Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS)
Volume 2, Number 1, April 2025, Page 1-11
e-ISSN: 3047-5694 (Media Online)
Email: jelasjpips@gmail.com
Website: https://naluriedukasi.com/index.php/jpipsjelas/index

Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS) is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Accepted February 01, 2025, Approved March 30, 2024, Published April 30, 2025

Eksistensi Bisnis Warung Makan Area Kampus di Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado

Abzan Laebe[1], Romi Mesra[2]

[1, 2]Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado

Email: [1]206060@unima.ac.id, [2]romimesra@unima.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis eksistensi bisnis warung makan di area kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Manado dengan fokus pada motivasi pendirian, strategi adaptasi, dan orientasi jangka panjang. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi terhadap tiga informan pemilik dan karyawan warung makan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama pendirian warung makan didominasi faktor ekonomi untuk menambah penghasilan keluarga dengan orientasi jangka panjang seperti mempersiapkan biaya pendidikan anak. Warung makan menunjukkan resiliensi tinggi selama pandemi COVID-19 melalui kemampuan adaptasi dengan temporary closure dan quick recovery ketika kampus kembali beroperasi. Model bisnis warung makan memiliki karakteristik fleksibilitas tinggi dalam kepemilikan, operasional, dan ketenagakerjaan yang mengandalkan social capital dan personal relationships. Sustainability bisnis tercermin dari kemampuan transfer ownership, penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap ekosistem kampus sebagai penyedia akses makanan terjangkau. Penelitian ini berkontribusi dalam memahami dinamika bisnis skala kecil di lingkungan akademik dan memberikan insight tentang faktor-faktor yang mendukung eksistensi warung makan sebagai model sustainable small business yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi komunitas kampus.

Kata Kunci: Eksistensi Bisnis, Warung Makan, Area Kampus

Abstract. *This study aims to analyze the existence of food stall businesses in the campus area of the Faculty of Social Sciences and Law, Manado State University, with a focus on the motivation for establishing them, adaptation strategies, and long-term orientation. The research method used a qualitative approach with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation studies with three informants, owners and employees of food stalls. The results showed that the main motivation for establishing food stalls was dominated by economic factors to supplement family income with a long-term orientation such as preparing for children's education costs. Food stalls demonstrated high resilience during the COVID-19 pandemic through their ability to adapt to temporary closures and quick recovery when the campus reopened. The food stall business model is characterized by high flexibility in ownership, operations, and employment that relies on social capital and personal relationships. Business sustainability is reflected in the ability to transfer ownership, create jobs, and contribute to the campus ecosystem by providing access to affordable food. This study contributes to understanding the dynamics of small-scale businesses in the academic environment and provides insight into the factors that support the existence of food stalls as a sustainable small business model that provides economic and social benefits to the campus community.*

Keywords: *Business Existence, Food Stalls, Campus Area*

A. Pendahuluan

Warung makan merupakan usaha skala kecil yang menjual makanan dan minuman dengan karakteristik sederhana namun memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen dari berbagai kalangan. Kebanyakan warung makan merupakan tempat makan yang sederhana dan dikunjungi oleh kalangan menengah ke bawah, namun tidak jarang kalangan kelas menengah ke atas juga menjadi pelanggan setia warung makan sederhana karena cita rasa autentik dan harga yang terjangkau (Sari & Pratama, 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa warung makan telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, tidak terbatas pada segmentasi ekonomi tertentu saja.

Ciri khas warung makan adalah adanya tempat makan dengan ruang dan perabot sederhana, namun meskipun demikian banyak warung makan yang menyajikan makanan dengan rasa yang sangat enak dan biasanya dijual dengan harga yang lebih murah dibandingkan restoran formal. Konsep kesederhanaan ini justru menjadi kekuatan utama warung makan dalam menarik pelanggan, karena menciptakan suasana yang akrab dan tidak formal, sehingga pelanggan merasa nyaman untuk berlama-lama (Wijaya et al., 2022). Selain itu, warung makan umumnya menggunakan resep turun-temurun atau resep khas daerah yang memberikan cita rasa autentik yang sulit ditemukan di tempat makan modern.

Area kampus sudah menjadi lokasi yang strategis untuk membuka warung makan, karena kampus menjadi tempat yang ramai dimana banyak mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan yang lalu lalang setiap hari. Kepadatan aktivitas di lingkungan kampus menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan, terutama untuk sektor kuliner yang merupakan kebutuhan dasar setiap individu (Rahman & Susanto, 2023). Dengan ramainya area kampus, banyak pembisnis warung makan yang membuka kantin atau tempat makan untuk memanfaatkan potensi pasar yang tersedia. Data menunjukkan bahwa terdapat 9,32 juta mahasiswa di Indonesia pada tahun 2022, yang menunjukkan besarnya potensi pasar untuk bisnis kuliner di area kampus (Kemendikbudristek, 2022).

Membuka warung makan di area kampus dapat menambah penghasilan yang besar bagi pembisnis, sekaligus mempermudah mahasiswa dan dosen-dosen kampus untuk mencari makanan yang terjangkau dan mudah diakses. Lokasi strategis di area kampus memberikan keuntungan berupa akses mudah bagi konsumen potensial, tingkat kunjungan yang relatif stabil mengikuti jadwal akademik, dan loyalitas pelanggan yang tinggi karena faktor kemudahan dan kebiasaan (Nugroho & Fitriani, 2021). Selain itu, warung makan di area kampus juga berperan dalam menciptakan ekosistem ekonomi mikro yang mendukung kehidupan akademik, dimana mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan pangan dengan harga yang sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka.

Keberadaan warung makan di area kampus juga memberikan manfaat sosial yang signifikan, yaitu menjadi tempat bersosialisasi dan berkumpul bagi civitas akademika. Warung makan tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan makan, tetapi juga sebagai ruang sosial dimana mahasiswa dapat berdiskusi, mengerjakan tugas kelompok, atau sekadar berinteraksi dengan teman-teman (Hartono & Sari, 2020). Fungsi sosial ini menjadikan warung makan sebagai bagian penting dari kehidupan kampus yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas akademik sehari-hari.

Dari perspektif ekonomi, bisnis warung makan di area kampus memiliki karakteristik unik dengan target market yang spesifik dan pola konsumsi yang relatif dapat diprediksi. Mahasiswa sebagai konsumen utama memiliki karakteristik daya beli yang terbatas namun frekuensi pembelian yang tinggi, sehingga strategi bisnis yang tepat adalah menawarkan produk dengan harga terjangkau, porsi yang sesuai, dan kualitas yang konsisten (Permana et al., 2022). Pola konsumsi mahasiswa juga dipengaruhi oleh jadwal

kuliah, periode ujian, dan siklus akademik lainnya, yang menciptakan fluktuasi permintaan yang dapat diantisipasi oleh pemilik warung makan.

Dinamika persaingan di area kampus juga menuntut inovasi dan adaptasi yang berkelanjutan dari pemilik warung makan. Dengan semakin banyaknya pilihan tempat makan di area kampus, warung makan harus mampu mempertahankan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk, pelayanan yang baik, atau strategi pemasaran yang efektif (Kusuma & Dewi, 2021). Faktor-faktor seperti kebersihan, kecepatan pelayanan, variasi menu, dan kemampuan beradaptasi dengan tren kuliner terkini menjadi penentu keberhasilan warung makan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang ketat.

Penelitian terdahulu mengenai bisnis warung makan di area kampus telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan fokus yang beragam. Studi yang dilakukan oleh Andrianti dan Wijayanto (2020) mengeksplorasi strategi pemasaran warung makan di lingkungan kampus dan menemukan bahwa faktor lokasi, harga, dan kualitas makanan menjadi determinan utama kesuksesan bisnis warung makan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa warung makan yang berlokasi strategis dengan harga terjangkau dan kualitas makanan yang konsisten cenderung memiliki tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak memperhatikan ketiga faktor tersebut. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi pentingnya membangun hubungan personal dengan pelanggan sebagai strategi untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Silitonga dan Manurung (2021) fokus pada analisis perilaku konsumen mahasiswa terhadap warung makan di area kampus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam memilih warung makan, dengan faktor utama berupa harga, rasa, kebersihan, dan jarak dari lokasi kuliah. Studi ini juga mengungkap bahwa mahasiswa cenderung loyal terhadap warung makan tertentu jika merasa puas dengan pelayanan dan kualitas makanan yang disediakan. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya pola konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, dimana mahasiswa akan mengurangi frekuensi makan di warung ketika menghadapi keterbatasan finansial. Penelitian ketiga yang relevan dilakukan oleh Pratiwi et al. (2022) yang menganalisis dampak ekonomi keberadaan warung makan terhadap ekonomi lokal di sekitar kampus, menunjukkan bahwa warung makan memberikan kontribusi signifikan terhadap perputaran ekonomi mikro dan penciptaan lapangan kerja di lingkungan kampus.

Meskipun telah terdapat beberapa penelitian mengenai warung makan di area kampus, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu diisi, terutama terkait dengan eksistensi dan sustainability bisnis warung makan dalam jangka panjang. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak fokus pada aspek pemasaran, perilaku konsumen, dan dampak ekonomi, namun belum ada yang secara spesifik mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi dan keberlangsungan hidup warung makan di area kampus dalam konteks yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian sebelumnya juga belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana warung makan beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal seperti pandemi, perubahan kebijakan kampus, atau pergeseran preferensi konsumen yang semakin digital.

Kesenjangan lain yang teridentifikasi adalah minimnya penelitian yang mengkaji eksistensi warung makan dari perspektif multidimensional yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan budaya secara bersamaan. Mayoritas penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan monodisipliner, padahal fenomena warung makan di area kampus merupakan fenomena kompleks yang memerlukan analisis interdisipliner untuk pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, konteks geografis dan karakteristik kampus yang berbeda-beda juga memerlukan kajian yang spesifik, mengingat setiap kampus memiliki dinamika dan karakteristik unik yang dapat mempengaruhi eksistensi warung makan.

Novelty atau kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan holistik dalam mengkaji eksistensi warung makan di area kampus, yang tidak hanya melihat dari satu aspek saja tetapi mengintegrasikan berbagai dimensi yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis warung makan. Penelitian ini akan menggunakan framework analisis yang komprehensif untuk memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi eksistensi warung makan, termasuk aspek manajemen, adaptasi terhadap perubahan, dan strategi survival dalam menghadapi berbagai tantangan. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis yang lebih kaya dan mendalam tentang dinamika bisnis kecil di lingkungan akademik.

Kebaruan lain dari penelitian ini adalah fokus spesifik pada konteks Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Manado, yang memiliki karakteristik unik baik dari segi geografis, demografis, maupun sosio-ekonomi. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana konteks lokal Sulawesi Utara, dengan kebudayaan dan preferensi kuliner yang khas, mempengaruhi eksistensi warung makan di area kampus. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji peran teknologi dan media sosial dalam mendukung eksistensi warung makan, mengingat semakin pentingnya digital presence dalam era modern ini.

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa warung makan di area kampus menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks, mulai dari persaingan yang ketat, perubahan pola konsumsi mahasiswa, hingga dampak teknologi digital yang mengubah cara bisnis dijalankan. Observasi awal di area Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Manado menunjukkan bahwa terdapat fluktuasi dalam jumlah dan jenis warung makan yang beroperasi dari waktu ke waktu, dengan beberapa warung yang mampu bertahan lama sementara yang lain tutup setelah periode tertentu. Fenomena ini mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi kemampuan warung makan untuk mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang.

Selain itu, realitas juga menunjukkan bahwa warung makan di area kampus tidak hanya berperan sebagai penyedia makanan, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem sosial kampus yang memfasilitasi interaksi antar civitas akademika. Warung makan menjadi tempat dimana mahasiswa dari berbagai latar belakang bertemu, berdiskusi, dan membangun jejaring sosial, sehingga eksistensi warung makan memiliki implikasi yang lebih luas daripada sekadar aspek ekonomi. Oleh karena itu, penelitian tentang eksistensi warung makan di area kampus menjadi penting untuk dipahami secara komprehensif guna memberikan insight yang dapat bermanfaat bagi pengembangan ekonomi mikro di lingkungan akademik serta pengayaan literatur ilmiah di bidang kewirausahaan dan ekonomi kreatif.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif interpretatif untuk mengeksplorasi eksistensi bisnis warung makan di area kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado. Metode penelitian kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang suatu permasalahan, dimana data dikumpulkan dengan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif yaitu wawancara, observasi, dokumentasi (Sugiyono, 2018). Pendekatan kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian ini karena berusaha memahami fenomena eksistensi warung makan dari perspektif pelaku bisnis, konsumen, dan stakeholder terkait dalam konteks yang natural dan holistik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna-makna subjektif yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, seperti motivasi berwirausaha, strategi bertahan hidup, dan dinamika interaksi sosial di sekitar warung makan (Creswell, 2019).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode utama yaitu observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi sebagai bentuk triangulasi data untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara,

analisis dan dokumentasi (Patton, 2020). Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati aktivitas sehari-hari warung makan, pola interaksi antara penjual dan pembeli, kondisi fisik warung, serta dinamika lingkungan kampus yang mempengaruhi operasional warung makan. Observasi ini bersifat partisipatif moderat dimana peneliti terlibat dalam beberapa aktivitas namun tetap mempertahankan posisi sebagai pengamat untuk menjaga objektivitas penelitian (Spradley, 2021). Periode observasi dilakukan selama 3 bulan dengan intensitas kunjungan 3-4 kali seminggu pada waktu-waktu yang berbeda untuk mendapatkan gambaran komprehensif tentang operasional warung makan.

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan dengan informan kunci yang terdiri dari pemilik warung makan, karyawan, mahasiswa sebagai konsumen utama, dosen, dan pihak manajemen kampus. Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang umum digunakan antara lain wawancara, observasi, yang memberikan informasi mendetail mengenai persepsi, makna, dan pengalaman individu (Miles & Huberman, 2019). Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur yang memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi lebih mendalam sesuai dengan perkembangan percakapan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria telah terlibat langsung dengan warung makan di area kampus minimal selama 6 bulan untuk pemilik dan karyawan, serta minimal 1 tahun untuk mahasiswa dan dosen. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip saturasi data, dimana wawancara dihentikan ketika tidak ada lagi informasi baru yang diperoleh. Setiap sesi wawancara direkam dengan persetujuan informan dan berlangsung selama 45-90 menit untuk memastikan kedalaman informasi yang diperoleh.

Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder yang mendukung temuan dari observasi dan wawancara. Berbagai metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif seperti wawancara, observasi, studi dokumentasi, dan triangulasi data (Neuman, 2020). Dokumen yang dikaji meliputi profil warung makan, catatan keuangan sederhana (jika tersedia), dokumentasi foto kondisi warung dari waktu ke waktu, data kebijakan kampus terkait pengelolaan area komersial, serta dokumen-dokumen relevan lainnya seperti artikel media massa yang membahas tentang warung makan di area kampus. Selain itu, peneliti juga menganalisis media sosial dan platform digital yang digunakan oleh warung makan untuk promosi dan interaksi dengan konsumen, termasuk review dan feedback yang diberikan oleh pelanggan di berbagai platform online. Analisis dokumentasi ini membantu memberikan konteks historis dan perkembangan warung makan serta validasi silang terhadap informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, dan mentransformasi data kasar yang diperoleh dari lapangan menjadi data yang lebih terarah sesuai dengan fokus penelitian tentang eksistensi warung makan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif, matriks, dan diagram untuk memudahkan pemahaman pola-pola yang muncul dari data. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi dimana peneliti mengidentifikasi makna-makna dari data yang telah disajikan dan melakukan verifikasi melalui triangulasi sumber, metode, dan teori untuk memastikan kredibilitas temuan penelitian (Sugiyono, 2022). Keabsahan data dijamin melalui uji kredibilitas dengan triangulasi, member checking, dan peer debriefing, serta uji dependabilitas melalui audit trail yang mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis. Penelitian ini juga menerapkan prinsip-prinsip etika penelitian termasuk informed consent, confidentiality, dan anonymity untuk melindungi hak-hak informan dan memastikan penelitian dilakukan secara bertanggung jawab.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

a. Motivasi dan Latar Belakang Pendirian Warung Makan di Area Kampus

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, motivasi utama dalam membuka atau bekerja di warung makan area kampus didominasi oleh faktor ekonomi untuk menambah penghasilan

keluarga. Informan EL mengungkapkan bahwa keputusannya untuk membeli warung makan yang sudah ada sebelumnya didasari oleh kebutuhan untuk menambah penghasilan, ditambah dengan hobi memasak dan berjualan makanan yang telah dimilikinya. Proses kepemilikan warung makan "Rumah Makan Muslim" merupakan hasil dari penawaran pembelian dari pemilik sebelumnya, yang menunjukkan adanya transfer bisnis dari tangan ke tangan sebagai salah satu karakteristik bisnis warung makan skala kecil di area kampus.

Gambar 1. Ibu EL Pemilik Warung Makan Muslim

Sumber: Data Primer

Aspek timing dalam memulai bisnis warung makan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi eksistensi warung makan. Informan EL memulai usahanya tepat satu minggu sebelum pandemi COVID-19 meningkat, yang kemudian memaksa warung untuk tutup sementara karena kampus tidak beroperasi. Kondisi ini menunjukkan bagaimana eksternal shock seperti pandemi dapat mempengaruhi eksistensi warung makan yang sangat bergantung pada aktivitas kampus. Namun, kemampuan untuk kembali beroperasi saat kampus mulai aktif kembali menunjukkan resiliensi bisnis warung makan dalam menghadapi tantangan eksternal yang tidak terduga.

Pola kerja sebagai karyawan juga menjadi salah satu model operasional warung makan di area kampus, sebagaimana yang dialami oleh informan SP yang bekerja sebagai karyawan di warung makan "Ibu Eva 2". Keputusan untuk menjadi karyawan warung makan dilatarbelakangi oleh ketersediaan waktu luang dan kebutuhan untuk menambah penghasilan keluarga. Model ini menunjukkan bahwa bisnis warung makan tidak hanya memberikan peluang bagi pemilik modal untuk berusaha, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar kampus yang membutuhkan pekerjaan fleksibel dengan persyaratan yang tidak terlalu ketat.

Gambar 2. Penjaga Serta Karyawan Di Warung Makan Ibu Eva 2

Sumber: Data Primer

Faktor sosial dan jaringan pertemanan juga berperan dalam pengembangan bisnis warung makan di area kampus. Informan SP mendapatkan kesempatan bekerja melalui jaringan pertemanan dengan pemilik warung, yang menunjukkan pentingnya social capital dalam pengembangan bisnis skala kecil. Hubungan personal dan kepercayaan menjadi dasar dalam rekrutmen karyawan, yang berbeda dengan sistem rekrutmen formal di perusahaan besar. Model ini menciptakan hubungan kerja yang lebih personal dan fleksibel, namun juga dapat menimbulkan ketergantungan pada hubungan personal dalam keberlanjutan usaha.

b. Strategi Bertahan dan Adaptasi Warung Makan Selama Pandemi

Pandemi COVID-19 menjadi ujian besar bagi eksistensi warung makan di area kampus, dimana hampir seluruh warung mengalami dampak signifikan akibat penutupan kampus dan pembatasan aktivitas. Pengalaman informan EL yang harus menutup warung sementara selama pandemi menggambarkan tingkat kerentanan bisnis warung makan terhadap perubahan kondisi eksternal. Ketergantungan yang tinggi pada aktivitas kampus membuat warung makan tidak memiliki alternatif sumber pendapatan ketika kampus ditutup, berbeda dengan bisnis di area komersial umum yang masih memiliki pelanggan dari berbagai segmen.

Kemampuan adaptasi dan fleksibilitas menjadi kunci survival warung makan selama masa sulit pandemi. Informan EL menunjukkan kemampuan beradaptasi dengan cara menghentikan operasional sementara dan kemudian memulai kembali ketika kondisi memungkinkan. Strategi ini menunjukkan pragmatisme dalam menghadapi kondisi yang tidak pasti, dimana pemilik warung lebih memilih untuk menunggu kondisi yang tepat daripada memaksakan operasional yang berpotensi merugikan. Fleksibilitas dalam operasional ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif warung makan skala kecil dibandingkan dengan bisnis yang memiliki struktur biaya tetap yang tinggi.

Proses recovery pasca-pandemi menunjukkan resiliensi dan optimisme pelaku bisnis warung makan dalam menghadapi tantangan. Keputusan untuk kembali beroperasi ketika kampus mulai aktif menunjukkan kepercayaan terhadap potensi pasar dan kemampuan bisnis untuk pulih. Informan EH yang memulai usaha pada Agustus 2023 menunjukkan bahwa periode pasca-pandemi justru dilihat sebagai peluang baru untuk memulai bisnis, dengan perhitungan bahwa kondisi sudah mulai normal dan stabil. Hal ini mengindikasikan bahwa pandemi tidak mengurangi minat masyarakat untuk terlibat dalam bisnis warung makan di area kampus.

Gambar 3. Pemilik Warung Makan Ibu EH

Sumber: Data Primer

Pembelajaran dari pengalaman pandemi juga membentuk strategi bisnis yang lebih adaptif dan antisipatif terhadap kemungkinan gangguan di masa depan. Meskipun tidak secara eksplisit disebutkan oleh informan, pengalaman menghadapi pandemi memberikan pemahaman tentang pentingnya diversifikasi risiko dan fleksibilitas operasional. Warung makan yang berhasil bertahan dan pulih dari pandemi cenderung memiliki karakteristik seperti biaya operasional yang rendah, fleksibilitas dalam jam operasional, dan kemampuan untuk dengan cepat menyesuaikan operasional sesuai dengan kondisi eksternal.

c. Orientasi Jangka Panjang dan Sustainability Bisnis Warung Makan

Orientasi jangka panjang dalam bisnis warung makan di area kampus tercermin dari tujuan-tujuan spesifik yang ingin dicapai oleh para pelaku usaha. Informan EH memiliki tujuan jangka panjang yang jelas yaitu mengumpulkan dana untuk membiayai pendidikan anak yang akan kuliah, menunjukkan bahwa warung makan tidak hanya dilihat sebagai sumber pendapatan harian tetapi sebagai investasi untuk masa depan keluarga. Orientasi ini memberikan motivasi yang kuat untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis dalam jangka panjang, meskipun menghadapi berbagai tantangan operasional sehari-hari.

Perencanaan keuangan dan target pencapaian menjadi faktor penting dalam sustainability bisnis warung makan. Informan EH yang telah beroperasi selama 4 bulan dengan target mempersiapkan biaya kuliah anaknya menunjukkan adanya perhitungan financial planning dalam menjalankan bisnis. Kemampuan untuk menetapkan target jangka panjang dan mengukur progress pencapaian menjadi indikator kematangan dalam mengelola bisnis kecil. Hal ini berbeda dengan motivasi sekadar menambah penghasilan harian, tetapi sudah mengarah pada accumulation of capital untuk tujuan tertentu.

Model bisnis transfer ownership yang dialami oleh informan EL menunjukkan bahwa warung makan memiliki nilai ekonomi yang dapat diperjualbelikan, mengindikasikan adanya asset value dalam bisnis ini. Proses "dari tangan ke tangan" menunjukkan bahwa warung makan yang sudah established memiliki goodwill dan customer base yang bernilai, sehingga dapat menjadi pilihan investasi bagi orang lain. Model ini juga menunjukkan sustainability bisnis warung makan dalam jangka panjang, dimana bisnis dapat berlanjut meskipun terjadi pergantian pemilik.

Aspek employment generation juga menjadi indikator sustainability bisnis warung makan, dimana warung yang sudah berkembang mulai membutuhkan tenaga kerja tambahan seperti yang dialami oleh pemilik warung "Ibu Eva 2" yang mempekerjakan informan SP. Kemampuan bisnis untuk menciptakan lapangan kerja menunjukkan bahwa warung makan tidak hanya sustainable untuk pemiliknya tetapi juga memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Model kemitraan antara pemilik dan karyawan yang didasarkan pada hubungan personal dan kepercayaan menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

2. Pembahasan

1. Motivasi dan Latar Belakang Pendirian Warung Makan di Area Kampus

Temuan penelitian mengenai motivasi dan latar belakang pendirian warung makan di area kampus sejalan dengan teori motivasi kewirausahaan yang dikemukakan oleh McClelland. Teori David McClelland tentang motif berprestasi kewirausahaan menjelaskan bahwa wirausaha termotivasi untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai alasan seperti kemandirian, pengembangan diri, pekerjaan yang tidak memuaskan, penghasilan, dan keamanan. Motivasi ekonomi yang menjadi faktor dominan dalam penelitian ini, khususnya untuk menambah penghasilan keluarga, mencerminkan teori hierarki kebutuhan Maslow dimana kebutuhan fisiologis dan keamanan finansial menjadi prioritas utama. Informan EL dan EH yang memiliki tujuan spesifik untuk membiayai pendidikan anak menunjukkan bahwa kewirausahaan tidak hanya didorong oleh kebutuhan kebutuhan ekonomi mendesak, tetapi juga perencanaan keuangan jangka panjang.

Aspek perpindahan kepemilikan yang dialami informan EL mencerminkan karakteristik bisnis UMKM yang fleksibel dan mudah beradaptasi dengan perubahan kepemilikan. Ciri-ciri wirausaha yang penting untuk dapat berhasil dapat dirangkum dalam tiga sikap, yaitu jujur, memiliki tujuan jangka panjang, dan berani mengambil risiko. Model "dari tangan ke tangan" ini menunjukkan bahwa warung makan memiliki nilai mapan yang dapat ditransfer, menunjukkan keberhasilan bisnis sebelumnya dalam membangun basis pelanggan dan niat baik. Fenomena ini juga menunjukkan bahwa bisnis warung makan di kawasan kampus memiliki keberlanjutan yang tidak bergantung pada individu pemilik tertentu, tetapi lebih pada lokasi strategi dan model bisnis yang terbukti.

Model ketenagakerjaan dengan pola hubungan personal yang dialami informan SP mencerminkan karakteristik UMKM yang mengandalkan modal sosial dalam operasionalnya. Kewirausahaan merupakan esensi dari usaha bebas yang ditandai dengan budaya kewirausahaan yang diaplikasikan ke dalam aktivitas primer dan pendukung. Pola rekrutmen melalui jaringan pertemanan tidak hanya mengurangi biaya rekrutmen, tetapi juga menciptakan hubungan kerja berbasis kepercayaan yang dapat meningkatkan loyalitas karyawan. Model ini juga menunjukkan bahwa warung makan tidak hanya berfungsi sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai lembaga sosial yang memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar kampus dengan hambatan masuk yang rendah.

2. Strategi Bertahan dan Adaptasi Warung Makan Selama Pandemi

Kemampuan adaptasi warung makan selama pandemi COVID-19 menunjukkan ketahanan yang tinggi dari skala bisnis kecil dalam menghadapi guncangan eksternal. Ketahanan bisnis UMKM meliputi adaptasi penggunaan pemasaran digital, antisipasi dengan penghematan dana, efisiensi melalui pengurangan biaya, sekilas UMKM, inovasi produk dan proses, hubungan dengan pelanggan, serta hubungan dengan pemerintah dan universitas. Informan strategi EL yang memilih untuk penutupan sementara daripada memaksakan operasional yang membahayakan menunjukkan pengambilan keputusan pragmatis yang merupakan karakteristik dari manajemen usaha kecil. Keputusan ini mencerminkan prinsip manajemen arus kas yang konservatif, dimana pelestarian modal menjadi prioritas utama dalam menghadapi ketidakpastian.

Proses pemulihan yang relatif cepat ketika kampus kembali beroperasi menunjukkan bahwa warung makan memiliki mekanisme ketahanan bawaan yang memungkinkan pengoperasian kembali dengan cepat. Ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi eksternal dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Hal ini dimungkinkan karena struktur biaya warung makan yang sebagian besar adalah biaya variabel, sehingga ketika operasi dihentikan, sebagian besar biaya juga dapat dihilangkan. Karakteristiknya berbeda dengan bisnis yang memiliki biaya tetap tinggi yang tetap berjalan meskipun operasinya dihentikan, seperti toko ritel dengan sewa jangka panjang atau manufaktur dengan penyusutan peralatan.

Pembelajaran dari pengalaman pandemi menciptakan kapasitas adaptif yang lebih baik untuk menghadapi gangguan di masa depan. Adaptasi dalam proses transformasi digital menjadi kunci resiliensi UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Meskipun informan tidak secara eksplisit menyebutkan penggunaan teknologi digital, pengalaman menghadapi pandemi memberikan kesiapan mental untuk menghadapi situasi krisis. Warung makan yang berhasil melewati pandemi umumnya mengembangkan perencanaan skenario dan tindakan darurat yang dapat diaktivasi ketika menghadapi situasi serupa di masa depan.

3. Orientasi Jangka Panjang dan Keberlanjutan Bisnis Warung Makan

Orientasi jangka panjang yang ditunjukkan oleh informan, khususnya EH dengan target pembiayaan pendidikan anak, mencerminkan konsep bisnis berkelanjutan yang tidak hanya fokus pada maksimalisasi keuntungan tetapi juga pada penciptaan nilai bagi pemangku kepentingan. Bisnis berkelanjutan adalah konsep bisnis yang memiliki manfaat untuk jangka pendek maupun jangka panjang yang bersifat berkelanjutan, tidak terbatas pada keuntungan materi atau keuntungan saja, melainkan juga keuntungan sosial masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks warung makan di kawasan kampus, keberlanjutan tidak

hanya diukur dari kinerja finansial, tetapi juga dari dampak sosial berupa penyediaan lapangan kerja dan akses makanan terjangkau bagi civitas akademika.

Kemampuan warung makan untuk menciptakan lapangan kerja seperti yang dialami informan SP menunjukkan multiplier effect dari usaha kecil terhadap ekonomi lokal. Implementasi keberlanjutan dalam operasi bisnis dapat menciptakan keunggulan yang bertahan lama dan membantu perusahaan agar lebih tangguh menghadapi tantangan ekonomi global. Model kemitraan antara pemilik dan karyawan yang didasarkan pada saling menguntungkan dan hubungan pribadi menciptakan model ketenagakerjaan berkelanjutan yang berbeda dengan ketenagakerjaan formal di perusahaan besar. Model ini memberikan kebahagiaan bagi kedua belah pihak dan menciptakan solusi win-win yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Aspek transferability of business value yang terlihat dari proses "dari tangan ke tangan" menunjukkan bahwa warung makan memiliki keberlanjutan yang melekat yang tidak bergantung pada pendirinya. Bisnis berkelanjutan merupakan model bisnis yang memiliki manfaat baik untuk jangka pendek dan jangka panjang yang bersifat terus menerus atau berkelanjutan. Kemampuan bisnis untuk bertahan dari perubahan kepemilikan menunjukkan bahwa proposisi nilai warung makan telah tertanam dalam keunggulan lokasi, hubungan pelanggan, dan sistem operasional yang dapat ditransfer kepada pemilik baru. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan bisnis warung makan tidak hanya bergantung pada kemampuan kewirausahaan individu, tetapi juga pada faktor sistemik seperti permintaan pasar, strategi lokasi, dan efektivitas model bisnis.

D. Kesimpulan

Penelitian tentang eksistensi bisnis warung makan di area kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Manado menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa warung makan memiliki karakteristik resiliensi dan sustainability yang tinggi meskipun beroperasi dalam skala kecil. Motivasi utama pendirian warung makan didominasi oleh faktor ekonomi untuk menambah penghasilan keluarga, dengan orientasi jangka panjang yang jelas seperti mempersiapkan biaya pendidikan anak. Model bisnis warung makan menunjukkan fleksibilitas tinggi dalam hal kepemilikan, operasional, dan ketenagakerjaan, dimana transfer ownership dapat dilakukan dengan relatif mudah dan pola rekrutmen karyawan mengandalkan jaringan sosial personal. Kemampuan adaptasi selama pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa warung makan memiliki built-in resilience mechanism melalui struktur biaya yang fleksibel dan kemampuan untuk melakukan temporary closure tanpa kehilangan customer base secara permanen.

Eksistensi warung makan di area kampus tidak hanya berperan sebagai unit ekonomi tetapi juga sebagai social institution yang memberikan kontribusi terhadap ekosistem kampus melalui penyediaan lapangan kerja, akses makanan terjangkau, dan ruang sosial bagi civitas akademika. Sustainability bisnis warung makan terbukti tidak hanya bergantung pada kemampuan individual entrepreneur, tetapi juga pada faktor sistemik seperti lokasi strategis, customer loyalty, dan model bisnis yang proven. Orientasi jangka panjang yang dimiliki pelaku usaha, ditambah dengan kemampuan menciptakan value bagi multiple stakeholders, menunjukkan bahwa warung makan memiliki potensi untuk menjadi model sustainable small business yang dapat berkontribusi terhadap ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat sekitar kampus dalam jangka panjang.

E. Daftar Pustaka

Andrianti, S., & Wijayanto, H. (2020). Strategi pemasaran warung makan di lingkungan kampus: Analisis faktor-faktor kunci kesuksesan. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 15(2), 123-135.

Creswell, J. W. (2019). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). Sage Publications.

Hartono, B., & Sari, D. P. (2020). Fungsi sosial warung makan dalam kehidupan kampus: Studi etnografi pada mahasiswa universitas. Jurnal Sosiologi Pendidikan, 8(3), 45-58.
Kemendikbudristek. (2022). Statistik pendidikan tinggi Indonesia 2022. Jakarta: Pusat Data dan Informasi.
Kusuma, I. W., & Dewi, L. K. (2021). Inovasi dan daya saing warung makan di era digital: Tantangan bagi UMKM kuliner. Jurnal Ekonomi Kreatif, 7(4), 78-92.
Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2019). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (4th ed.). Sage Publications.
Neuman, W. L. (2020). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (8th ed.). Pearson Education.
Nugroho, A., & Fitriani, R. (2021). Analisis lokasi strategis terhadap kinerja bisnis warung makan di area kampus. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 12(1), 34-47.
Patton, M. Q. (2020). Qualitative research and evaluation methods: Integrating theory and practice (5th ed.). Sage Publications.
Permana, D., Sari, M., & Wijaya, K. (2022). Perilaku konsumen mahasiswa terhadap warung makan kampus: Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Jurnal Pemasaran dan Konsumen, 9(2), 67-81.
Pratiwi, N., Susanto, E., & Rahman, F. (2022). Dampak ekonomi warung makan terhadap ekonomi lokal di sekitar kampus: Studi kasus universitas negeri. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 18(3), 156-169.
Rahman, S., & Susanto, P. (2023). Potensi bisnis kuliner di lingkungan kampus: Peluang dan tantangan bagi wirausaha muda. Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi, 11(1), 23-36.
Sari, R. P., & Pratama, A. (2021). Karakteristik dan daya tarik warung makan tradisional di era modernisasi. Jurnal Antropologi Ekonomi, 6(2), 89-103.
Silitonga, T., & Manurung, D. (2021). Analisis perilaku konsumen mahasiswa terhadap warung makan di area kampus: Studi pada universitas swasta. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(3), 112-125.
Spradley, J. P. (2021). Participant observation: A guide for fieldwork (3rd ed.). Holt, Rinehart and Winston.
Sugiyono. (2018). Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. Alfabeta.
Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif: Edisi revisi. Alfabeta.
Wijaya, L., Sari, F., & Pratama, R. (2022). Konsep kesederhanaan sebagai daya tarik warung makan tradisional. Jurnal Budaya dan Kuliner, 5(1), 34-48.