjadikan Warung Makan Prasmanan Mbah San memiliki pelanggan yang loyal dari jaman generasi pertama sampai sekarang. Pelanggan juga tanpa paksaan ikut memperkenalkan warung kepada orang lain tanpa paksaan (Gethuk tular), hal ini menyebabkan Warung Makan Prasmanan Mbah San tetap eksis sampai saat ini.

d. Fasilitas Yang Memadai

Menurut Zakiah Daradjat “fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Agar suatu usaha tetap berjalan dengan baik, memperbaiki tempat usaha juga menjadi unsur terpenting agar pelanggan merasa aman dan nyaman dengan fasilitas yang disediakan. Warung Makan Prasmanan Mbah San dengan terus melakukan perbaikan

fasilitas yang ada di dalam maupun luar warung, diantaranya penambahan kipas angin didalam ruangan, perbaikan kamar mandi, disediakan mushola kecil didalam warung, menganggi meja kursi dan peralatan makan agar terlihat lebih rapi dan nyaman, memperluas lahan parkir, serta menambah pengaharum ruangan di dalam warung. Hal ini dilakukan agar pelanggan yang datang merasa puas dan nyaman.

e. Lokasi Yang Strategis

Menurut Kotler (2008:51) “ Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Warung Makan Prasmanan Mbah San berada tepat di pinggir jalan Raya Mranggen No 113 Mranggen Demak jadi mudah di akses dan diketahui banyak orang-orang yang lewat. Warung Makan Prasmanan Mbah San barada di pusat wilayah Mranggen, dekat dengan Swalayan Aneka Jaya, Bank Bri, Bank BPR, Kantor kecamatan Mranggen, Pasar Mranggen dan hanya beberapa ratus meter dari Rumah Sakit Umum Pelita Anugerah. Berdasarkan lokasi yang strategis pada Warung Makan Prasmanan Mbah San, hal itulah yang mampu membuat usaha ini dapat mempertahankan eksistensinya.

2. Bagaimana menyiapkan generasi penerus pada Warung Makan Prasmanan Mbah San?

a. Menanamkan Sikap Bekerja Keras

Dalam menjalankan setiap usaha pastinya diperlukan sikap berkerja keras untuk mencapai kesuksesan, tanpa adanya kerja keras mungkin kesuksesan akan lama diraihnya. Kesuksesan diraih bukan dengan cara yang mudah, jatuh dulu, gagal dulu dan melalui jalan terjal terlebih dahulu. Hal inilah yang ditanamkan oleh pendiri Bagaimana menyiapkan generasi penerus pada Warung Makan Prasmanan Mbah San yaitu bapak ikhsantoro kepada Ibu Mila selaku penerus usaha ini.. Berawal dari warung yang masih kecil, sepi pembeli dan sekarang sudah mulai dikenal masyarakat luas, dari sekitar warga Mranggen, Gubug, dan warga Semarang. Bagaimana menyiapkan generasi penerus pada Warung Makan Prasmanan Mbah San terus belajar dan bekerja keras agar bisa bertahan dan tetap eksis untuk bisa mengikuti kebutuhan dan keinginan pasar.

b. Menanamkan Sikap Bertanggung jawab

Sejak berdiri tahun 1985 pendiri Warung Makan Prasmanan Mbah San Bapak Ikhsantoro selalu menanamkan sikap bertanggung jawab entah kepada keluarga maupun karyawan. Hal ini bisa dilihat dengan loyal nya karyawan selama bertahun-tahun. Sikap bertanggung jawablah yang ditanamkan Bapak Ikhsantoro kepada Ibu mila dalam mengelola Warung Makan Prasmanan Mbah San, hal ini ditandai dengan loyalitas karyawan dan loyalitas pelanggan terhadap Warung Makan Prasmanan Mbah San.

c. Keterlibatan Keluarga

Warung Makan Prasmanan Mbah San melibatkan keluarga dalam menjalankan usaha ini. Pendiri Warung Makan Prasmanan Mbah San Bapak ikhsantoro sebelum meninggal dunia menyerahkan tugas dalam menjalankan usaha ini kepada Ibu Mila anaknya. Selain itu ikut serta kakak laki-laki dari ibu Mila yang terkadang ikut membantu jalannya usaha. Seperti membantu memberikan arahan maupun masukan agar Warung Makan Prasmanan Mbah San dapat tetap eksis, terkadang juga turut serta membantu melayani pembeli yang datang ke warung.

3. Apa yang menjadi daya tarik konsumen datang ke Warung Makan Prasmanan Mbah San ?

a. Cara Penyajian Yang Berbeda

Agar terlihat lebih menarik dimata pelanggan tentunya setiap warung makan akan menyajikan makanan dengan cara yang berbeda dari yang lain. Warung Makan Prasmanan Mbah San juga membuat konsep yang berbeda dari warung makan pesaing, dengan penyajian prasmanan dimana pembeli dapat langsung memilih dan mengambil makanan sesuai selera dan porsi masing-masing. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri dimata konsumen Warung Makan Prasmanan Mbah San.

b. Cita rasa yang khas

Rumah makan yang memiliki kualitas produk dengan kualitas cita rasa yang tinggi akan menumbuhkan konsumen yang tinggi pula. Dari pertama berdiri pada tahun 1985 Warung Makan Prasmanan Mbah San tetap mempertahankan cita rasa yang mereka punya sampai saat ini, sehingga rasa yang ditawarkan nya pun masih sama dari 1985 sampai saat ini. hal ini tentu menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk datang dan membeli ulang di Warung Makan Prasmanan Mbah San.

c. Mengutamakan Kualitas Pelayanan

Semakin baik pelayanan yang diberikan dimata pelanggan berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya. Warung Makan Prasmanan Mbah San dapat tetap bertahan dan eksis sampai saat ini salah satu kuncinya adalah terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, beramah tamah dengan konsumen dan cepat dalam pelayanan menjadi salah satu kualitas dalam pelayanan yang masih dijaga sampai saat ini.

d. Fasilitas yang memadai

Dalam sebuah rumah makan perlengkapan dan peralatan dalam jumlah yang memadai akan menunjang kelancaran operasional rumah makan. Terus melakukan perbaikan dalam fasilitas agar pelanggan merasa aman dan nyaman adalah salah satu cara agar konsumen tetap loyal. Warung Makan Prasmanan Mbah San terus memperbaiki fasilitas yang ada untuk menunjang keberhasilan warung makan ini dengan cara menambah fasilitas-fasilitas penunjang warung seperti contoh kipas angin,tv, membuat mushola mini yang ada di warung ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan informan, para informan mengungkapkan bahwa yang membuat keberhasilan Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam mempertahankan eksistensi usahanya adalah sebagai berikut :

Dalam mempertahankan eksistensinya Warung Makan PrasmananMbah San, yang pertama dilakukan adalah menciptakan cita rasa yang khas agar diingat oleh konsumen,

selain itu pemilihan bahan baku dan kualitas produk makanan juga perlu diperhatikan agar pelanggan tidak kecewa dengan makanan yang disajikan agar konsumen tetap loyal terhadap Warung Makan Prasmanan Mbah San. Selain itu terus menambah fasilitas-fasilitas yang layak dan lebih memadai agar pelanggan merasa aman dan nyaman apabila berada didalam warung dan didukung dengan lokasi yang strategis membuat Warung Makan Prasmanan Mbah San dapat mempertahankan eksistensi usahanya.

Dalam menyiapkan generasi penerus yang ditetapkan oleh pendiri Warung Makan Prasmanan Mbah San dalam menjalankan usahanya adalah menanamkan sikap bekerja keras dan tanggung jawab kepada generasi penerus dengan ikut terjun langsung mengelola gaji karyawan, membeli bahan baku berkualitas, membuat warung menjadi lebih nyaman dan bertemu langsung dengan pelanggan semua harus bisa dilakukan agar meminimalisir kekecewaan dari pelanggan. Adanya keterlibatan keluarga yang lainnya juga bisa menjadi acuan agar cekatan setiap kondisi agar kegiatan bisa berjalan lancar tanpa menghambat proses kegiatan yang lainnya. Ada banyak hal dari Warung Makan Prasmanan Mbah San yang menjadi daya tarik dimata konsumen yaitu cara menyajikan makanan yang berbeda dari warung makan yang ada di Mranggen yaitu prasmanan, pelanggan dapat mengambil nasi dan lauk pauk sendiri sesuai porsi yang mereka inginkan, selain itu warung memiliki rasa yang khas mudah diingat oleh pelanggan. Keramahan pegawai serta pemilik dalam memberikan pelayanan masih dijunjung tinggi sampai saat ini agar tidak timbul kekecewaan dimata pelanggan. Terus memperbaiki fasilitas di Warung Makan Prasmanan Mbah San adalah hal yang juga menjadi daya tarik Warung Makan Prasmanan Mbah San dimata pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Riswandai, HarifudinThahir,IraNuriya (2016, Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Campus)
- Andi Nur Efika (2016), Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi kesuksesanbisnis Rumah Makan AyamBakar Wong Solo di Makasar
- David, Fied R. (2011). Srathic Management: Manajemen Strategis Konsep (12nded,.,Vol). (DonoSunardi) Jakarta: SalembaEmpat.
- FandyTjiptono, 2015. StrategipemasaranEdisi 4. Yogyakarta: Andi
- Henry Faizal, Noor.(2007). Ekonomi manajerial. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.

- Ina Primiana. 2009. Menggerakkan sektor rill UKM & Industri. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, Lexy. 2007 Metode penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Philip Kotler, Kevin Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas jilid 1.
Jakarta: PT Erlangga
- Pearce II, John A, Robinson Jr, Richard B. (2013). Manajemen Strategis: Formulasi,
Implementasi Pengendalian Edisi 12-Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Rodiyana Nur Afnisolihin, Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Rumah
Makan Lembur Kuring Sukabumi
- Suryana. 2011, kewirausahaan, Jakarta: Salemba Empat
- Sony Heru, Priyanto. 2009. Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat.
Andragogia-Jurnal PNFI, 1(1), pp. 57-82. Retrieved from
<http://andragogia.p2pnfisemarang.org/wocontent/uploads/2010/11/andragogia1-4.pdf> 18.
- Sugiyono, 2013. Metode penelitian pendidikan (pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&B). Bandung: CV. Alfabeta.