

ANALISIS STRATEGI USAHA WARUNG LAUK BU YUNI DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN KONSUMEN MAHASISWA DI AREA STRATEGIS

Zainarti¹, Ahyar Kholid², Kharinda Arasya³, Nur Aisyah Lubis⁴, Three Girl Humairoh Bornas⁵

¹²³⁴⁵ Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Desember, 2025

Revised Desember, 2025

Accepted Desember, 2025

Available Desember, 2025

zainartimm60@gmail.com¹

ahyarkholid815@gmail.com²

karindaarasya@gmail.com³

nuraisyahlubis68@gmail.com⁴

humairohthreegirl@gmail.com⁵

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

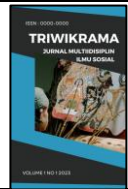
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha yang diterapkan oleh Warung Lauk Bu Yuni dalam memenuhi kebutuhan konsumen mahasiswa di area strategis sekitar kampus. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Lauk Bu Yuni menerapkan strategi yang efektif melalui penyediaan menu yang bervariasi, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang cepat dan ramah. Faktor lokasi yang strategis juga menjadi keunggulan dalam menarik minat mahasiswa. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan kapasitas tempat dan kebutuhan inovasi menu. Kesimpulannya, strategi usaha yang diterapkan terbukti mampu meningkatkan kepuasan konsumen mahasiswa dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan.

Kata kunci: strategi usaha, warung makan, kepuasan konsumen, mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to analyze the business strategy implemented by Warung Lauk Bu Yuni to meet the needs of student consumers in strategic areas around campus. The research method used was a qualitative approach, with data collection techniques through observation and interviews. The results indicate that Warung Lauk Bu Yuni implements an effective strategy through providing a varied menu, affordable prices, and fast and friendly service. Its strategic location also plays a role in attracting students. However, several obstacles remain, such as limited space and the need for menu innovation. In conclusion, the implemented business strategy has proven effective in increasing student customer satisfaction and maintaining business sustainability amidst competition.

Keywords: business strategy, food stall, customer satisfaction, students



1. PENDAHULUAN

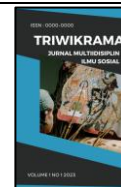
Pembangunan ekonomi merupakan aspek penting dalam meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan serta mendorong kemandirian bangsa. Dalam konteks tersebut, aktivitas bisnis menjadi salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi melalui peningkatan ketersediaan barang dan jasa bagi masyarakat. (Oktavia, Orlena, Hidayat, Putri, & Setiawan, 2025).

Perkembangan industri makanan di Indonesia saat ini menunjukkan potensi yang besar, terutama dengan keterlibatan mahasiswa sebagai segmen pasar yang dinamis. Gaya hidup mahasiswa yang praktis dan preferensi makanan yang beragam membuka peluang besar bagi pengembangan usaha kuliner. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam memanfaatkan peluang ini melalui pengembangan produk unggulan berbasis potensi sumber daya manusia, alam, geografis, dan nilai historis. Keberadaan UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), serta sebagai penopang ekonomi masyarakat berpenghasilan rendah. (Nadhifah et al., 2025).

Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Usaha kuliner, baik berskala besar seperti restoran maupun skala kecil seperti warung makan, tetap memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat serta menyediakan ruang bagi konsumen untuk beristirahat dan menikmati hidangan. (Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti, 2024).

Warung makan merupakan usaha skala kecil dengan konsep sederhana namun memiliki daya tarik tersendiri bagi berbagai kalangan. Meskipun umumnya dikunjungi masyarakat menengah ke bawah, tidak sedikit kalangan menengah ke atas menjadi pelanggan karena cita rasa yang khas dan harga yang terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa warung makan telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial masyarakat Indonesia. (Laebe & Mesra, 2025).

Pelaku usaha rumah makan dituntut mampu memberikan kepuasan kepada konsumen melalui kualitas rasa, suasana, dan pelayanan. Selain itu, pengusaha juga harus mampu mengelola keuntungan usaha agar bisnis dapat berjalan secara berkelanjutan. Berbagai strategi perlu diterapkan untuk menarik minat konsumen, seperti peningkatan kualitas pelayanan, penentuan lokasi yang strategis, keunikan menu, dan cita rasa yang khas. (Lois Putra Laka & Nuswantara, 2023).



Pengembangan usaha sangat bergantung pada strategi yang dirancang pemilik usaha. Strategi bisnis membantu penetapan tujuan, menjaga konsistensi operasional, serta mendukung kepemimpinan yang efektif. Selain aspek teknis, pengembangan usaha juga melibatkan aspek pendidikan, moral, dan sosial secara berkelanjutan. (Kare, A, & Kamaruddin, 2025). Salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha adalah inovasi produk, karena produk yang terus diperbarui cenderung memiliki daya tarik lebih besar bagi konsumen dan mendorong minat untuk mencoba. (Rinto Alexandro, Fendy Hariatama, & Liling Lenlioni, 2023).

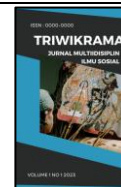
Meskipun memiliki potensi besar, usaha warung makan tetap menghadapi berbagai tantangan, seperti menjaga konsistensi rasa, variasi menu, dan kualitas pelayanan. Selain itu, perubahan selera dan kebutuhan mahasiswa sebagai konsumen utama menuntut adanya inovasi dan penyesuaian strategi secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya terkait strategi usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada strategi usaha yang diterapkan oleh Warung Lauk Bu Yuni dalam memenuhi kebutuhan konsumen mahasiswa di area kampus serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha yang diterapkan, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta mengkaji dampaknya terhadap kepuasan konsumen mahasiswa.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengambilan keputusan dalam kegiatan pemasaran merupakan bagian penting dalam pengelolaan perusahaan yang harus dilakukan secara strategis agar tercapai efektivitas dan efisiensi. Tindakan strategis diperlukan untuk memastikan perusahaan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta beradaptasi dengan perubahan pasar. Strategi dipahami sebagai rencana kerja dan serangkaian tindakan terarah yang bertujuan untuk mengubah posisi perusahaan di pasar, termasuk dalam hal perpindahan fokus dari satu segmen pasar ke segmen lain guna memperoleh posisi kompetitif yang lebih kuat. (Saliano, Manan, & Utha, 2021).

Strategi juga dipandang sebagai rangkaian aktivitas usaha yang terorganisasi untuk menghasilkan dan memasarkan barang atau jasa guna memperoleh keuntungan. Proses strategi melibatkan tahap pengidentifikasian tujuan, perumusan rencana tindakan, serta implementasi yang konsisten. Selain itu, strategi menuntut ketersediaan informasi yang memadai sebagai dasar pengambilan keputusan, khususnya yang berkaitan dengan pemilihan produk, metode produksi, saluran distribusi, dan kebijakan jangka panjang. Strategi sebagai seperangkat tujuan dan rencana



tindakan yang spesifik diyakini mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi Perusahaan. (Riska Cita, Ari Kristiana, & M.Syaifulloh, 2023).

Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu usaha. Analisis ini mencakup identifikasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) sebagai faktor internal, serta peluang (opportunity) dan ancaman (threat) sebagai faktor eksternal. Melalui analisis SWOT, pelaku usaha dapat menilai posisi bisnis secara lebih komprehensif, baik dari segi lini produk sendiri maupun kondisi persaingan yang dihadapi, sehingga dapat menjadi dasar dalam perumusan strategi usaha yang lebih tepat. (Nanda, Husin Ahmad, 2023).

3. METODE

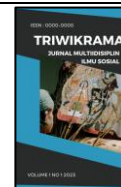
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam strategi usaha yang diterapkan oleh Warung Lauk Bu Yuni dalam memenuhi kebutuhan konsumen mahasiswa di area kampus. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara langsung berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik Warung Lauk Bu Yuni dan beberapa konsumen mahasiswa yang menjadi pelanggan. Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas operasional usaha, seperti proses pelayanan, penyajian makanan, serta interaksi antara penjual dan konsumen. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan dokumen pendukung yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai strategi usaha, kendala yang dihadapi, serta upaya pemilik usaha dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi usaha dan kualitas pelayanan.

Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

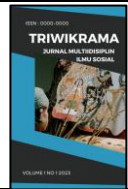


Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Lauk Bu Yuni menerapkan berbagai strategi usaha yang efektif untuk memenuhi kebutuhan konsumen mahasiswa di area kampus. Berdasarkan wawancara dengan pemilik warung, diketahui bahwa usaha ini telah berdiri sejak tahun 2018 dan terus berkembang karena berada pada lokasi yang strategis serta mampu menyesuaikan diri dengan pola konsumsi mahasiswa yang membutuhkan makanan cepat, murah, dan memiliki cita rasa rumahan. Pemilik warung memahami bahwa mahasiswa adalah segmen konsumen yang sangat peka terhadap harga dan kenyamanan, sehingga strategi yang digunakan diarahkan untuk menjaga kualitas makanan sekaligus mempertahankan harga yang terjangkau.

Dari aspek strategi produk, Warung Bu Yuni menyediakan menu lauk pauk rumahan seperti ayam, ikan, sayur, telur balado, dan aneka tumisan yang disiapkan setiap pagi untuk memastikan kesegaran dan cita rasa yang konsisten. Pemilik rutin melakukan variasi menu agar mahasiswa tidak cepat bosan, sehingga keberagaman pilihan menjadi salah satu faktor yang membuat warung ini tetap diminati. Kualitas bahan baku serta kebersihan tempat makan juga menjadi perhatian utama pemilik, hal ini selaras dengan kebutuhan mahasiswa yang cenderung mencari makanan higienis dengan rasa yang familiar. Strategi menu yang fleksibel terbukti mampu menjaga loyalitas konsumen, sebagaimana disampaikan oleh beberapa mahasiswa yang mengaku datang hampir setiap hari karena rasa masakan yang seperti masakan rumah.

Pada strategi harga, Warung Bu Yuni menetapkan harga yang sangat terjangkau, yaitu kisaran Rp10.000-Rp15.000 untuk menu standar. Harga ini dianggap sesuai dengan daya beli mahasiswa yang rata-rata memiliki anggaran makan terbatas. Keberadaan paket hemat juga menjadi daya tarik tersendiri yang membuat mahasiswa merasa mendapatkan nilai lebih. Ketika harga bahan pokok naik, pemilik tidak langsung menaikkan harga jual, melainkan menyesuaikan porsi atau memilih bahan alternatif agar harga tetap stabil. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemilik mengedepankan aspek kebutuhan konsumen daripada keuntungan semata, sehingga warung tetap kompetitif dibandingkan usaha sejenis.

Dari sisi pelayanan, Warung Bu Yuni dikenal dengan pelayanan yang cepat dan ramah. Pemilik selalu berusaha menciptakan suasana yang membuat mahasiswa nyaman, seperti menerima request khusus terkait tingkat kepedasan, tambahan nasi, atau penyesuaian porsi sesuai kebutuhan konsumen. Kecepatan pelayanan menjadi nilai penting mengingat mahasiswa sering memiliki waktu makan yang terbatas di antara jadwal kuliah. Meski begitu, jam-jam sibuk pada siang hari menjadi tantangan tersendiri karena tingginya jumlah pelanggan yang datang dalam waktu bersamaan. Namun, pemilik tetap mengupayakan agar pelayanan tetap optimal dengan bantuan anggota keluarga.



Aspek lokasi juga sangat mendukung keberhasilan usaha ini. Warung terletak di jalur utama kampus sehingga mudah diakses oleh mahasiswa yang baru keluar dari perkuliahan. Fasilitas yang disediakan memang sederhana, namun cukup memadai seperti tempat duduk yang nyaman, kipas angin, area makan bersih, serta air minum gratis. Hal ini menjadi nilai tambah bagi mahasiswa yang mencari tempat makan praktis namun tetap nyaman.

Dari wawancara dengan beberapa mahasiswa, ditemukan bahwa faktor utama yang membuat mereka memilih Warung Bu Yuni meliputi rasa makanan, harga terjangkau, lokasi yang strategis, serta keramahan pemilik. Para mahasiswa juga menganggap bahwa variasi menu rumahan membuat mereka tidak cepat bosan. Namun, ada beberapa masukan dari mahasiswa, seperti perlunya penambahan tempat duduk pada jam ramai dan variasi menu yang lebih kekinian untuk menarik pelanggan baru. Saran ini menunjukkan adanya ruang untuk inovasi yang dapat dilakukan oleh pemilik warung.

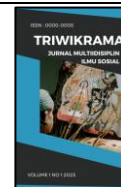
Secara keseluruhan, pembahasan menunjukkan bahwa strategi usaha Warung Bu Yuni berhasil memenuhi kebutuhan mahasiswa melalui kombinasi antara kualitas produk, harga terjangkau, pelayanan ramah, dan lokasi strategis. Strategi tersebut selaras dengan karakteristik konsumen mahasiswa yang membutuhkan makanan cepat, enak, dan terjangkau. Keberhasilan ini juga terlihat dari loyalitas pelanggan dan tingginya tingkat kunjungan harian. Dengan mempertahankan kualitas serta terus berinovasi, Warung Bu Yuni memiliki potensi untuk tetap menjadi salah satu pilihan utama mahasiswa di area kampus.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Warung Lauk Bu Yuni telah menerapkan strategi usaha yang efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen mahasiswa di area kampus. Strategi tersebut terlihat dari penyediaan menu rumahan yang bervariasi, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah dan cepat. Lokasi warung yang strategis juga menjadi faktor pendukung tingginya minat mahasiswa untuk berkunjung.

Keberhasilan usaha ini didukung oleh kemampuan pemilik dalam memahami karakteristik mahasiswa yang mengutamakan kepraktisan, rasa yang konsisten, dan harga yang sesuai dengan daya beli. Meskipun demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa tantangan seperti keterbatasan tempat duduk pada jam sibuk dan kebutuhan inovasi menu agar tetap menarik bagi konsumen baru.

Secara keseluruhan, strategi Warung Lauk Bu Yuni terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen mahasiswa. Dengan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan serta



melakukan inovasi secara berkelanjutan, warung ini memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan bersaing dengan usaha sejenis di lingkungan kampus.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Kare, A., A, J. D. S., & Kamaruddin, J. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Warung Makan Di Kecamatan Mamuju Kabupaten Mamuju Abstrak Pendahuluan, 8(4), 418-424. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1810>
- Laebe, A., & Mesra, R. (2025). Eksistensi Bisnis Warung Makan Area Kampus di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS)*, 2(1), 1-11. <https://doi.org/10.64924/qmgeaw47>
- Lois Putra Laka, M., & Nuswantara, B. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Warung Makan Warkos di Kota Salatiga. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3388-3399. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1497>
- Nadhifah, A., Farisa, I., Nadya, B. P., Febriani, E. P., Erlynniha A, N. P., Lutfiani, S. H., ... Usaha Makanan Berdasarkan Survei Makanan yang Paling Banyak Diminati Mahasiswa Unnes Jurnal, P. (2025). Peluang Usaha Makanan Berdasarkan Survei Makanan yang Paling Banyak Diminati Mahasiswa Unnes Sitasi. *Jurnal Potensial*, 4(1), 43-51. Retrieved from <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Nanda, Husin Ahmad, E. W. (2023). PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN WARMINDO RIVERSIDE NUSUKAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT, 2(4), 31-41.
- Oktavia, T., Orlena, M., Hidayat, G., Putri, T., & Setiawan, B. (2025). Strategi Pemasaran Melalui Pendampingan UMKM BakaranBos di Gading Serpong. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(3), 9. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i3.4128>
- Rinto Alexandro, Fendy Hariatama, & Liling Lenlioni. (2023). Strategi Pengembangan Produk Dalam Peningkatan Penjualan RumahMakan Sudi Mampir Palangka Ray. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2023(15), 354-361.
- Riska Cita, Ari Kristiana, & M.Syaifulloh. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Warung Makan Mbah Sum (Studi Kasus Warung Makan Mbah Sum Saditan Brebes). *Global Leadership Organizational Research in Management*, 1(4), 49-62. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.323>
- Salianto, Manan, L. O. A., & Utha, R. (2021). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada waroeng x-bro di Kota Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 2(1), 15-41.
- Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140-153. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>