

## DAFTAR PUSTAKA

Agustaman. (2007). *Franchise Guide Series 3: Restaurant*. Jakarta: Dian Rakyat.

Hariwijaya, M. (2007). *Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: ElMatera Publishing.

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Erlangga.

Husaini, Usman dan Akbar Purnomo Setiady. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial*, Cet.1, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

Ihsana, Iلمي dan Supriyadi Amir. (2013). *Sukses Memiliki Restoran Tanpa Modal*. Edisi: 1. Jakarta: Laskar Aksara.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi ke 9, Jilid 1, Alih bahasa oleh Tim Mark Plus. PT INDEKS Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke 13, Alih Bahasa Oleh David Octarevia. Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke 13, Jilid 1 & 2, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *“Marketing Management, Fourteenth Edition”*.

Madura, Jeff. (2007). *“Introduction To Business: Pengantar Bisnis”*. Edisi ke-4, Penerbit Salemba empat.

Payne, June dan Monica Theis. (2012). *Food Service Management Principles and Practices*. Pearson.

Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani . (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Ratnasari, Tri Ririn&Mastuti H. Aksa. (2011). Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, Cet. 1, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), CV Alfabeta, Bandung.

Supramono dan Jony Oktavian Haryanto. (2005). Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Wiratmo, Masykur. (1996). Pengantar Kewirasastaan (Kerangka Dalam Memasuki Dunia Bisnis). Edisi pertama, Penerbit BPFE-YOGYAKARTA.

Zeithaml, V.A., Jo Bitner, Mary Glemmler. (2003). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.

Gallagher, Lisa A. dan Theodore C. Alex. (2011). *The Role Of Marketing Mix In Successful Independent Restaurant*. International Journal. Nevada, Las Vegas, USA.

Senjaya Gunawan, Harry. (2014). “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang Di Hayashi Teppan (Survei Terhadap Konsumen Hayashi Teppan Di Food Court BEC)*”. E-Journal Graduate Unpar Part A: Economics, Vol 1 No. 2.

Sudirman, Hilda Yundika. (2013). “*Pengaruh Physycal Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Nasi Bancakan.*” Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia.

[www.marketrends.asia/2013/02/teknik-wawancara-in-depth-interview.html](http://www.marketrends.asia/2013/02/teknik-wawancara-in-depth-interview.html)

[www.angkringaningteras.com](http://www.angkringaningteras.com)



## Lampiran 1.

### Daftar Harga Makanan dan Minuman Angkringan Ing Teras

<b>Aneka Nasi Bungkus</b>		
<b>No</b>	<b>Jenis Nasi Bungkus</b>	<b>Harga</b>
1	Nasi Teri Pedas	Rp 2000,-
2	Nasi Pedho	Rp 2000,-
3	Nasi Jambal	Rp 2000,-
4	Nasi Pindang	Rp 2000,-
5	Nasi Uduk	Rp 2000,-
6	Nasi Goreng	Rp 2000,-
7	Nasi Ayam Bacem	Rp 2000,-
8	Nasi Ayam Bumbu Bali	Rp 2000,-
9	Nasi Ayam Lombok Ijo	Rp 2000,-
10	Nasi Rica Ayam	Rp 2000,-
11	Nasi Oseng Tempe	Rp 2000,-
12	Nasi Krecek	Rp 2000,-
13	Nasi Kikil Lombok Idjo	Rp 2000,-
14	Nasi Bandeng	Rp 2000,-
15	Nasi Babat Gongso	Rp 2000,-
16	Nasi Rendang Daging	Rp 2000,-
17	Nasi Sambel Goreng Kentang	Rp 2000,-
18	Mie Goreng	Rp 2000,-
19	Bihun Goreng	Rp 2000,-

<b>Aneka Minuman</b>		
<b>No</b>	<b>Jenis Minuman</b>	<b>Harga</b>
1	Wedang Uwuh Spesial	Rp 7000,-
2	Wedang Uwuh Spesial + Susu	Rp 8000,-
3	Wedang Jahe Rempah	Rp 7000,-
4	Wedang Jahe Rempah + Susu	Rp 8000,-
5	Wedang Lada Hitam	Rp 7000,-
6	Wedang Ronde	Rp 5000,-
7	Wedang Jahe	Rp 7000,-
8	Wedang Jahe Susu	Rp 5000,-
9	Wedang Jahe Kopi	Rp 5000,-
10	Wedang Jahe The	Rp 5000,-
11	Wedang Jahe Jeruk	Rp 5000,-
12	Coklat	Rp 5000,-
13	Es Coklat	Rp 6500,-
14	Spesial Es Carica	Rp 7000,-
15	Teh Poci	Rp 8000,-
16	Kopi	Rp 4000,-
17	Milo	Rp 4000,-
18	Coffee Mix	Rp 4000,-

<b>Aneka Gorengan</b>		
<b>No</b>	<b>Jenis Gorengan</b>	<b>Harga</b>
1	Martabak	Rp 1500,-
2	Mendoan	Rp 1500,-
3	Tahu Petis	Rp 1500,-
4	Bakwan	Rp 1500,-

<b>5</b>	<b>Pia Udang</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>6</b>	<b>Tahu Isi</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>7</b>	<b>Gembus Goreng</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>8</b>	<b>Siomay Goreng</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>9</b>	<b>Siomay Basah</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>10</b>	<b>Galantin</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>11</b>	<b>Risoles</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>12</b>	<b>Pisang Goreng</b>	<b>Rp 3000,-</b>
<b>13</b>	<b>Pisang Goreng Keju</b>	<b>Rp 4000,-</b>
<b>14</b>	<b>Pisang Karamel</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>15</b>	<b>Tempura</b>	<b>Rp 1500,-</b>

<b>Aneka Sate</b>		
<b>No</b>	<b>Jenis Sate</b>	<b>Harga</b>
<b>1</b>	<b>Sate Ayam</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>2</b>	<b>Sate Telur Puyuh</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>3</b>	<b>Sate Kulit</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>4</b>	<b>Sate Rempela Ati</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>5</b>	<b>Sate Kerang</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>6</b>	<b>Sate Keong</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>7</b>	<b>Sate Sosis</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>8</b>	<b>Cakar Bacem</b>	<b>Rp 2000,-</b>
<b>9</b>	<b>Tahu Bacem</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>10</b>	<b>Gembus Bacem</b>	<b>Rp 1500,-</b>
<b>11</b>	<b>Cakar Ayam Dimsum</b>	<b>Rp 5000,-</b>
<b>12</b>	<b>Kepala Ayam Bacem</b>	<b>Rp 5000,-</b>

Sumber: Angkringaningterras.com

## Lampiran 2.

### INTERVIEW GUIDANCE

Latar belakang <i>stakeholder</i> Angkringan Ing Teras	
Bagaimana pandangan Bapak Mugi sebagai pemilik Angkringan Ing Teras mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya.	
Bagaimana pandangan Bapak Mugi sebagai pemilik usaha Angkringan Ing Teras mengenai persaingan bisnis di bidang kuliner berbentuk rumah makan saat ini.	
Bagaimana pandangan Bapak Mugi mengenai bisnis kuliner “nasikucing” pada umumnya.	
Bagaimana sejarah pendirian bisnis rumah makan Angkringan Ing Teras.	
Apa yang memotivasi Bapak Mugi sebagai pemilik dalam mendirikan bisnis rumah makan Angkringan Ing Teras.	
Mengapa memilih konsep angkringan dalam membangun usaha rumah makan.	
Bagaimana proses penciptaan konsep <i>design</i> dan <i>layout</i> bangunan Angkringan Ing Teras.	
Bagaimana terciptanya ide bisnis unik pada aspek bukti fisik di Angkringan Ing Teras.	
Perkembangan dan perubahan yang dialami Angkringan Ing Teras sejak didirikan hingga	

sekarang.	
-----------	--

### ***Interview Guidance Konsumen***

1. Profil Singkat Konsumen
2. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya
3. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner berbentuk rumah makan saat ini
4. Pandangan konsumen mengenai bisnis kuliner nasi kucing pada umumnya
5. Pendapat tentang Angkringan Ing Teras

### ***Interview Guidance Pengamat Kuliner***

1. Profil singkat pengamat kuliner
2. Pandangan pengamat kuliner mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya
3. Pandangan pengamat kuliner mengenai persaingan bisnis kuliner berbentuk rumah makan saat ini
4. Pandangan pengamat kuliner mengenai bisnis kuliner nasi kucing pada umumnya



### Lampiran 3.

#### Hasil Wawancara dengan pemilik Angkringan Ing Teras

1. Bagaimana latar belakang Bapak Mugi sebagai pemilik Angkringan Ing Teras?

Nama lengkap saya adalah Ir. Mugi Pamungkas Widi Kuncoro , MM. Saya merupakan alumni S1 dari Universitas Diponegoro di jurusan Perikanan dan alumni S2 Magister Management di STIKUBANK Semarang. Ada satu bidang yang saya gemari, bidang tersebut yaitu bidang *Marketing*, sehingga setelah menyelesaikan pendidikan S1 saya ingin mencoba mendalami bidang yang saya gemari tersebut. Saya memiliki pengalaman kerja selama tiga tahun sebagai *Medical* Representatif di dua perusahaan obat PMA. Pekerjaan *Medical* Representatif ini merupakan pekerjaan di bidang *Marketing* yang setiap harinya memasarkan obat-obatan baik ke rumah sakit maupun ke dokter-dokter yang membuka praktek. Setelah tiga tahun berkecimpung di dunia *Medical*, saya merasa cukup mempunyai pengalaman kerja di bidang *Medical*, dan mencoba beralih ke pekerjaan yang berhubungan langsung dengan *Consumer Goods*. Keinginan ini membawa saya ke pekerjaan baru yaitu di Visindo yang merupakan anak perusahaan dari Indofood, Visindo ini merupakan perusahaan yang memproduksi produk makanan bayi yaitu Promina dan Sun. Di Visindo ini saya bekerja kurang lebih satu setengah tahun sebagai sales marketing. Setelah di Visindo ini saya beralih pekerjaan lagi di perbankan, hal ini karena sejak saya SMA saya sudah mengimpikan untuk bekerja di bidang Perbankan. Akhirnya pada tahun 1996 saya bekerja di sebuah bank dan bekerja sebagai sales marketing, karier saya sangat cepat dan menunjukkan progress yang bagus karena pada tahun 1999 saya sudah menjadi pimpinan cabang di bank sampai dengan tahun 2008 dan posisi pekerjaan terakhir saya di bank merupakan sebagai *Vice President*

*Marketing* di bank yang sama akan tetapi berlokasi di Jakarta. Jiwa Marketing saya yang sangat kuat membuat saya termotivasi untuk menjadi wiraswasta, di samping keinginan yang kuat untuk berwiraswasta, pada saat itu terdapat perubahan management di dalam bank yang membuat saya mengajukan pensiun dini pada tahun 2010 tepatnya di bulan Juni dan mencoba untuk mewujudkan keinginan berwiraswasta yang saya miliki. Dengan perhitungan dan persiapan yang matang serta keinginan yang kuat untuk berwiraswasta, akhirnya setelah pensiun saya mulai merintis bisnis Angkringan Ing Teras dan akhirnya pada tanggal 26 Desember 2011 bisnis Angkringan Ing Teras dapat terealisasi dan mulai beroperasi.

2. Bagaimana pandangan Bapak Mugi sebagai pemilik Angkringan Ing Teras mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya?

Bisnis kuliner secara umum merupakan suatu bisnis yang sangat menarik bagi pangsa pasar yang ada. Hal ini dikarenakan setiap manusia memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi dan salah satunya kebutuhan pangan. Karena bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menarik, tentu banyak orang akan mencoba untuk mencari peruntungan di bisnis kuliner sehingga otomatis persaingan di bisnis kuliner menjadi ketat dan secara umum bisnis kuliner akan terus berkembang. Ketatnya persaingan di bisnis kuliner tidak perlu dikhawatirkan karena masing-masing bisnis kuliner pasti memiliki keunggulan sendiri yang bisa diandalkan dalam menghadapi ketatnya persaingan di bisnis kuliner. Selain itu, diperlukan ketahanan yang kuat bagi siapa saja yang akan menekuni bisnis kuliner agar dapat bertahan di dalam persaingan.

3. Bagaimana pandangan Bapak Mugi sebagai pemilik Angkringan Ing Teras mengenai persaingan bisnis di bidang kuliner berbentuk rumah makan saat ini?

Walaupun persaingan bisnis kuliner sangat ketat khususnya bisnis kuliner yang berbentuk rumah makan, akan tetapi masih sangat terbuka atau masih banyak kesempatan untuk ikut serta dalam persaingan di bisnis kuliner melihat besarnya populasi penduduk di Kota Semarang yang sangat besar. Selain itu bisnis kuliner berbentuk rumah makan pasti mempunyai target dan segmen pasar tersendiri dan masih akan terus berkembang seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat, jadi menurut saya apapun bisnis kuliner yang akan kita bentuk, pasti akan tetap menarik konsumen selama prinsip-prinsip *marketing* tetap dijalankan dengan baik.

4. Bagaimana pandangan Bapak Mugi mengenai bisnis kuliner “nasi kucing” pada umumnya?

Bisnis kuliner “nasi kucing” sudah ada sejak lama dan dikenal dengan berbagai istilah yaitu “hik”, “wedangan”, “kucingan”, “angkringan” dan sebagainya serta sudah mempunyai pasar sendiri yang fanatik dengan “nasi kucing”. Di Kota Semarang ini terdapat banyak sekali pelaku usaha bisnis “nasi kucing”, akan tetapi secara umum mereka berjualan dengan cara yang sederhana dengan menggunakan lokasi di pinggir jalan atau trotoar dan menggunakan tenda kecil serta bangku yang seadanya dan juga menggunakan tikar untuk lesehan tanpa memperhatikan kebersihan lingkungan tempat bisnis “nasi kucing” tersebut. Pada bisnis kuliner “nasi kucing” ini menyediakan varian makanan yang familiar seperti nasi teri, nasi uduk, dan sebagainya dengan dibungkus kertas koran pada umumnya. Karena kesederhanaan dan harga yang terjangkau, bisnis “nasi kucing”

mempunyai penggemar yang cukup banyak dan memiliki segmentasi dan pasar yang merata. Apabila di *café* identic dengan konsumen anak-anak muda, di “kucingan” atau “angkringan” konsumennya tidak terbatas mulai dari anak-anak, remaja, keluarga, sehingga mencakup konsumen secara keseluruhan atau dapat dibidang memiliki pasar yang luas dan potensial.

#### 5. Bagaimana sejarah pendirian bisnis rumah makan Angkringan Ing Teras?

Melihat potensi yang sangat besar dari bisnis kuliner “nasi kucing” maka saya melakukan survey selama kurang lebih satu bulan ke berbagai tempat yang berjualan “nasi kucing”. Di dalam ilmu *marketing* ada istilah yang disebut *atm*, yaitu *amati*, *tiru*, dan *modifikasi*. Yang saya *amati* pada saat survei ada banyak hal misalnya seperti tempat usaha tersebut didirikan, cara menyajikan hidangan, bentuk kemasan, produk unggulan apa saja yang ditawarkan, harga, serta perilaku dari konsumen. Dari pengamatan dan survei yang sudah dilakukan, saya mendapatkan ide untuk merubah konsep “kucingan” atau angkringan yang selama ini dikenal sebagai bisnis *retail* menjadi sebuah industri “kucingan” atau angkringan. Untuk mewujudkan hal tersebut saya sadari tentu membutuhkan strategi yang tepat, diperlukan sebuah tempat yang lebih nyaman dengan kapasitas yang cukup besar. Dari segi penyajian juga harus dilakukan perubahan yang berbeda dari penyajian yang biasa terdapat di “kucingan” atau angkringan pada umumnya, demikian juga dengan kemasan harus dikemas dengan kemasan yang lebih menarik dan lain dari pada angkringan pada umumnya, tentu dengan harga yang sedikit lebih mahal dibanding angkringan pada umumnya tetapi tidak jauh berbeda. Setelah melakukan survei dan pengamatan ke berbagai angkringan, saya melakukan persiapan selama kurang lebih lima bulan mengutamakan persiapan fisik bangunan terlebih dahulu, dengan *men-design* bangunan bernuansa khas angkringan yang tradisional serta memberikan *accessories* yang bernuansa angkringan untuk mendukung layout bangunan serta menciptakan suasana Angkringan yang khas. Sehingga pada tanggal 26 Desember 2011

Angkringan Ing Teras di Jalan Puspanjolo Selatan 28 mulai beroperasi dan resmi dibuka.

6. Apa yang memotivasi Bapak Mugi sebagai pemilik Angkringan Ing Teras dalam mendirikan bisnis rumah makan Angkringan Ing Teras.

Motivasi saya dalam mendirikan Angkringan Ing Teras ini yang pertama adalah dari diri saya sendiri, keinginan untuk berwiraswasta yang kuat dari diri saya membuat saya termotivasi untuk membuat suatu bisnis yang potensial. Yang kedua adalah melihat pangsa pasar di bisnis kuliner di Kota Semarang ini sangat besar, membuat saya semakin termotivasi untuk mendirikan sebuah bisnis kuliner yang dapat mencakup segala macam segmen pasar. Populasi penduduk Kota Semarang yang sangat besar merupakan potensi pasar yang potensial, tentu diperlukan konsep pemasaran yang matang agar pangsa pasar yang sangat besar dan luas di Kota Semarang ini dapat menjadi pelanggan di bisnis kuliner yang akan saya rintis. Dari hasil survei dan pengamatan di beberapa lokasi angkringan yang sederhana dari segi penyajian, tempat, dan kemasan akan tetapi tetap ramai dan diminati banyak pembeli, maka saya memiliki kesimpulan apabila saya mampu membuat suatu konsep angkringan yang lebih baik lagi dari segi penyajian, tempat, dan kemasan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, tentu akan menjadi lebih ramai dan banyak diminati serta membuat bisnis angkringan menjadi lebih luas pasarnya dan menjadi bisnis yang sangat menjanjikan.

7. Mengapa memilih konsep angkringan dalam membangun usaha rumah makan?

Dalam memilih tempat untuk makan, kebanyakan orang mempertimbangkan berbagai hal seperti tempatnya yang nyaman, jenis makanan yang variatif, serta harga yang terjangkau. Angkringan merupakan sebuah bentuk atau konsep rumah

makan yang segmen pasarnya merata, dengan segmen pasar yang dapat dicakup oleh angkringan, tentu potensi bisnis kuliner angkringan untuk menjadi sebuah usaha yang besar akan menjadi lebih terbuka. Selain itu tidak sedikit orang-orang yang menggemari menu makanan tradisional yang dianggap lebih sehat dan memiliki citarasa yang tinggi dengan harga yang terjangkau. Maka dari itu, konsep angkringan dengan menu makanan “nasi kucing” yang beragam serta berbagai macam minuman tradisional yang mulai memiliki banyak penggemar, dapat dipastikan rumah makan dengan konsep tradisional berbentuk angkringan dengan hidangan tradisional mempunyai potensi untuk berkembang dengan pesat, karena tidak hanya menawarkan hidangan yang memiliki citarasa tinggi dan beraneka ragam akan tetapi juga menawarkan kenyamanan tempat makan serta suasana makan yang santai.

8. Bagaimana proses penciptaan konsep *design* tempat dan *layout* bangunan Angkringan Ing Teras?

Penciptaan konsep *design* tempat dan *layout* bangunan berawal dari survei yang saya lakukan ke berbagai angkringan atau “kucingan” yang ada di Semarang. Di Angkringan Ing Teras ini saya ingin mencoba menciptakan sebuah konsep baru angkringan dengan penggabungan beberapa konsep angkringan atau kucingan yang sudah saya amati, mulai dari design tempatnya, penyajiannya, dan varian hidangan yang ditawarkan, Dari konsep tempat di Angkringan Ing Teras ini saya memiliki ide untuk membuat Angkringan dalam bentuk lesehan terbuka, dengan lesehan terbuka akan tercipta konsep *homey* yang santai dan nyaman karena suasananya seperti kita sedang duduk dan menikmati hidangan di teras rumah sendiri. Selain itu saya juga ingin menciptakan konsep lainnya yaitu menciptakan suasana angkringan yang khas jaman dulu dengan dipasangnya foto-foto mengenai perkembangan kuliner di Kota Semarang dan artikel-artikel mengenai angkringan yang ditempel di tiang-tiang kayu penyangga bangunan



Angkringan Ing Teras. Konsep-konsep tersebut saya gabungkan dan saya kombinasikan sehingga tercipta Angkringan Ing Teras dengan konsep *design* tempat dan *layout* bangunan yang sedemikian rupa.

9. Bagaimana terciptanya ide bisnis unik pada aspek bukti fisik di Angkringan Ing Teras?

Ide bisnis Angkringan Ing Teras tercipta dari saya sendiri dan terciptanya ide bisnis unik Angkringan Ing Teras pada aspek bukti fisiknya tercipta dari survey dan pengamatan di beberapa angkringan atau “kucingan” dengan menggabungkan konsep dari beberapa angkringan atau “kucingan” baik konsep tempat maupun penyajian.

10. Perkembangan dan perubahan yang dialami Angkringan Ing Teras sejak didirikan hingga sekarang.

Perkembangan yang dialami Angkringan Ing Teras sejak buka hingga sekarang ini sangat positif dan sangat bagus, dari penyajian dan varian hidangan yang ditawarkan semakin bertambah setiap harinya yang pada saat awal buka hanya menyediakan 200 bungkus nasi, sekarang setiap harinya Angkringan Ing Teras menyediakan nasi bungkus sebanyak 700-800 bungkus. Penyajian hidangan pun semakin tertata dengan rapi setiap harinya. Pengembangan untuk menambah kapasitas tempat bagi konsumen juga masih terus berjalan hingga sekarang, pada awalnya Angkringan Ing Teras hanya menyediakan tempat lesehan untuk pengunjung yang datang, akan tetapi karena semakin bertambahnya pengunjung dari hari ke hari maka tidak akan mencukupi jika hanya lesehan saja, walaupun pengunjung yang datang lebih menyukai lesehan karena dirasa lebih nyaman, tetapi apabila kondisi Angkringan Ing Teras sedang ramai pengunjung tetap tidak akan mencukupi. Maka dari itu saya menambahkan beberapa meja kursi yang terletak di sebelah lesehan dan di bagian belakang Angkringan Ing Teras.

11. Alasan memilih dan melakukan inovasi konsep angkringan tradisional menjadi konsep Angkringan Ing Teras yang sekarang ini

Inovasi konsep dari angkringan tradisional menjadi konsep Angkringan Ing Teras dilakukan karena melihat pasar dari bisnis kuliner angkringan sangat besar. Terkadang konsumen menggemari angkringan tetapi tidak nyaman saat berada di angkringan karena tempatnya yang kebanyakan tidak bersih dan kurang nyaman sehingga terkadang membuat konsumen enggan ke angkringan. Dari hal ini saya mencoba mengamati dan mencoba mencari dan membuat inovasi konsep angkringan yang dapat mencakup semua segmen pasar, sehingga konsumen tidak ragu-ragu untuk ke angkringan karena inovasi konsep angkringan dengan tempat yang lebih nyaman dan dengan penyajian hidangan yang higienis.

12. Alasan menggabungkan semua hidangan pada satu tempat penyajian hidangan dalam sebuah meja besar

Tujuan dari penggabungan penyajian hidangan pada satu tempat dalam sebuah meja besar adalah untuk menciptakan *image* kepada konsumen bahwa dengan satu meja besar konsumen dapat melihat secara langsung komposisi jumlah hidangan yang banyak dan beragam. Karena menurut saya dalam pemasaran apabila konsumen melihat hidangan yang menarik, lengkap, dan beragam maka akan menimbulkan nilai positif dan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen serta memunculkan *mindset* bahwa Angkringan Ing Teras merupakan angkringan yang lengkap dan unik. Selain itu konsumen yang datang dapat dengan mudah mengikuti alur yang sudah dibuat dengan memilih hidangan yang diinginkan pada meja saji dan langsung melakukan transaksi pembayaran sekaligus memesan minuman pada meja kasir yang berada tepat disebelah meja saji.. Apabila penyajian hidangan dipisahkan antara satu dengan yang lain dengan tempat yang



berbeda maka akan menjadi kurang menarik dan tidak efektif serta akan menyulitkan konsumen dalam memilih hidangan tentunya apabila penyajian hidangan dibuat terpisah.

13. Lahan parkir terlihat kurang memadai, apakah ada rencana untuk menambah lahan parkir atau tidak? Atau memang disengaja agar terlihat ramai dan untuk menunjukkan ciri khas angkringan ?

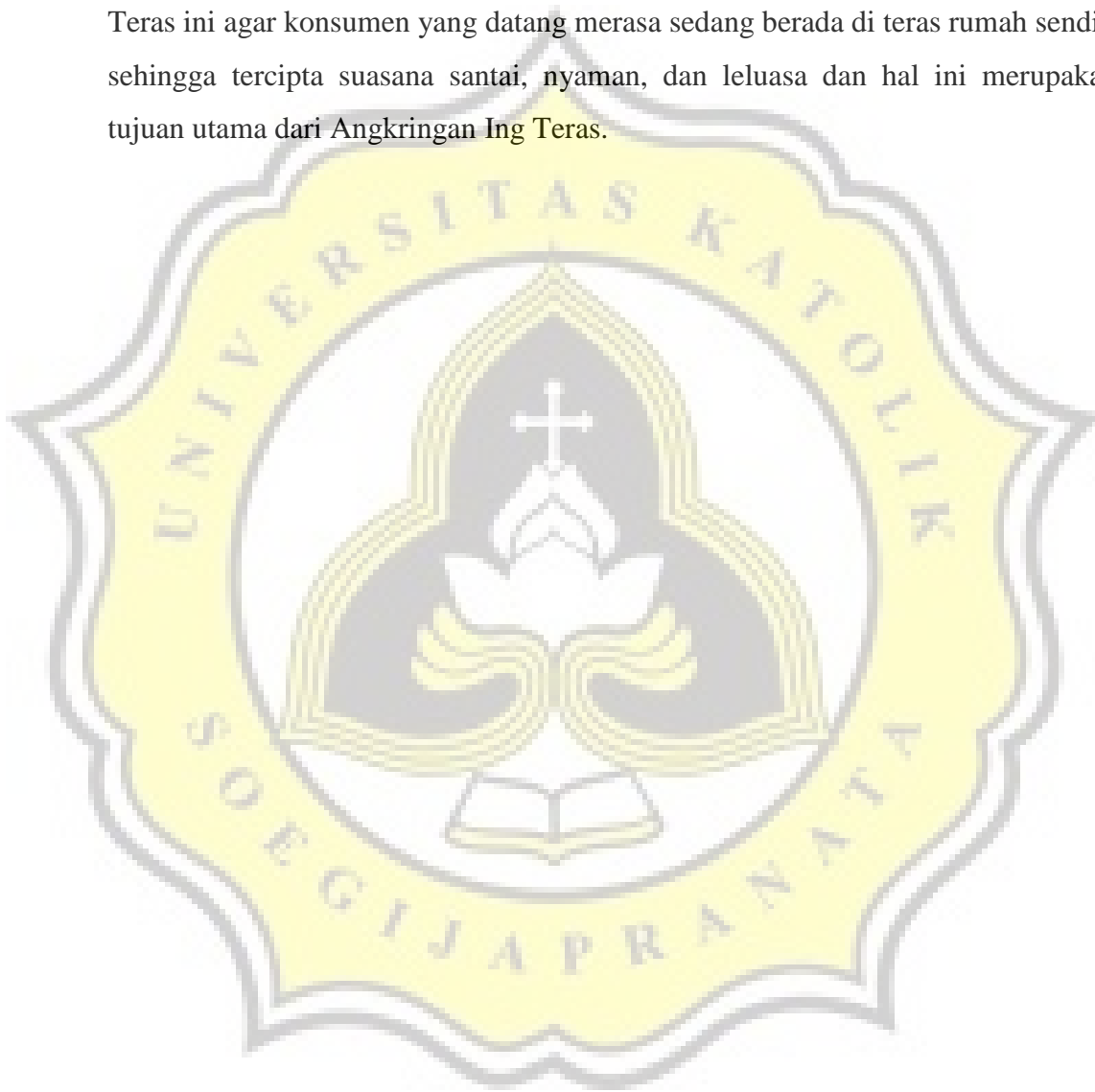
Memang ada sedikit kendala pada tempat parkir karena Angkringan Ing Teras setiap harinya ramai. Hal ini menjadikan Angkringan Ing Teras ini buka dan beroperasi lebih awal yang seharusnya buka pukul 17.00 menjadi pukul 16.00, hal ini diharapkan konsumen dapat memperkirakan waktu untuk datang ke Angkringan Ing Teras. Ini merupakan salah satu cara agar tempat parkir tetap ramai tetapi tidak menumpuk karena waktu buka dan beroperasi Angkringan Ing Teras lebih panjang. Untuk penambahan lahan parkir memang tidak direncanakan karena memang sudah tidak memungkinkan, selain itu tempat parkir yang sekarang dipertahankan untuk bagian dari strategi pemasaran, karena semakin ramai tempat parkir suatu bisnis kuliner menunjukkan bahwa bisnis kuliner tersebut menarik dan juga akan menimbulkan rasa penasaran dan ingin mencoba serta menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen.

14. Mengapa ada fasilitas hiburan *live music*? Apakah dari permintaan konsumen atau inisiatif pemilik?

Fasilitas hiburan *live music* hanya merupakan sarana pendukung dan tidak menjadi hal yang vital di angkringan ing teras ini. Fasilitas hiburan *live music* di angkringan ing teras memang inisiatif dari pemilik dan sudah menjadi rencana akan tetapi diadakan hanya apabila ada permintaan dari konsumen dan hanya pada saat ada event-event tertentu saja yang diselenggarakan di angkringan ing teras.

## 15. Konsep homey dijelaskan lebih jelas dan detail

Angkringan identik dengan suasana santai dan bukan suasana formal seperti di restoran, maka dari itu saya membuat konsep dan mendesain Angkringan Ing Teras ini agar konsumen yang datang merasa sedang berada di teras rumah sendiri sehingga tercipta suasana santai, nyaman, dan leluasa dan hal ini merupakan tujuan utama dari Angkringan Ing Teras.



## Hasil Wawancara dengan Konsumen Angkringan Ing Teras

### **Konsumen 1**

Nama : Gladiasmoro

Usia : 22 tahun

Pendidikan : Mahasiswa jurusan Geografi di Universitas Negeri Semarang

#### 1. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya

Menurut saya persaingan bisnis kuliner di Kota Semarang sangat ketat dan bervariasi, sehingga masyarakat mempunyai banyak pilihan dan dapat membandingkan antara bisnis kuliner yang satu dengan yang lain. Hal ini membuat para pelaku bisnis kuliner harus inovatif agar dapat bersaing.

#### 2. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner berbentuk rumah makan

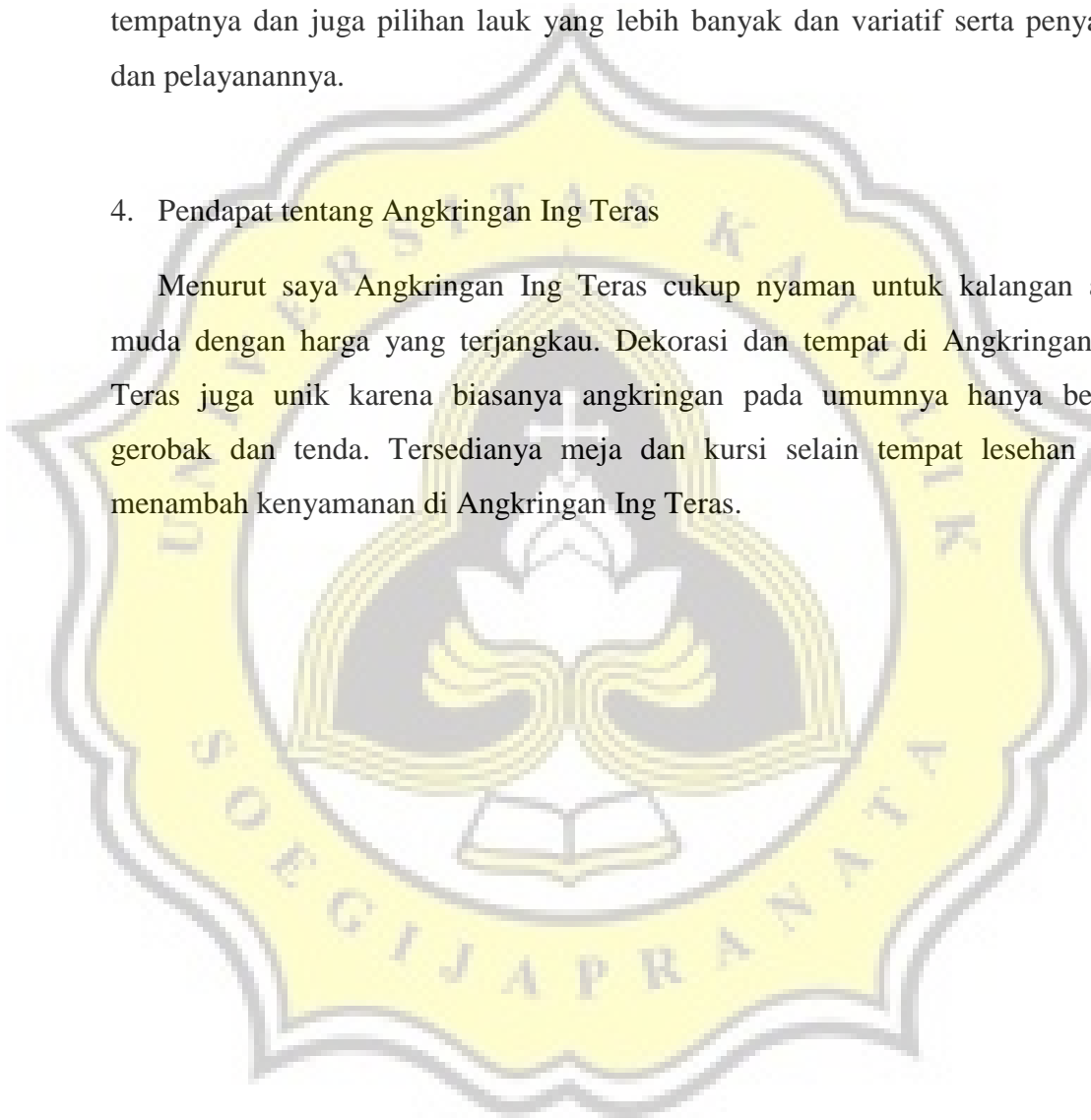
Bisnis kuliner rumah makan adalah bisnis yang menjanjikan apabila dapat dikelola dengan baik. Terkadang konsumen masih sulit untuk memilih mana rumah makan yang mempunyai citarasa dan pelayanan yang bagus, hal ini membuat para pelaku bisnis kuliner rumah makan bersaing untuk memberikan citarasa dan pelayanan yang terbaik.

### 3. Pandangan konsumen mengenai bisnis kuliner nasi kucing pada umumnya

Bisnis nasi kucing pada umumnya hampir sama dengan nasi yang tidak terlalu banyak dan lauk yang bervariasi, dan yang menjadi pembeda biasanya dari tempatnya dan juga pilihan lauk yang lebih banyak dan variatif serta penyajian dan pelayanannya.

### 4. Pendapat tentang Angkringan Ing Teras

Menurut saya Angkringan Ing Teras cukup nyaman untuk kalangan anak muda dengan harga yang terjangkau. Dekorasi dan tempat di Angkringan Ing Teras juga unik karena biasanya angkringan pada umumnya hanya berupa gerobak dan tenda. Tersedianya meja dan kursi selain tempat lesehan juga menambah kenyamanan di Angkringan Ing Teras.



## **Konsumen 2**

Nama : Ferdy

Usia : 22 tahun

Pendidikan : Mahasiswa jurusan manajemen di Universitas Katolik Soegijapranata

### 1. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya

Persaingan bisnis kuliner di Kota Semarang sangat banyak dan banyak pesaing sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Menurut saya hanya pelaku bisnis kuliner yang memiliki motivasi yang besar yang dapat bertahan dan berkembang bisnis kulinernya.

### 2. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner berbentuk rumah makan

Bisnis kuliner rumah makan juga sangat ketat persaingannya, apabila hidangan, pelayanan dan kebersihan sebuah rumah makan dijaga pasti bisnis kuliner rumah makan akan tetap diminati oleh konsumen.

### 3. Pandangan konsumen mengenai bisnis kuliner nasi kucing pada umumnya

Nasi kucing pada umumnya hampir sama dengan menggunakan gerobak dan tenda-tenda serta kursi kayu panjang dan tempatnya biasanya kotor dan menurut saya kurang nyaman.

#### 4. Pendapat tentang Angkringan Ing Teras

Menurut saya cukup bagus untuk bisnis nasi kucing, karena Angkringan Ing Teras mempunyai tempat yang modern dengan dekorasi yang unik dan menarik ditambah dengan tempat lesehan serta meja kursi yang disediakan.



### **Konsumen 3**

Nama : Rian

Usia : 21 tahun

Pendidikan : Mahasiswa manajemen di Universitas Diponegoro

1. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya

Menurut saya bisnis kuliner di Kota Semarang sangat pesat perkembangannya dan persaingannya sangat ketat.

2. Pandangan konsumen mengenai persaingan bisnis kuliner berbentuk rumah makan

Menurut saya bisnis kuliner rumah makan sangat banyak di Kota Semarang, bisnis kuliner rumah makan tidak hanya menawarkan hidangan dan citarasa yang menarik tetapi juga kenyamanan dan kebersihan harus diperhatikan untuk kenyamanan konsumen.

3. Pandangan konsumen mengenai bisnis kuliner nasi kucing pada umumnya

Bisnis kuliner nasi kucing sangat bagus dan menjanjikan karena yang kita perlukan adalah rumah makan yang sesuai dengan kantong mahasiswa. Menurut saya bisnis kuliner nasi kucing yang baik tidak hanya menawarkan hidangan yang variatif dan citarasa yang bagus akan tetapi harus memperhatikan kebersihan tempat.

#### 4. Pendapat tentang Angkringan Ing Teras

Menurut saya Angkringan Ing Teras mempunyai hidangan yang beragam dan saya menyukai konsep dan kebersihan di Angkringan Ing Teras. Konsep Angkringan Ing Teras unik karena berada di depan rumah.





## Hasil Wawancara dengan pakar kuliner

Nama : Ivon Elizabeth Fernandez S.Si , M.sc

Profesi : Dosen Teknik Pangan Unika Soegijapranata khusus Program Konsentrasi Nutrisi dan Teknologi Kuliner.

### 1. Pandangan pakar kuliner mengenai persaingan bisnis kuliner pada umumnya

Menurut saya Kota Semarang sangat tertinggal di bidang kuliner dibandingkan kota-kota lain seperti Jakarta dan Surabaya, hal ini dikarenakan masyarakat Kota Semarang dapat dibilang kurang konsumtif dan lebih memilih makan di rumah daripada makan di luar tidak seperti masyarakat Kota Jakarta dan Surabaya yang cenderung konsumtif dan lebih sering makan di luar atau dengan kata lain lebih sering jajan di luar daripada di rumah. Akan tetapi sekarang ini perkembangan bisnis kuliner di Kota Semarang sudah semakin pesat karena sekarang sudah dapat dilihat banyak bermuculan restoran atau rumah makan baru di Kota Semarang.

### 2. Pandangan pakar kuliner mengenai persaingan bisnis kuliner berbentuk rumah makan

Pembagian jenis bisnis kuliner dapat dilihat dari target pasarnya, seperti bisnis kuliner kaki lima konsumen tidak terlalu memperhatikan rasa, akan tetapi lebih memperhatikan pada harga. Sedangkan untuk jenis bisnis kuliner restoran atau rumah makan, konsumen selalu mengutamakan citarasa terlebih dahulu karena apabila konsumen mendapatkan citarasa hidangan yang sesuai dengan selera maka konsumen maka konsumen akan berani membayar mahal. Jadi menurut

saya persaingan bisnis kuliner rumah makan tergantung dari segmen mana yang dituju.

### 3. Pandangan pakar kuliner mengenai bisnis kuliner nasi kucing pada umumnya

Nasi kucing mempunyai konsep yang tradisional, dari segi tempat bisnis kuliner nasi kucing memiliki tempat yang terbatas. Hal ini dikarenakan bisnis kuliner nasi kucing menawarkan hidangan dengan porsi yang sedikit jadi konsumen yang datang pada umumnya tidak akan berlama-lama pada saat makan di nasi kucing sehingga tempat yang terbatas menjadi tidak masalah karena dapat bergantian dengan konsumen lain. Angkringan atau nasi kucing pada dulunya berbentuk tenda-tenda, tetapi sekarang ini angkringan atau nasi kucing sudah berubah dengan konsep baru yaitu konsep rumah makan tetapi tetap disebut angkringan dengan nasi kucing sebagai menu utamanya karena dari harga terjangkau dengan porsi yang sedikit. Dari segi penjualan, bisnis nasi kucing kuantitas dari hidangan, yang berarti semakin banyak menyediakan dan menjual nasi kucing maka keuntungan yang didapat akan semakin banyak.







