

STRATEGI PENGELOLAAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN WISATA KULINER PADA WARUNG SATE KAMBING MUDA “MASYHUDI” DI DESA BLOTONGAN SALATIGA

Oleh:
Samtono
STIEPARI Semarang

Abstrak

Makanan khas Jawa sebagai warisan leluhur sampai saat ini masih menjadi buruan para lelaki paruh baya karena dipercaya sebagai menu yang menambah stamina bagi pria, ribuan orang tiap bulan selalu menikmati sate kambing muda di sentra kuliner warung sate kambing di Desa Blotongan Salatiga, Saat ini pengembangan destinasi wisata kuliner merupakan jalur strategis penyangga ekonomi nasional lewat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Adapun tujuan kegiatan penelitian ini adalah: a. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan sikap dan perilaku pelaku usaha wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi”. b. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi”; c. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan strategi yang ditempuh untuk meningkatkan omzet pendapatan warung sate kambing muda “Masyhudi”.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data, depth Interview, swot analisis dan observasi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap beberapa informan atau nara sumber yang terseleksi atau terpilih khususnya para karyawan, pelanggan, dan pemilik warung makan.

Adapun hasil penelitian yang diperoleh melalui Analisis SWOT dilakukan berdasarkan teknik EFAS dan IFAS, kemudian dihitung dengan perhitungan AFE dan IFE yaitu analisis faktor eksternal dan faktor internal menunjukkan para konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh warung sate kambing muda Masyhudi. Posisi warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga berdasarkan diagram kortesius SWOT berada di kwadran I, artinya kuat dan berpeluang. Rekomendasinya adalah strategi yang diberikan progresif. Dalam rangka meningkatkan omzet pendapatan usahanya maka dapat menambah varians atau jenis menu yang disajikan konsumen serta mengembangkan usahanya dengan membuka anak perusahaan.

Kata Kunci : UMKM, Wisata Kuliner, Menu Varians

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, (UMKM) mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, bukan hanya tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi sebagian besar berlokasi di pedesaan.

Suryana (2014) menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. *Pertama*, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan perusahaan ini relatif mudah tidak sesulit usaha besar. *Kedua*, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. *Ketiga*, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. *Keempat*, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi. Kementerian Koperasi dan UMKM (2012) menyebutkan usaha mikro, kecil menengah yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, air bersih, perdagangan, hotel, restoran/rumah makan, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan salah satunya mencakup industri kreatif. Pemerintah mulai memperhatikan pertumbuhan ekonomi kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar, industri dan ekonomi kreatif meliputi subsektor yaitu industri makanan khas daerah Salatiga seperti Warung Sate Kambing Muda di Desa Blotongan Salatiga yang selama ini menjadi pusatnya wisata kuliner sate kambing muda, di Desa Blotongan ada 14 warung sate kambing muda yang menjajakan makanan khas Jawa dan terkenal sejak jaman kolonial dan sampai saat ini sangat digemari oleh para kaum lelaki khususnya yang paruh baya. Mengingat menu sate kambing muda sangat dipercaya sebagai menu yang kaya akan protein dan nutrisi yang bisa membuat stamina seorang laki-laki menjadi hebat dan kuat. Sesuai kebijakan dari pemerintah lewat Kementerian Pariwisata untuk mensukseskan kunjungan wisata mancanegara sebanyak 20 juta wisatawan di tahun 2019, lewat slogan nasional *Wonderful Indonesia* (Kemenpar, 2019) hal ini perlu didukung berbagai

infrastruktur dan prasarana yang lain seperti kesiapan hotel dan ketersediaan wisata kuliner yang representatif yang memenuhi *Standard Halal Tourism*. Pusat wisata kuliner sate kambing muda di Blotongan Salatiga menyerap tenaga kerja sekitar 250 orang, sehingga keberadaannya sangat membantu kehidupan masyarakat yang bekerja di rumah makan sate kambing muda tersebut.

Dinamika para pelaku usaha kecil yang selama ini cukup kondusif dan dinamis akhir-akhir ini sangat dirasakan para pengelola warung makan sering terjadi pasang surut setelah dibukanya jalan Toll Sesi Bawen - Salatiga sehingga para pelaku mengalami pasang surut omset penjualannya, dulu penggemar sate kambing muda mulai dari Jakarta, Bogor, Bandung, sampai Surabaya selalu mampir ke warung makan sate kambing muda, bahkan pelanggan fanatik mulai dari Singapura, Malaysia, bahkan Thailand pun datang hanya ingin menikmati sate kambing muda yang khas Blotongan Salatiga.

Mengingat Kota Salatiga sudah memiliki Peraturan Daerah Nomor : 10 Tahun 1993 dan Peraturan Daerah Nomor: 5 Tahun 1996. yang di dalamnya memuat Salatiga sebagai Kota Pendidikan, Kota Olah Raga, dan sebagai Kota Transit yang disebut sebagai “ Tri Fungsi Kota Salatiga”. Disamping itu Salatiga juga sudah memiliki produk-produk unggulan seperti Abon sapi, Dendeng, Enting-enting, Gula kacang, Bandeng asap, dan sebagainya yang sudah mencapai pasaran seluruh nusantara, bahkan seperti abon sapi dan dendeng sapi sudah menjadi produk unggulan khas daerah dan menjadi komoditi ekspor.

Kota Salatiga memiliki posisi yang sangat strategis untuk keperluan pengembangan ekonomi kreatif, khususnya di Desa Blotongan karena menempati jalan raya Semarang Solo, dan mendapat predikat sebagai kota transit, mengingat banyak masyarakat selama ini yang menempuh perjalanan dari Solo ke Semarang menyempatkan mampir untuk menikmati kuliner sate kambing muda di Desa Blotongan Salatiga, atau sebaliknya yang dari Semarang menuju ke Solo.

Kegiatan Penelitian yang akan dilaksanakan difokuskan pada Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner Warung sate kambing muda “Masyhudi” di Desa Blotongan Salatiga

Rumusan Masalah

1. Bagaimana sikap dan perilaku pelaku usaha wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi” di Desa Blotongan Salatiga untuk mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana strategi yang ditempuh pelaku usaha wisata kuliner untuk meningkatkan kepuasan pelanggan wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi” di Desa Blotongan Salatiga?
3. Bagaimana strategi untuk meningkatkan omset pendapatan dalam pengembangan usaha wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi” di Desa Blotongan Salatiga?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Kegiatan penelitian bermaksud mengungkap sikap dan perilaku bagi pelaku usaha wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi” dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya. Atas dasar beberapa pertanyaan penelitian tersebut diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan sikap dan perilaku pelaku usaha wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi” untuk meningkatkan usahanya di Desa Blotongan Salatiga
2. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan wisata kuliner warung sate kambing muda “Masyhudi” di Desa Blotongan Salatiga.
3. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan strategi yang ditempuh untuk meningkatkan omzet pendapatan warung sate kambing muda “Masyhudi” di Desa Blotongan Salatiga.

PAPARAN TEORITIS

Teori Sikap dan Perilaku

a. Sikap

Istilah sikap (*attitude*) pertama kali digunakan pada tahun 1862 oleh seorang ahli bernama Hebert Spencer yang pada waktu itu diartikan sebagai status mental seseorang, selanjutnya Azwar (2013) menjelaskan istilah sikap sebagai respons untuk menggambarkan kesiapan menghadapi stimulus yang datang secara tiba-tiba, dimaksudkan sikap

tidak hanya aspek mental saja melainkan juga mencakup respons fisik. Sikap disini dikandung maksud para pelaku usaha wisata kuliner warungmakan sate kambing muda di Desa Blotongan Salatiga.

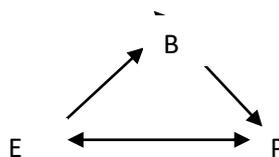
b. Perilaku Manusia

Perilaku atau aktivitas-aktivitas individu secara luas adalah perilaku yang menampak (*ober behavior*) dan perilaku yang tidak Nampak (*inner behavior*) dan sikap selalu dikaitkan dengan perilaku manusia dalam batas-batas kewajaran dan kemakmuran yang merupakan respons atau reaksi terhadap stimulus lingkungan sosial (Azwar, 2013). Salah satu reaksi perilaku manusia yang menarik adalah sifat deferensial, maksudnya satu stimulus dapat menimbulkan beberapa stimulus yang lain yang berbeda, dan stimulus yang berbeda-beda dapat menimbulkan respon yang sama.

c. Pembentukan Perilaku

Perilaku manusia sebagian besar iyalah berupa perilaku yang dibentuk, perilaku yang dipelajari, berkaitan dengan hal tersebut maka salah satu persoalan adalah bagaimana membentuk perilaku seperti yang diharapkan. Adapun pembentukan perilaku ada beberapa cara atau bentuk, yakni sebagai berikut : *pertama* pembentukan perilaku dengan cara kondisioning atau pembiasaan, *kedua*, pembentukan perilaku dengan insight atau pengertian dan pemahaman, *ketiga*, pembentukan perilaku dengan model, Bandura dalam Samtono (2009), adapun model yang dikembangkan Bandura sebagai,

Gambar 1
Pembentukan Perilaku Model Bandura



B = Behavior
E = Environment
P = Person

Dari model Bandura di ilustrasikan bahwa perilaku, lingkungan dan individu itu sendiri saling berinteraksi satu dengan yang lain. Ini berarti bahwa perilaku individu dapat mempengaruhi individu itu sendiri, disamping perilaku juga berpengaruh pada lingkungan, demikian pula lingkungan dapat mempengaruhi individu dan sebaliknya. Dari ilustrasi Bandura tersebut diatas, berimplikasi pada pengembangan wisata kuliner warung sate kambing muda di Desa Blotongan Salatiga, merupakan hasil proses interaksi antara individu dengan individu, dan individu dengan lingkungan masyarakat pelaku usaha wisata kuliner sate kambing muda, yang dari waktu ke waktu semakin bertambah para pelaku usaha wisata kuliner warung makan disekeliling rumah makan sate kambing muda seperti sate ayam, sate sapi, soto babat, soto ayam, dan bermunculan varians warung makan di Desa Blotongan Salatiga .

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki definisi yang berbeda pada setiap literature menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan milik anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha yang bukan merupakan anak perusahaan, atau cabang anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 6.

Pariwisata

Pariwisata memiliki definisi yang berbeda-beda karena konsepnya yang sangat multidimensional. Berdasarkan perspektifnya masing-masing sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, para praktisi dan ahli juga mendefinisikan pariwisata secara berbeda-beda. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa serta peninggalan sejarah dan purbakala, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan modal sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagai yang tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Selanjutnya Wali dalam Soleha (2015) menjelaskan pariwisata sebagai rangkaian aktivitas berupa aktivitas perpindahan orang, untuk sementara waktu ke suatu tujuan di luar tempat tinggal maupun tempat kerjanya yang biasa, kemudahan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhannya baik selama dalam perjalanan maupun di lokasi tujuannya. Dari dua pengertian dapat ditarik garis besarnya bahwa pariwisata sebagai suatu aktivitas perjalanan ke suatu tempat dan tinggal diluar lingkungan mereka untuk sementara waktu.

a. Pemetaan Wisata Kuliner

Kota Salatiga yang keberadaannya dekat dengan kota Surakarta atau lazim disebut Kota Solo, dan Kota Surakarta adalah bekas kota kerajaan yang kaya akan peninggalan-peninggalan sejarah yang memikat para wisatawan domestik maupun manca negara. Masyarakat Salatiga masih kental dengan pengaruh budaya dari Surakarta baik dari fisik maupun non fisik. Surakarta sebagai kota bekas kerajaan Mataram yang kaya akan peninggalan-peninggalan sejarahnya seperti non fisik contohnya adat istiadat, tradisi, kesenian hingga upacara religi dan kalau dikaitkan dengan masalah kepariwisataan dibedakan menjadi dua yaitu obyek wisata dan atraksi wisata Saeroji dan Wijaya (2017). Mengingat Kota Salatiga yang masyarakatnya relative cenderung meniru pola dan budaya masyarakat dari Surakarta,

kekayaan budaya yang ada saat ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam kerangka kepariwisataan adalah kuliner, kuliner yang sangat beragam di Kota Salatiga belum seluruhnya terakomodasi dan dikemas menjadi sebuah atraksi wisata karena Salatiga yang relative dekat dengan Surakarta juga memiliki beberapa tempat kuliner misalnya Salatiga bagian timur lebih banyak menyediakan kuliner yang masakan jawa dan khas makanan ringan seperti enting-enting gepuk , kerupuk paru, bandeng asap, dendeng, dan sebagainya. Sedangkan yang ada didalam kota lebih dominan kuliner makanan khas Salatiga seperti : wedang ronde, bakso, macam-macam soto, dan sebagainya. Sate kambing muda lebih dominan di Kota Salatiga bagian barat dan merupakan jenis makanan yang sudah lama sejak jaman penjajahan sudah dirintis oleh nenek moyangnya hingga saat sekarang ini masih relative eksis dan berkembang .

Fenomena yang menjadi kajian oleh para ahli pariwisata dan para ahli kuliner saat ini adalah salah satu ciri produk wisata tidak bisa dipindahkan ke tempat lain namun para wisatawan yang harus datang untuk menikmatinya dan inilah yang dijadikan dasar untuk pengembangan wisata-wisata kuliner pada umumnya Suwantoto dalam Saeroji dan Wijaya (2017). Sate kambing muda di Desa Blotongan Salatiga memiliki kekhasan sendiri karena kambing yang dijadikan sate adalah kambing yang berumur relative masih muda antara enam bulan dan paling tua Sembilan bulan sehingga bisa mendapatkan kualitas daging kambing yang baik dan aroma daging kambing muda yang khas, selanjutnya selain daging kambing yang dibuat sate bisa dibuat masakan seperti Gulai Kambing, Tengkleng, dan Gecok Kambing.

Adapun yang menjadi beberapa catatan dan pertimbangan para wisatawan dalam mengunjungi di area dan mengunsumsi masakan di wisata kuliner adalah: (1). Harga yang terjangkau (2). Citarasa yang khas (3). Merek (trademark) (4) Kemasan (5) Kualitas makanan (6) Porsi yang sesuai harga (7) Lokasi yang autentik (8) Kualitas bangunan fisik yang khas , (Soleha, 2015) Selanjutnya Suriani dalam Wijaya (2017) untuk mengembangkan wisata kuliner perlu diperhatikan : (1) Inovasi didalam mengembangkan produk sumber daya alam dan sumber daya manusia, (2) Ramah lingkungan

sosial dan alam, (3) *Style* atau gaya lokal, (4) Keramahtamahan, (5) Mempertahankan nilai-nilai lokal, (6) Memiliki keautentikan atau kekhasan produk yang tidak dimiliki oleh daerah lain, (7) Tetap menjaga kesederhanaan produk kulinernya.

b. Pengembangan Produk

Pada dasarnya pengembangan produk sebagai usaha yang dilakukan secara berencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambah jenis yang sudah ada. Kotler dalam Soleha (2015) menambahkan bahwa produk sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya adalah fisik, jasa, orang, tempat, organisasi serta gagasan. Selanjutnya Buchari dalam Ermayani (2003) pengembangan suatu produk bertujuan untuk: *Pertama* untuk memenuhi konsumen yang belum puas, *Kedua*, untuk menambah omzet penjualan, *Ketiga* untuk memenangkan persaingan, *Keempat* untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi, *Kelima* untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama, *Keenam* untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan, *Ketujuh* untuk mencegah kebosanan konsumen/pelanggan, *Kedelapan* untuk menyederhanakan produk pembungkus.

Dengan diterimanya proses pengembangan produk oleh konsumen/pelanggan, perusahaan akan mendapatkan dua macam keuntungan yaitu dengan meningkatkan laba karena meningkatnya hasil penjualan dan perusahaan akan efektif jika akan melaksanakan proses pengembangan produk selanjutnya. Dari pengertian tersebut dapat ditarik garis besarnya bahwa pengembangan produk merupakan salah satu faktor atau strategi untuk meningkatkan hasil penjualan, khususnya pengembangan produk wisata kuliner yaitu berupa makanan sate kambing muda yang khas di Desa Blotongan Salatiga.

c. Peningkatan dan Pengembangan Kualitas Makanan

Kualitas makanan adalah mutu dari makanan itu sendiri, kualitas makanan sangat dipengaruhi oleh penampilan, rasa, aroma, tekstur, suhu pada saat dihidangkan, warna makanan, dan karakter makanan. Kualitas

makanan sangat dipengaruhi oleh kepuasan dari pada tamu itu sendiri saat menikmati makanan yang disajikan. Selanjutnya Pauli dalam Soleha (2015) mengatakan kualitas makanan sangat dipengaruhi oleh: *Pertama, Presentation* yaitu penampilan makanan yang menarik akan membangkitkan selera untuk menikmatinya, *Kedua, Taste and flavor* yaitu rasa dan aroma makanan itu sendiri yang bisa membuat tamu ingin segera untuk menikmati, *Ketiga, Texture* yaitu makanan yang baik adalah sesuai dengan jenis makanan itu sendiri, misalnya cara memasak dan bahan makanan bisa mempengaruhi texture makanan. *Keempat, Temperature* artinya jenis makanan tertentu panas harus dihidangkan dengan cara yang panas, sebaliknya jenis makanan tertentu apa yang harus disajikan pada temperature yang dingin, *Kelima, Color of Food* yaitu warna makanan yang menarik adalah segar dan alami akan menimbulkan selera makan dibandingkan dengan makanan yang gosong atau berwarna yang pucat, *Keenam, Character of Food* adalah untuk membedakan jenis makanan yang satu dengan jenis makanan yang lain, maka setiap makanan selalu memiliki karakter atau ciri khas tersendiri. Seperti setiap makanan rasa, aroma, warna, hiasan, atau bumbu-bumbu khas pada jenis makanan tertentu tidak sama dengan jenis makanan yang lain, misalnya penyajian kuliner sate kambing muda di Desa Blotongan Salatiga dengan sate kambing muda yang ada di Kota Boyolali berbeda rasadan aromanya, karena tambahan bumbu-bumbu yang berbeda.

d. Dinamika usaha warung makan sate kambing muda Masyhudi

Almarhum Haji Masyhudi yang bertempat tinggal di dukuh Prampelan Desa Blotongan atau Jalan Raya Sukarna Hatta Salatiga, almarhum merintis usaha warung makan sate dimulai sejak tahun 1980-an dari waktu ke waktu usahanya biasa-biasa saja. Namun dalam proses perjalanannya semakin maju dan pelanggannya semakin bertambah, mengingat lokasinya di jalan raya Semarang p- Solo yang ramai pemakai jalan dengan sendirinya menambah para pelanggan untuk menikmati masakan sate dari almarhum Masyhudi. Karena bertambahnya pelanggan dari waktu ke waktu usaha warung sate berubah menjadi warung sate kambing muda, sejak tahun 1998 resmi mulai menjajakan warung sate kambing muda dan pelanggannya juga

semakin bertambah. Sate kambing muda bahan material untuk sate, gulai, tengkleng dan sejenisnya diambil dari kambing yang berumur antara 5 bulan, dan paling tua 7 bulan sehingga rasanya tetap lezat dan tidak keras, hal ini yang semula membedakan para penjual sate lainnya. Disekitarnya di Desa Blotongan ada 14 warung makan sate yang sejak dulu Desa Blotongan terkenal sebagai pusat kuliner sate kambing. Pelanggannya mulai dari Surabaya, Jakarta, Palembang, Aceh, Singapore bahkan Malaysia dan Brunei juga banyak yang mendatangi sate kambing mudanya almarhum Haji Masyhudi. Sepeninggal Bapak Haji Masyhudi sejak tahun 2006 diteruskan usahanya oleh anaknya yang pertama yaitu saudara Helmy Kurniawan hingga sekarang. Adapun permasalahan yang dihadapi saat ini adalah sulitnya mencari bahan baku kambing muda yang baik, sehat, bebas penyakit dan umurnya kurang dari 7 bulan, setiap hari dibutuhkan paling sedikit 5 ekor kambing muda, sedang untuk hari libur atau *weekend* dibutuhkan sekitar 8 ekor kambing muda, satu ekor kambing ukuran normal bisa menjadi 400 sunduk sate dan lainnya bisa dijadikan gulai, tengkleng, dan gecok.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang relevan digunakan pendekatan deskriptif kualitatif jenis fenomenologis. Dalam rangka peningkatan dan pengembangan ekonomi kreatif sebagai bentuk realisasi keberadaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, serta kebijakan pemerintah tentang pengembangan destinasi wisata di Indonesia. Keterbatasan modal usaha para pelaku usaha wisata kuliner, dan pasangsurutnya para pelaku usaha, serta berlakunya Jalan Toll Sesi Bawen – Salatiga menambah pemahaman fenomena dalam suatu penelitian. Subyek penelitian adalah : Pelaku usaha warung sate kambing muda “Masyhudi” I, II, dan III, warung sate kambing muda yang menempati posisi di jalan raya Solo Semarang, lokasi ada di Desa Blotongan Salatiga. Adapun yang dijadikan informan/nara sumber sebanyak 15 orang informan meliputi : P Helmy sebagai manajer, Ibu Eka Helmy sebagai bendahara, para karyawan di tiga warung sate kambing muda sebanyak 6 orang, dan para pelanggan setia sebanyak 7 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumentasi, dan

depth interview (wawancara mendalam) dan observasi untuk mengidentifikasi secara verbal dan lisan tentang strategi peningkatan dan pengembangan pengelolaan wisata kuliner warung makan guna peningkatan kepuasan pelanggan.

ANALISIS DATA

Analisis data digunakan model pada tahap mengurai fokus, dalam penelitian dipergunakan alat bantu analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bisa terjadi dalam menggunakan strategi yang dijalankan. Sebagai wujud akuntabilitas dilakukan triangulasi data dengan melakukan member check, silang informan dan jika dipandang perlu dilakukan perpanjangan waktu pengumpulan data sesuai situasi kondisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

CONTOH STRATEGIC ANALYSIS AND CHOICE (SAC)		
Lingkungan Internal	Strenght (S)	Weakness (W)
Lingkungan Eksternal	Susunan Daftar Ranking 1. Adanya tenaga trampil 2. Tempat Strategis 3. Sudah punya nama	Susunan Daftar Ranking 1. Sulitnya bahan baku 2. Banyak UKM kuliner 3. Berlakunya jalan Toll
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
Susunan Daftar Ranking 1. Pengembangan usaha 2. Kuliner tdk pernah mati 3. Kebijakan pemerintah	Susunan Daftar Ranking 1. Membuka anak usaha 2. Melengkapi prasarana 3. Kerjasama adversing	Susunan Daftar Ranking 1. Pelatihan karyawan 2. Sosialisasi masyrkt 3. Penguatan wirausaha
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
Susunan Daftar Ranking 1. Ketatnya mompeditor 2. Menutunnya pelanggan 3. Tidak semua mobil bisa masuk kota	Susunan Daftar Ranking 1. Menambah varians baru 2. Meningkatkan layanan 3. Menjaga kualitas produk	Susunan Daftar Ranking 1. Harga terjangkau 2. Mempertahankan selera konsumen 3. Dijamin halal

Analisis Masalah 1.

Tabel 1. Perhitungan Faktor Eksternal (EFAS)

No	Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
	Peluang (O)				
1.	Peraturan Pemerintah tentang pertumbuhan UMKM	0,10	4	0,40	Pengembangan usaha berbasis UMKM dapat dimanfaatkan untuk menambah modal usaha
2.	Program Pemerintah kuliner merupakan bagian pengembangan wisata	0,15	4	0,60	Peningkatan usaha wisata kuliner diperlukan fasilitas yang memadahi guna meningkatkan kunjungan
3.	Tuntutan masyarakat akan lapangan kerja	0,15	4	0,60	Pertumbuhan usaha kuliner bisa mengurangi pengangguran
4.	Tuntutan tenaga trampil dibidang kuliner	0,05	2	0,10	Tenaga yang trampil dan professional dibutuhkan pada usaha kuliner guna menjaga keberlanjutan usaha
5.	Kuliner sebagai bentuk pertumbuhan ekonomi	0,10	4	0,40	Pengembangan usaha kuliner membantu pertumbuhan ekonomi lokal
	Jumlah Peluang (O)	0,55		2,10	

Analisis Masalah 2.

Tabel 2.Perhitungan Faktor Internal (IFAS)

No	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
	Kekuatan (S)				
1.	Keberadaan tenaga terampil	0,15	3	0,45	Memudahkan untuk berkembangnya usaha
2.	Tempat usaha strategis	0,40	4	0,40	Memungkinkan usaha lebih cepat berkembang
3.	Konsumen selalu memberikan informasi pada calon konsumen	0,10	3	0,30	Pelanggan selalu bertambah dari waktu ke waktu
4.	Tenaga senior selalu melatih yang yunior	0,10	3	0,30	Bertambahnya tempat usaha akan menambah tenaga trampil
5.	Tumbuhnya ekonomi lokal	0,15	3	0,45	Mengurangi tingkat pengangguran
	Jumlah Kekuatan (S)	0,60		1,90	

Dari tabel matrik 1 dan 2, di dapat :

Dari analisis tersebut diatas dapat dilihat bahwa peluang usaha pengembangan wisata kuliner, tuntutan akan lapangan pekerjaan, dan tumbuhnya ekonomi lokal menjadi

peluang besar untuk pengembangan usaha warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga. Namun tuntutan akan tenaga yang trampil dan professional menjadi ancaman yang serius.

Analisis Masalah 3.

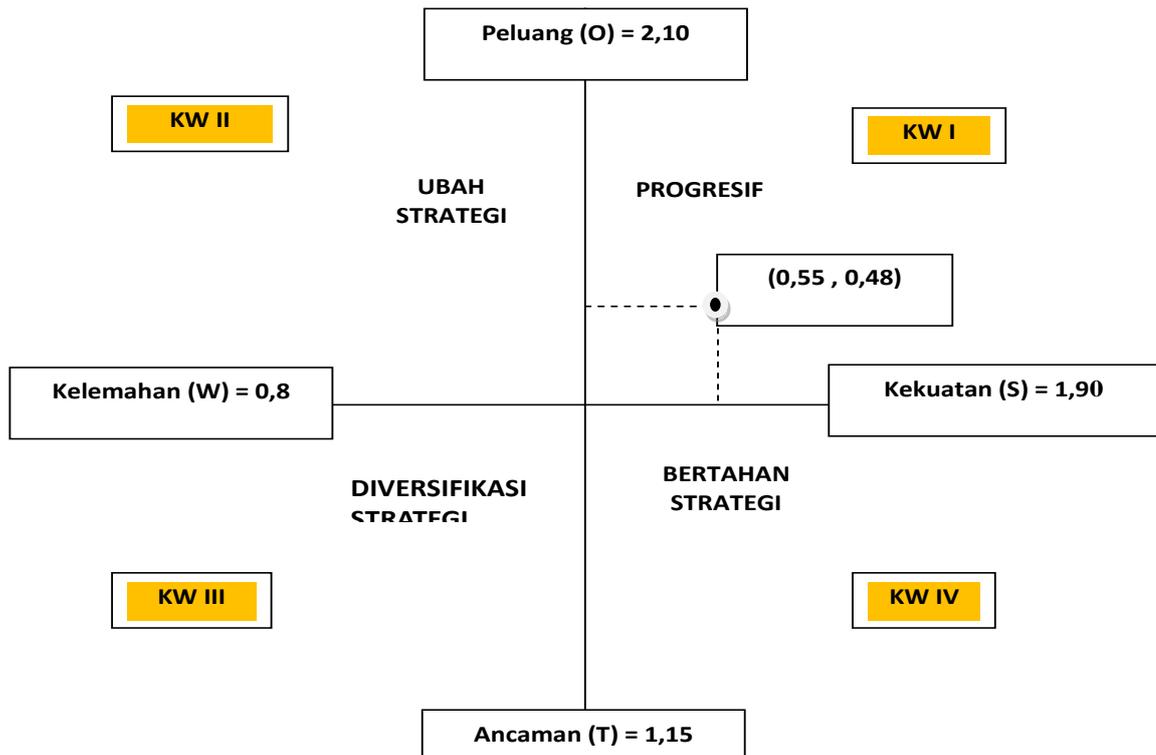
Tabel 3. Perhitungan Faktor Internal (IFAS)

No	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
	Kelemahan (W)				
1.	Sulitnya bahan baku kambing muda	0,10	2	0,20	Mendatangkan dari luar kota/luar provinsi
2.	Ketatnya persaingan	0,05	2	0,10	Menjaga kualitas produk dan kualitas layanan
3.	Keberadaan jalan Toll Bawen-Salatiga	0,10	2	0,20	Menata akses kemudahan mobilitas konsumen
4.	Tenaga terampil sering diambil pengusaha lain	0,05	2	0,10	Selalu diadakan pelatihan yang terprogram
5.	Mahalnya tenaga yang profesional	0,10	2	0,20	Merintis adanya tenaga yang tersertifikasi
	Jumlah Kelemahan (W)	0,40		0,80	
	Jumlah Total S+W	1,00		2,70	

Penentuan Posisi Warung Makan Sate Kambing Muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga dengan menggunakan tabel faktor internal dikurangi faktor eksternal. Posisi warung makan sate kambing muda Masyhudi. Apabila dianalisis dengan diagram Cartesius maka posisi warung makan sate kambing muda dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut:

IFAS		EFAS	
Total Skore Kekuatan (S)	1,90	Total Skore Peluang (O)	2,10
Total Skore Kelemahan (W)	0,80	Total Skore Ancaman(T)	1,15
S – W	1,10	O – T	0,95
Absis	0,55	Ordinat	0,45

Kondisi Warung Sate Kambing Muda Masyhudi Di Desa Blotongan Salatiga, Dijelaskan Cortesius SWOT seperti yang ada pada diagram dibawah ini.



Keterangan dari Cartesius SWOT adalah sebagai berikut :

Posisi warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga sangat kuat dan berpeluang, Rekomendasi yang diberikan adalah progresif. Artinya kondisi warung makan sate kambing muda Masyhudi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus dikembangkan usahanya serta membuka beberapa anak usahanya dilain tempat agar bisa mengembangkan jasa kuliner warung makan sate kambing muda agar kedepan bisa lebih maksimal usahanya

KESIMPULAN

Dari pembahasan dan perhitungan analisis SWOT pada warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan diatas dapat disimpulkan:

1. Analisis SWOT adalah didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength), peluang (Opportunities),namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses), dan ancaman (Treats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berhubungan dengan sikap dan

perilaku usaha itu sendiri dalam pengembangan visi misi usahanya dalam bidang wisata kuliner warung sate kambing muda yang diberi nama Masyhudi.

2. Analisis SWOT Warung Makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga, dilakukan berdasarkan teknik EFAS dan IFAS, yaitu teknik eksternal dan teknik internal kondisi warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan, kemudian dihitung dengan perhitungan AFE dan IFE yaitu analisis faktor eksternal dan faktor internal menunjukkan para konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh warung sate kambing muda Masyhudi.
3. Hasil dari tahap analisis tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:
Peluang (O) : 2,10; Ancaman (T) : 1,15; Kekuatan (S) : 1,90; Kelemahan (W) : 0,80; Selisih kekuatan dan kelemahan (S-W) : 1,10; Selisih Peluang dan Ancaman (O-T) : 0,75. Posisi warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga berdasarkan kortesius SWOT berada di kwadran I, artinya kuat dan berpeluang. Rekomendasinya adalah strategi yang diberikan progresif. Dalam rangka meningkatkan Omzet pendapatan uahanya maka dapat menambah varians atau jenis menu yang disajikan konsumen serta mengembangkan usahanya dengan membuka anak perusahaan.

Saran

Diharapkan kepada pihak pengusaha wisata kuliner warung sate kambing muda Masyhudi untuk selalu bekerja keras dalam mengimplementasikan strategi peningkatan pelayanan guna pelanggan agar betul-betul mendapat kepuasan. Dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, terus berinovasi, membangun, memperbaiki diri, menetapkan kebijakan-kebijakan yang baru yang lebih kreatif dan inovatif guna peningkatan kepuasan pelanggan.

Dengan skore analisis jauh diatas poin kelemahan, sehingga kedepan usaha wisata kuliner warung makan sate kambing muda Masyhudi di Desa Blotongan Salatiga semakin mantap dan stabil kondisi usahanya senantiasa terus ditingkatkan kualitas produk dan layanan guna membangun perkembangan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas Sunarya, dkk 2014, “ *Kewirausahaan* “ Pnbt : ANDI, Yogyakarta
- Amad Saerozi, Deria Adi Wijaya, 2017, *Pemetaan Wisata Kuliner Khas Surakarta*, Program Studi Diploma Kepariwisata Sekolah Vokasi UGM, Yogyakarta.
- Bayu Etti Tri Adyastiti, 2014, *Pengaruh Pembakaran dan Jenis Bahan Bakar Terhadap Kualitas Sensoris dan Kadar Benzoa Piren Sate Kambing*. *Buletin Fakultas Peternakan Vol 38, (3)*, UGM
- Azwar Saifudin, 2013, “*Sikap manusia Teori dan Pengukurannya*”, Edisi ke-4, Pustaka Pelajar; Yogyakarta
- Ermayanti, dkk, 2003, *Ensiklopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura*, Deputi bidang pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan, Jakarta: Proyek Pelestarian dan Pengembangan Kepercayaan.
- Kementrian Pariwisata, 2016, *Seminar Internasional Tentang Perkembangan Dunia Pariwisata dan Wisata Kuliner Yang Halal*, ITB, Bandung.
- Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2007 “ Materi Pelatihan : “ *Diklat Koperasi Bagi Guru*” Jakarta
- Opi Rachmawati dan Ibnu Widiyanto, 2013, *Analisis Pengaruh Keunggulan Produk, Efek Komonitas Terhadap Sikap Merek, dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Warung Sate Sapi Pak Kempleng Di Kota Semarang)*, *Jurnal Manajemen, Undip Vol 2 No.2*.
- Peraturan Daerah Nomor: 10 Tahun 1993, dan Peraturan Daerah Nomor : 5 Tahun 1996 Tentang “ *Tri Fungsi Kota Salatiga* “ 2005, Sekretariat Pemda Kota Salatiga.
- Peraturan Gubernur Jawa Tengah, Nomor: 41 Tahun 2008, Tentang “ *Pemberdayaan Koperasi dan UMKM di Jawa Tengah*”, 2008, Dinas Koperasi Jawa Tengah, Semarang
- Peraturan Pemerintah Nomor: 50 Tahun 2011, *Tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional*, Kementrian Pariwisata Indonesia , Jakarta
- Saleha, 2015, *Pengembangan Makanan Tradisional Lumpia Sebagai Produk Wisata Kuliner Di Kota Semarang*, Tesis PPs STIEPARI, Semarang
- Samtono, 2009, *Dinamika sikap dan Perilaku Guru-Guru SMA Kota Salatiga dalam melaksanakan Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK)*, Desertasi Program Doktor Studi Pembangunan Pascasarjana, UKSW Salatiga.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, Tentang “*Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*” 2008, Lembaran Negara RI Nomor: 4866, Jakarta.