

ANALISA KEBERHASILAN BISNIS KECIL

Hartoyo Soehari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia
hartoyosoehari@yahoo.co.id

Submitted: 09th Jan 2024/ **Edited:** 25th March 2024/ **Issued:** 01st April 2024

Cited on: Soehari, H. (2024). ANALISA KEBERHASILAN BINIS KECIL. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 350-362.

ABSTRACT

Small businesses play a vital role in economic development globally, contributing significantly to employment, innovation, and GDP growth. However, they face numerous challenges that affect their success rates. Understanding the factors influencing small business success is crucial for policymakers, entrepreneurs, and stakeholders to formulate effective strategies and support mechanisms. The study aims to determine factors supporting the success of small culinary business for 50 years. The trade is bakso, meat soup, in Pemalang District, Central Java, Indonesia. The study adopts qualitative method. Information were collected through an interview with the owner and families. The study found that enterpreneur skill, raw materials, finance. Technology, and marketing, are pillar factors to succeed the business.

Keywords: Enterpreanur Skill, Raw Materials, Finance, Technology, Marketing

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, bisnis kecil memainkan peran yang penting dalam perekonomian lokal maupun global (Ernawatiningsih & Arizona, 2022). Analisa keberhasilan bisnis kecil menjadi sebuah topik yang menarik perhatian, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta inovasi. Keberhasilan bisnis kecil tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan sekitar (Widiyanti, et al., 2022).

Dalam konteks analisa keberhasilan bisnis kecil, terdapat berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan. Mulai dari strategi manajemen, pengelolaan sumber daya manusia, hingga adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi. Selain itu, aspek keuangan, pemasaran, dan inovasi juga menjadi elemen kunci yang memengaruhi keberhasilan bisnis kecil (Ariono & Sugiyanto, 2018).

Pemilik bisnis kecil dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, serta peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha mereka. Dengan

pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan bisnis kecil, para pengusaha dapat mengambil langkah-langkah strategis yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis mereka (Sumari & Putri, 2022).

Bisnis kecil Bakso Bapak Miad di Pemalang boleh dibilang sukses. Bapak Mi'ad dan keturunannya, berdagang bakso selama 50 tahun sejak tahun 1970 sampai 2024 ini. Masyarakat pada umumnya memberi nama waktu 50 tahun sebagai usia emas. Misalnya, peringatan 50 tahun pernikahan biasa disebut Golden Wedding Anniversary. Lima puluh tahun merupakan waktu yang cukup lama. Sukses bisnis dalam 50 tahun juga disebut sukses, tentu dengan melewati banyak peristiwa baik dan tidak baik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan menjelaskan faktor-faktor pendukung keberhasilan bisnis kecil bakso dalam rentang waktu 50 tahun. Bakso termasuk salah satu jenis kuliner kegemaran masyarakat, sehingga dapat menjadi ikon pariwisata. Pariwisata dan kuliner saling bersinergi (Sianturi, 2020). Pariwisata maju karena ada kuliner, dan kuliner mendatangi lokasi pariwisata yang maju. Pariwisata dapat menjadi andalan pemasukan biaya pembangunan daerah (Kusrianti & Wahyuni, 2022). Pariwisata Pulau Tidung mendukung pembangunan di Kepulauan Seribu, DKI, Kabupaten Lamongan menyatakan wisata tetap jadi andalan Lamongan.

LANDASAN TEORI

Konsep Keberhasilan

Keberhasilan adalah prestasi seseorang, bisnis, atau lainnya. Kegiatan yang tidak menunjukkan kebaikan disebut kegagalan. Keberhasilan dapat dilihat secara kuantitas dan kualitas (Tupamahu, et al., 2021). Secara kuantitas, keberhasilan diukur dengan membaiknya angka atau posisi dari keadaan sebelumnya. Misal, dalam pertandingan olah raga, keberhasilan dilihat dari peringkat perolehan jumlah dan atau kualitas medali. Sementara dalam bisnis seperti bakso, dilihat dari perolehan laba penjualan. Keberhasilan secara kualitas bisa dilihat dari daya tahan bisnis itu atau ukuran lain. suatu usaha. Contoh usaha bakso Pak Miad dan keluarga di Pemalang terbukti dapat sukses bertahan berjualan selama 50 tahun.

Kita memahami bahwa bakso itu adalah salah satu kuliner kegemaran masyarakat umum termasuk wisatawan di tempat wisata, biasa dikenal sebagai wisata kuliner. Jenis

- jenis kuliner yang digemari masyarakat didata dan dilakukan survey oleh Litbang Koran Sindo (Sumari & Putri, 2022) seperti laporan berikut ini.

Tabel 1. Hasil Survey Kuliner Indonesia

No	Nama, tahun, judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Litbang Sindo, 2014, Makanan khas Indonesia	Kuliner favorit	Kualitatif, survey	Gado-gado makanan terfavorit nusantara (no.mer1), sementara bakso nomer urut 6.
2	Litbang Sindo, 2014, Makanan mendunia	Kuliner mendunia	Kualitatif, survey	Nasi goreng makanan paling mendunia (nomer 1), dan bakso nomer urut 5

Sumber : Data Penelitian, 2023

Hasil survey menunjukkan bahwa bakso adalah kuliner nomer urut 6 makanan khas Indonesia dan nomer urut 5 kuliner yang mendunia.

Tabel 2. Makanan Khas Indonesia Terfavorit

No	Nama Kuliner	%	No	Nama Kuliner	%
1	Gado-gado	20,8	6	Bakso	5,8
2	Masakan Padang	15,6	7	Pempek	5,8
3	Gudeg	12,1	8	Kerak Telor	5,2
4	Ketoprak	11,0	9	Sate Ayam	4,6
5	Soto Ayam	5,8	10	Nasi Goreng	4,6

Sumber : Data Penelitian, 2023

Tabel 3. Kuliner Indonesia Yang Mendunia

No	Nama Kuliner	Ranking	No	Nama Kuliner	Ranking
1	Nasi Goreng	1	6	Gado-gado	6
2	Rendang	2	7	Nasi Kuning	7
3	Sate	3	8	Soto	8
4	Gudeg	4	9	Es Dawet	9
5	Bakso	5	10	Es Campur	10

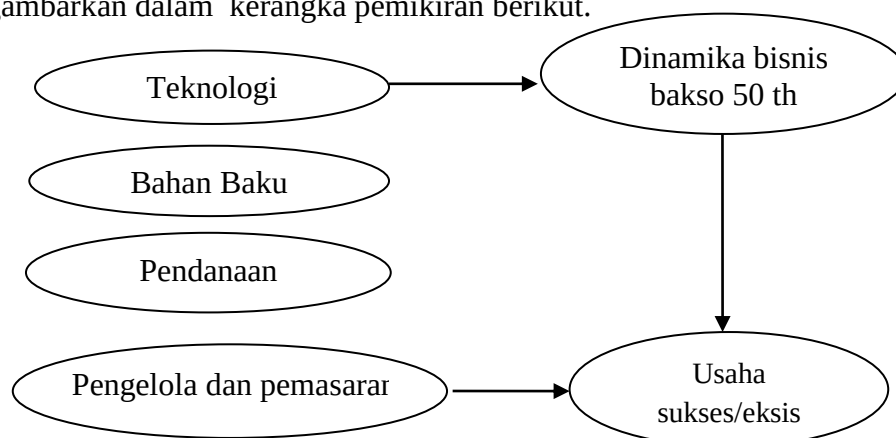
Sumber : Data Penelitian, 2023

Di lingkup nasional, bakso ada di nomor urut 6, kalah populer dari gado – gado di nomor urut 1, dan juga kalah populer dari soto di nomor urut 5. Ternyata di tingkat global, bakso di nomer urut 5, mengalahkan gado – gado di nomor urut 6 dan juga mengalahkan soto di nomor urut 8. Dengan demikian, bakso adalah kuliner kegemaran masyarakat nasional dan dunia.

Bapak Miad berbisnis bakso di Desa Jebed Utara, Kecamatan Taman, dan di Kelurahan Mulyoharjo, Kecamatan Pemalang, Kabupaten Pemalang. Kegiatan lingkup desa barangkali di anggap kecil. Namun, semua tergantung upaya mendapatkan hasil yang diharapkan. Kegiatan pariwisata dari desa dapat mewarnai pariwisata lingkup teritorial di atasnya. Kegiatan pariwisata di tingkat desa dapat menjadi dikenal secara

lokal, regional, nasional, dan internasional. Tentu semua itu berproses dan memakan waktu. Keuletan para pelaksana kegiatan pariwisata dapat memajukan pariwisata di desa dan dapat diharapkan hasilnya. Contoh keberhasilan kegiatan pariwisata di desa yang kemudian menjadi dikenal secara nasional adalah “Tradisi Seribu Kupa”, di Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus, dan “Sesaji Rewanda, Menjaga Keseimbangan Alam di Goa Kreo” di Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Juga usaha kuliner nasi udud di Kebon Kacang, Jakarta, yang sudah terkenal dijadikan model usaha bagi wiralaba dengan skim pembiayaan wiralaba mikro.

Potensi lokal memberi kontribusi pada daya saing pariwisata. Potensi lokal adalah potensi setempat di daerah wisata atau di sekitarnya, yang dapat dikembangkan menjadi ikon pariwisata (Yulianthi & Susyarini, 2017). Diantara potensi lokal adalah potensi di bidang kerajinan, alam, kesenian, acara tradisi, dan kuliner. Bakso, kuliner kerakyatan, dapat menjadi ikon pariwisata seperti halnya Nasi Jinggo di Bali. Jika Yogyakarta mempunyai Nasi Kuning, Pulau Bali juga punya Nasi Jinggo yang terkenal bahkan hingga ke Bandung, Jawa Barat. Bedanya, Nasi Jinggo tidak menggunakan menu ikan, tetapi sama - sama enak disantap dan menjadi ikon pariwisata. Penerapan dalam konsep kegiatan ekonomi di lapangan, bahwa sukses suatu bisnis skala mikro, kecil, atau menengah, didukung oleh faktor insan, khususnya jiwa wirausaha, teknologi, bahan baku, pendanaan, dan pemasaran (Fitriyani, et al., 2018). Dengan pemahaman tersebut, maka sukses bisnis kecil bakso Bapak Miad secara rasional didukung oleh faktor pengelola (beriman, kesenangan berwira usaha, pembuatan produk, penyajian, dan pembinaan pelanggan), teknologi, bahan baku, pendanaan, dan pemasaran, yang dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran berikut.



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Para peneliti kualitatif mempelajari segala sesuatu dalam kerangka alamnya untuk menafsirkan fenomena dan pemahaman makna dari sudut pandang orang - orang yang terlibat langsung dalam fenomena tersebut. (Anggraeni, 2017), Informasi dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan pengelola usaha dan keluarga dekat. Mereka dipilih karena dipercayai mengerti tentang informasi yang dibutuhkan. Dalam melakukan wawancara, peneliti memerhatikan agar keterangan dari informan didengarkan dengan baik. Ada 10 saran “how to listen” (bagaimana mendengar) dari Davis (Fikri, et al., 2024), disebut Ten commandments for good listening, yaitu: 1) Stop talking (berhenti bicara, jangan bicara sendiri), 2) Put the talker at ease (beri kemudahan berbicara), 3) Show him that you want to listen (dengarkan), 4) Remove distractions (singkirkan gangguan), 5) Emphatize with him (bersimpati pada pembicara), 6) Be patient (sabar, perlu waktu, jangan interupsi), 7) Hold your temper (kendalikan temperamen), 8) Go easy on argument and criticism (santai saja), 9) Ask questions (bertanyalah), dan 10) Stop talking (ini awal dan akhir, jangan bicara sendiri).

Wawancara dengan pengelola bisnis dilakukan untuk menggali informasi terkait hal-hal sebagai berikut: 1) gambaran keluarga Bapak Miad dan bisnis baksonya di Desa Benjaran, tetangga sebelah utara Desa Jebed, dari tahun 1966 - 1999, 2) teknologi pembuatan produk, seperti ketrampilan, jenis teknologi, dan masalah penggunaannya, 3) bahan baku dan proses pembuatan produk, disini diungkap tentang sumber bahan baku diperoleh, bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk, dan proses pembuatan bakso. Selanjutnya, 4) permodalan, dalam hal ini digali tentang sumber modal yang digunakan untuk bisnis dan kendala dalam memperolehnya, 5) pengembangan bisnis, disini di cari informasi tentang cara memantapkan bisnis tersebut, cara membina, dan teknik memantapkan pelanggan, 6) omset penjualan , yaitu jumlah rupiah hasil semua penjualan dan keuntungan bersih, dan juga menggali faktor-faktor yang memengaruhi besar kecilnya omset penjualan. dan 7) perluasan pemasaran dan alternatif pengembangan usaha.

HASIL PENELITIAN

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Ibu Kusiyati dengan suami Bapak Miad mempunyai 5 orang anak, yaitu 1) Ibu Kurniasih, penjual bakso di Desa Mulyoharjo, Kecamatan Pemalang, 2) Bapak Kholik, penjual bakso di Desa Jebed, Kecamatan Taman, 3) Bapak Irfan, pedagang daging dan ayam potong di Desa Sumurgesing, tetangga sebelah selatan Desa Jebed, 4) Laelatul Rohmah, Bidan di Desa Jebed, dan 5) Ririn Santoso, mahasiswa. Bapak Miad adalah seorang duda dari Pekalongan, 30 km timur Pemalang, berdagang daging. Dia berdagang keliling dari desa ke desa di wilayah Pemalang pada tahun 1966. Di Desa Sumurgesing, Pemalang, Pak Miad bertemu Ibu Duriyah, seorang janda beranak satu bernama Kusiati. Sampai akhir hayatnya pada tahun 1999, Pak Miad tidak mempunyai anak dari perkawinannya dengan Ibu Duriyah.

Pak Miad menekuni bisnis bakso di Pemalang mulai tahun 1967 dan berjualan menetap di Desa Benjaran, Kecamatan Taman. Pada saat itu, Bakso Pak Miad merupakan satu - satunya bakso khas di Pemalang. Pelanggannya kebanyakan orang berkecukupan, mahasiswa, dan karyawan kantor. Pada tahun 1967 - 1999, bisnis bakso Pak Miad mengalami perkembangan pesat, Ini terlihat dari jumlah konsumen yang selalu memadati warungnya. Saat itu, bisnis kuliner ini dilaksanakan oleh Pak Miad, Ibu Duriyah, dan anaknya, Ibu Kusiati.

Setelah Pak Miad meninggal, jumlah pelanggannya menurun. Bisnis mulai redup karena tidak ada yang melanjutkan. Pada tahun 2000, bisnis mulai bergeliat lagi, setelah diteruskan oleh anaknya, Bu Kusiati. Tempat berjualan pindah dari Desa Benjaran ke tetangga selatan di Desa Jebed, di kecamatan yang sama, Taman, dengan membawa nama Pak Miad, yaitu "Bakso Putrinya Pak Miad" sampai dengan tahun 2024 ini.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisa kesuksesan berwirausaha bakso dan bertahan selama 50 th. Membangun sebuah usaha bertujuan untuk memiliki usaha sukses yang dapat memberikan perubahan hidup. Dalam membangun usaha, kadang banyak mengalami kendala. Untuk itu, kita harus mempersiapkan diri dengan baik sebelum memulai usaha. Hal yang perlu dilakukan adalah persiapan kemampuan dan pengetahuan untuk mengelola bisnis yang akan dilakukan. Salah satu pengetahuan dimaksud adalah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi suatu usaha.

Faktor-faktor yang memengaruhi sukses suatu usaha bisnis berasal dari dalam diri sendiri (faktor intern) dan faktor yang berasal dari luar dirinya sendiri (faktor ekstern). Faktor-faktor tersebut meliputi : manusia, alam, manajemen (pengelolaan), modal, dan lingkungan. Masing-masing faktor dijelaskan sebagai berikut:

Faktor Manusia

Pengolahan sumber daya alam tidak hanya membutuhkan teknologi dan modal, tetapi sekaligus membutuhkan manusia yang trampil, mempunyai kemampuan untuk mengatur dan memimpin. Tujuan usaha dikaitkan dengan prinsip ekonomi adalah pengorbanan tertentu dengan harapan memperoleh keuntungan yang maksimum (Purnomo & Murniawati, 2021). Langkah - langkah untuk menjadi wirausahawan yang sukses diantaranya adalah ada visi dan tujuan yang jelas, bersedia untuk mengambil resiko ruang dan waktu, terencana dan terorganisir, kerja keras sesuai dengan tingkatan kepentingannya, mengembangkan hubungan yang baik dengan karyawan, pelanggan, pemasok.

Hal-hal yang membuat usaha atau bisnis meraih sukses. Dalam penyampaian materi tentang ciri - ciri wirausaha yang berhasil, memberikan penegasan terhadap pendapat umum di atas tentang beberapa syarat untuk menjadi wirausahawan yang berhasil yaitu : insan yang kreatif, ulet, disiplin, dan kerja keras, memiliki visi dan tujuan yang jelas, inisiatif dan selalu proaktif, berorientasi pada prestasi, berani mengambil resiko, kerja keras, bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankan, komitmen pada berbagai pihak, mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak (Muthmainnah & Triyanto, 2024). Berpedoman pada pendapat di atas dan fokus masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka dicari informasi dari informan dengan wawancara yang mengarah pada 5 faktor yang memengaruhi sukses tidaknya suatu bisnis, seperti bisnis bakso Pak Miad.

Dari penggalan informasi di lapangan tersebut, ditemukan hasil penelitian mengenai faktor manusia (Ibu Kusiati). Ibu Kusiati adalah sosok wirausahawan yang ulet dan kerja keras. Ia memulai berbisnis dari membantu dan mengikuti bisnis ayahnya dari tahun 1967 sampai dengan tahun 1999. Ia melakukannya tanpa merasa lelah. Ia selalu belajar terus dengan ayahnya tentang teknis peramuhan bakso. Ia juga belajar kiat-kiat menjadi wirausaha yang disenangi dan dicari masyarakat. Ia mempunyai visi dan

tujuan yang jelas dikemudian hari untuk meneruskan bisnis bakso ayahnya dan ingin maju dan meraih prestasi di kemudian hari.

Ibu Kusiyaati adalah seorang wirausahawan yang kreatif, inisiatif, dan pro aktif. Hal ini dilakukan dalam meneruskan bisnis ayahnya dengan tanpa meninggalkan merek dagang ayahnya yang sudah berkembang sejak tahun 1967, yaitu dengan membawa nama “Bakso Putrinya Pak Miad“. Ibu Kusiyaati ternyata juga seorang wirausahawan yang selalu bertanggung jawab dalam segala aktivitasnya dan berani mengambil resiko. Hal ini telah dilakukan oleh Ibu Kusiyaati yang dimulai dari tahun 2000. Pada tahun 2000 itu, Ibu Kusiyaati belum punya modal banyak, sehingga ia harus menjajakkan baksonya dengan berkeliling ke desa-desa. Itu dilakukan sebelum ia menetap di Desa Jebed sampai tahun 2024 ini. Untuk memantapkan dan mengeksistensikan usaha ayahnya ini, maka sebagian anaknya Ibu Kusiyaati dilatih ketrampilan tentang pembuatan dan peramuhan dan mulai dilatih untuk mengelola bisnis bakso ini.

Faktor Alam

Faktor alam merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu bisnis. Faktor ini diantaranya adalah: tanah, tempat, bahan mentah, dan teknologi (Mulyadi, 2019). Tempat berjualan yang dipakai oleh Ibu Kusiyaati benar-benar strategis dan merupakan faktor yang mendukung suksesnya usaha bakso Ibu Kusiyaati, karena letaknya yang strategis berada di sebelah jembatan Sungai Sirayak yang merupakan jalur alternatif untuk menuju jalur ke barat (Jakarta) pada musim mudik lebaran. Selain tempat dagangan yang strategis, juga di dukung oleh teknologi dan bahan mentah yang tersedia dan mudah dijangkau.

Faktor Teknologi

Teknologi pembuatan bakso oleh Ibu Kusiyaati sebagai berikut: Ketrampilan pembuatan bakso daging “Putrinya Pak Miad” berasal dari Bapak Miad (almarhum) dengan mekanisme pelatihan ketrampilan melalui tahapan: 1) melihat cara memperoleh daging yang baik dan cara memotong daging yang baik, 2) melihat cara menyampur ramuan bumbu-bumbunya sesuai ukuran masing-masing dan sesuai dengan daging yang dimasak, dan 3) mencatat, mencoba, dan melakukannya sendiri dengan tetap ada pengawasan dari Pak Miad.

Teknologi yang digunakan semuanya menggunakan teknologi tradisional dan manual, baik cara memotong daging, melemahkan daging, menyampur bumbu, dan cara

penyajian, semuanya menggunakan cara tradisional, dan teknologi ini ada di masyarakat lingkungan sekitar. Teknologi ini mudah dicari dan terjangkau untuk dapat dibeli oleh Pak Miad. Keterampilan yang dimiliki oleh Ibu Kusiati ini diajarkan kepada anak-anaknya yang kelak akan diberikan keleluasaan untuk meneruskan dan mengelola bisnis kecil bakso Pak Miad.

Faktor Bahan Baku dan Proses Pembuatan

Bahan baku diperoleh secara kemitraan antara keluarga dan pengusaha lain dengan bentuk kemitraan, antara lain: daging untuk baksonya dibeli dilaksanakan melalui kemitraan dengan anaknya yang bernama Irfan, karena Irfan adalah pedagang daging dan ayam potong, lontong dilakukan melalui kemitraan dengan penjual lontong di Kecamatan Comal, 15 km timur Jebed, krupuk disetori dari juragan krupuk di Comal, buah-buahan di beli dari pasar di Banjardawa, desa sebelah barat Jebed, dan bumbu-bumbu dari pasar setempat. Bahan baku yang diperlukan adalah daging, garam, bumbu-bumbu (merica, kemiri, jahe), daun seldri, daun loncang, tomat dan bawang putih. Semua bahan baku ini mudah diperoleh dari pasar dan juga ditanam oleh masyarakat sekitar.

Proses pembuatan, peramuhan, dan penyajian bakso dilaksanakan melalui beberapa langkah, yaitu merebus air terlebih dahulu, mencuci daging, memberi garam, meracik bumbu-bumbu (merica, kemiri, dan jahe), merajang daun seldri dan loncang serta memotong-motong tomat muda. Proses ini dapat digambarkan dengan contoh praktek mulai dari merebus air 3 panci besar untuk 10 kg daging, daging dicuci, kemudian dimasukkan ke dalam air yang sudah mendidih, memberi bumbu yang terdiri dari kemiri 1 ons, jahe 1 lera, dan garam 4 glondong (4 kotak), memasukkan semua bumbu yang telah diracik sesuai ukuran, kemudian dicampurkan ke dalam daging yang ada di dalam panci dan dimasak sampai benar-benar dagingnya lembut (empuk).

Faktor Modal (Permodalan)

Modal merupakan hal yang tidak bisa dihindari dalam kegiatan bisnis guna menjalankan dan mengembangkannya. Pengelola bisnis harus mampu menyediakan modal, baik berasal dari pendapatan usaha, modal pribadi maupun dari pihak ketiga yang memercayai dan mau membantu (Ananda & Tumanggor, 2022). Sebagai gambaran modal bisnis bakso Ibu Kusiati, dari wawancara didapat informasi berikut: Pada tahun 1999, Pak Miad meninggal dan Ibu Kusiati tidak punya pekerjaan. Bisnis

Pak Miad berhenti karena tidak ada modal lagi untuk meneruskan bisnis bakso di Desa Benjaran. Untuk meneruskan perjuangan kehidupan bisnis bakso itu, Ibu Kusiati mendapat pinjaman uang dari tetangga di Desa Benjaran.

Selanjutnya Ibu Kusiati meneruskan bisnis bakso ayahnya dengan menjajakkan keliling desa selama 5 hari. Setelah itu, ibu Kusiati mengajukan pinjaman ke BRI Pemalang dengan agunan sertifikat rumah. Denganajuan itu diperoleh modal cukup, sehingga bisa membeli tanah di Desa Jebed. Tanah itu sampai sekarang tahun 2024 dijadikan warung “Bakso Putrinya Pak Miad“. Modal selanjutnya yang sekarang digunakan berasal dari modal sendiri dari keuntungan penjualan bakso.

Unsur yang menyokong modal sendiri adalah omzet dan keuntungan yang diperoleh dari penjualan bakso setiap harinya. Di musim sepi (musim hujan dan bulan Puasa) omset penjualan bakso setiap harinya sekitar 1 juta sampai dengan 1,5 juta rupiah, maka keuntungan bersih yang dapat diperoleh adalah 150 ribu sampai dengan 200 ribu rupiah, Di musim ramai (musim panas dan musim lebaran Idul Fitri) omset penjualan bakso sekitar 2 juta- 2,5 juta rupiah, dengan keuntungan bersih sekitar 200 ribu sampai dengan 250 ribu rupiah, Dari keuntungan harian inilah Ibu Kusiati dapat memupuk modalnya dengan modal yang cukup dan selalu bertambah.

Faktor Managemen (Pengelolaan)

Pelaku bisnis harus mampu mengelolanya dengan baik dan benar, sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Ciri-ciri pengusaha yang dapat mengelola usaha dengan benar adalah memiliki moral yang tinggi, sikap mental wirasusaha, kepekaan terhadap arti lingkungan, dan ketrampilan wirausaha. Semua syarat itu dipunyai oleh Ibu Kusiati sebagaimana telah di sampaikan dalam uraian mengenai faktor manusia.

Faktor Lingkungan

Lingkungan ini berasal dari lingkungan dalam bisnis diri sendiri atau dari luar. Hal ini sudah diantisipasi oleh Ibu Kusiati dalam mengembangkan bisnis. Ia selalu menyisihkan keuntungan bersih setiap hari. Ini di gunakan untuk menambah modal demi keberlangsungan bisnis. Disamping juga untuk memperluas pemasaran dengan memanfaatkan moment-moment strategis, seperti penjualan bakso di acara pernikahan dan kegiatan sejenis lainnya di wilayah Pemalang.

KESIMPULAN

Bisnis bakso Pak Miad dapat disebut sukses dalam penjualan dan bertahan dikelola hingga 50 th lebih, dikarenakan bisnis ini dikelola oleh seorang wirausahawan yang taat beribadah pada Allah SWT, ulet, disiplin, kerja keras, kreatif, dan mampu berhubungan dengan orang banyak. Disamping itu, juga tersedia bahan baku yang banyak dan mudah terjangkau, dan teknologi yang mudah digunakan dan diaplikasikan, karena bersifat teknologi tradisional. Permodalan yang cukup dan sebagian besar merupakan modal sendiri. Pengelola bisnis mampu membina hubungan baik dengan pelanggan. Kesemuanya dapat dirangkum bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan bisnis bakso Pak Miad adalah: faktor manusia, faktor alam, faktor manajemen pengelolaan, faktor permodalan, dan faktor lingkungan. Pak Miad dan keturunannya dapat membina pelanggan.

Ke depan, bisnis memerlukan strategi pemasaran tertentu untuk memuaskan pelanggannya, sehingga pelanggan selalu datang untuk makan bakso di “Warung Bakso Putrinya Pak Miad”. Strategi bisnis yang dilakukan oleh Ibu Kusiati dalam mempertahankan dan menambah pelanggannya adalah dengan menggunakan sasaran pemasaran (segmen pasar), antara lain segmen pelanggan baru dan pelanggan lama.

1. Segmen Pelanggan Baru. Apabila ada orang yang baru pertama kali datang ke warung Ibu Kusiati untuk makan bakso, maka diberikan bonus bayar separoh apabila yang bersangkutan tidak habis dalam satu mangkuk bakso, satu piring lontong, dan satu piring krupuk yang disajikan oleh pelayan. Kemudian apabila yang bersangkutan menghabiskan satu mangkok, satu piring lontong, dan satu piring krupuk bahkan sampai menambah, maka diwajibkan membayar penuh.
2. Segmen Pelanggan Lama (Rutin dan Lestari). Apabila ada pelanggan lama yang melaksanakan ulang tahun di warung Ibu Kusiati, maka diberikan bonus kepada yang berulang tahun untuk makan gratis bakso, lontong, dan krupuk, sedangkan yang lain tetap bayar tanpa dinaikkan harganya.
3. Pelanggan (Pelajar dan karyawan) yang membawa rombongan pelajar atau karyawan diberikan makan gratis bakso, lontong, dan krupuk. Pelanggan lain yang disuruh teman kantor atau sekolah untuk membeli bakso di Ibu Kusiati dengan jumlah lebih dari 5 orang, pelanggan yang disuruh tersebut diberikan tambahan gratis bakso satu mangkok.

4. Ibu Kusiyati memberikan pelayanan spesifik kepada pelanggannya. Ibu Kusiyati sudah mengetahui dan memahami kesenangan masing-masing pelanggan, misalnya ada pelanggan yang senang hanya daging saja, ada yang senang dicampur jeroan (daging bagian dalam), ada yang senang daging diberikan yang keras, ada yang senang daging yang empuk, dan ada yang senang bakso hanya menggunakan lidah ataupun kikil (kaki) saja.
5. Membaurkan diri dengan keluarga pembeli, misalnya mengajak bermain dan menggendong anaknya dengan harapan agar orang tua si anak tersebut dapat menikmati baksonya. Berlaku ramah dan menghargai setiap pelanggan
6. Mengetahui situasi untuk meningkatkan keuntungan penjualan. Situasi dimaksud adalah situasi yang berhubungan dengan musim dan juga berguna untuk menentukan berapa kg daging yang harus dibuat untuk bakso pada waktu tertentu, diantaranya :
 - a. pada musim penghujan, Ibu Kusiyati membuat bakso sedikit, karena jumlah pembeli menurun, sehingga keuntungan juga sedikit.
 - b. saat musim panas pembuatan bakso banyak, karena jumlah pengunjung meningkat, dan keuntungan yang diperoleh banyak.
 - c. pada bulan puasa, jumlah penjualan bakso menurun lagi, karena pada sepuluh hari yang pertama, biasanya Ibu Kusiyati tidak berjualan, dan mulai berjualan pada hari ke sebelas, sehingga jumlah porsi bakso yang dijual sedikit, dan keuntunganpun juga menurun.
 - d. Selama mudik lebaran merupakan musim yang ramai pengunjung khususnya pengunjung dari luar kota, yang mudik atau silaturahmi ke saudara di Pematang sebagian besar mampir di warung Ibu Kusiyati dan keuntungan yang diperolehpun lumayan banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R. F., & Tumanggor, M. B. (2022). Pengaruh Harga dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Bunga Hias (Studi Kasus Konsumen Tanaman Bunga Hias Di Kawasan Taman Bunga Hias Dusun V Kecamatan Pagar Merbau. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1, 109-21.
- Anggraeni, N. M. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah Pada Pengrajin Tenun Songket Di Desa Jinengdalem Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 158-166.

- Ariono, I., & Sugiyanto, B. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Atas Informasi Akuntansi Keuangan Serta Keberhasilan dalam Mengelola Perusahaan Kecil dan Menengah (Studi Empiris Pada UMKM Industri Makanan di Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 91-104.
- Ernawatiningsih, N. P. L., & Arizona, I. P. E. (2022). ANALISIS KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(2), 128-138.
- Fikri, M. K., Ulum, M. F., Setyawan, M. B., Pangesti, M. A., Syarifah, U., & Andrean, R. (2024). Edukasi Manajemen Usaha Bagi UMKM Melalui Seminar Manajemen UMKM Desa Penakir. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT AKADEMISI*, 2(1), 31-35.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47-58.
- Kusrianti, W., & Wahyuni, E. S. (2022). Determinan Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Kecamatan Mandau. *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, 3(2), 191-204.
- Mulyadi, B. (2019). *Nugget Is a Big Market*. Gramedia Pustaka Utama.
- Muthmainnah, H., & Triyanto, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Purnomo, C. A. P. N., & Murniawati, I. (2021). Strategi Pengembangan Produksi dan Pemasaran Usaha Pengolahan Ikan (Fillet). *Economic Education Analysis Journal*, 10(1), 145-162.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen pemasaran menggunakan analisis SWOT pada UMKM guna meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45-50.
- Sumari, S., & Putri, J. A. (2022). Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok-Jakarta Utara). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 304-314.
- Tupamahu, F. A., Balik, D., & Tamaela, E. Y. (2021). Karakteristik Wirausaha, Tingkat Pendidikan dan Karakteristik Usaha Sebagai Penentu Keberhasilan Bisnis Pariwisata di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil. *Jurnal Maneksi*, 10(1), 1-16.
- Widiyanti, H., Zulfanetti, Z., & Umiyati, E. (2022). Analisis keberhasilan industri kecil dan dampaknya terhadap daya serap tenaga kerja di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3), 541-556.
- Yulianthi, A. D., & Susyarini, N. P. W. A. (2017). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Penginapan Bertaraf Kecil. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(3), 176-185.