

Analisis Perbedaan *Trend* Harga Antara Warung Nasi Padang dan Warteg

Aqmal Maulana Sidik^{1*}, Tadkirotun Nakiya², Syamsul Hidayat⁴

¹⁻⁴Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Korespondensi penulis: aqmalmaulana00@gmail.com*

Abstract. *This study is about price trends in two traditional Indonesian food stalls between Warung Nasi Padang and Warteg. Based on a survey of 51 customers, they found that price differences can be caused by basic factors; operational costs, raw material prices and consumer preferences. The result of this study is that the characteristics of Nasi Padang can be seen in stable prices and competitive strategies, while the characteristics of Warteg are more affordable and flexible. This difference affects the management strategy, which provides suggestions to improve productivity and competitive pricing.*

Keywords: *Nasi Padang, Price trends, traditional food, Warteg*

Abstrak. Penelitian ini mengenai tren harga pada dua warung makan tradisional khas Indonesia antara Warung Nasi Padang dan Warteg. Berdasarkan survei terhadap 51 pelanggan, mereka menemukan perbedaan harga dapat disebabkan oleh faktor dasar; biaya operasional, harga bahan baku dan preferensi konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah karakteristik Nasi Padang dapat dilihat dari harga yang stabil dan strategi bersaing, sedangkan karakteristik Warteg lebih terjangkau dan fleksibel. Perbedaan ini mempengaruhi strategi manajemen, yang memberikan saran untuk meningkatkan produktivitas dan harga yang kompetitif.

Kata kunci: Nasi Padang, Harga, makanan tradisional, Warteg

1. LATAR BELAKANG

Nasi Padang dan warteg masakan tradisional yang merupakan bagian dari ekosistem makanan di Indonesia. Keduanya memiliki pendekatan yang unik dalam hal distribusi makanan yang terjangkau dan berkualitas, namun juga ditandai dengan dinamika perubahan harga yang signifikan. Warung nasi Padang, yang diidentikkan dengan masakan Sumatra Barat, dan warteg, nama umum bagi mereka yang menjual makanan Jawa, kini menghadapi garis tren yang kontras. Fenomena ini menunjukkan sifat multifaset dari tantangan di sektor ekonomi kuliner skala kecil, di mana berbagai faktor seperti biaya operasional dan biaya bahan baku serta perubahan preferensi konsumen terkait dengan strategi penetapan harga. Dalam artikel yang diterbitkan di Mojok.co, dikatakan bahwa varians dalam tingkat harga endemik sebagian besar dijelaskan oleh tekanan pada warteg yang berasal dari peningkatan biaya bahan baku dan biaya operasional, sementara warung nasi padang berusaha untuk mempertahankan harga yang menarik bagi konsumen.

Demikian pula, studi Winarno & Suryanto dalam Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kontemporer menekankan bahwa perbedaan harga juga merupakan fungsi dari faktor sosial dan budaya lainnya, termasuk lokasi dan konsumen. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut

harus dianalisis untuk memahami variabel dependen dari perbedaan harga antara warung nasi padang dan warteg, dan oleh karena itu, menjadi variabel independen.

2. KAJIAN TEORITIS

Sebagai hasil kajian teoritis, penelitian ini memusatkan perhatian pada faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan harga di sektor kuliner tradisional, terutama warung nasi Padang dan warteg. Beberapa teori dan penelitian terkait yang secara konseptual membimbing analisis ini mencakup berbagai teori.

Teori Biaya Produksi

Menurut Mankiw, biaya produksi berdasarkan teori ekonomi mikro adalah biaya seorang peneliti termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan operasional yang pada akhirnya menentukan harga jual. Dalam konteks sektor yang dipelajari, kenaikan beras, daging, dan bumbu dapat memengaruhi peningkatan biaya makanan. Pada titik yang sama, studi oleh Rahardja dan Manurung menunjukkan bahwa harga bahan pokok sangat memengaruhi sektor pemasaran kuliner skala kecil.

Teori Permintaan dan Penawaran

Pasar yang sehat dan dinamis mencakup permintaan dan penawaran dan meminimalkan variasi harga. Konsumen warung lebih bijak dan riset kami yang dilakukan setelah wawancara menunjukkan bahwa warung nasi Padang meningkatkan porsi makanan dan warteg mengurangi variasi makanan.

Pengaruh Lokasi dan Segmentasi Pasar

Sebaliknya, penyesuaian harga tetap berjalan di . Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga ditentukan oleh lokasi bisnis dengan biaya sewa yang lebih tinggi dan segmentasi pasar. Sebagai contoh, nasi Padang biasanya menyasar segmen di atas menengah, sementara warteg menyasar segmen di bawah menengah.

Strategi Penetapan Harga Psikologis

Pricing psychological. Pricing psychological juga memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen. Misalnya, memasang harga di akhir angka, yaitu Rp9.999. secara psikologis membantu mendorong persepsi konsumen tentang nilai produk tanpa melakukan peningkatan harga yang signifikan Monroe, 2003.

Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya. Price value antara lain dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, seperti kebiasaan makan atau tradisi pada suatu masyarakat. Pembeli memilih warung yang sejalan dengan selera dan individualitas mereka. Nasi padang lebih diminati oleh

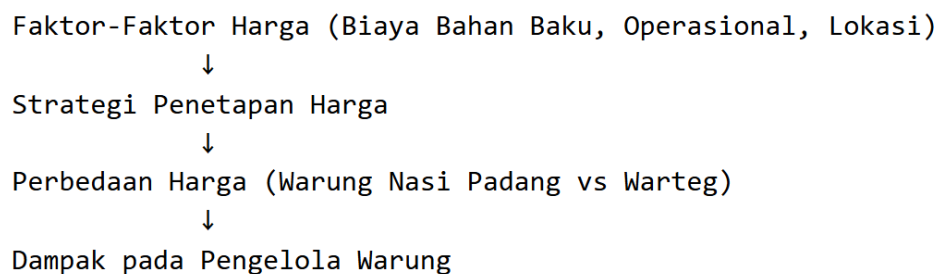
kelompok food adventurer, sedangkan warteg lebih digemari karena harganya bersahabat dan porsi yang banyak.

Dari kajian tentang harga tersebut, karya ini mencoba menjelaskan dinamika harga. Secara khusus, karya ini berfokus pada sektor kuliner konvensional, yakni warung nasi Padang dan warteg yang mengkulturisasikan bagaimana beberapa faktor ekonomi, sosial, dan budaya berinteraksi untuk membentuk price value.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori di atas, penelitian ini mengembangkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

- **Input:** Faktor-faktor yang memengaruhi harga, seperti biaya bahan baku, biaya operasional, lokasi, dan preferensi konsumen.
- **Proses:** Analisis perbedaan strategi penetapan harga antara warung nasi Padang dan warteg.
- **Output:** Perbedaan tren harga dan dampaknya terhadap pengelola warung.
- Diagram Kerangka Pemikiran:



Gambar 1. Diagram Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan kajian teoritis dan kerangka pemikiran, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- **H1:** Biaya bahan baku dan biaya operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap perbedaan harga antara warung nasi Padang dan warteg.
- **H2:** Strategi penetapan harga warung nasi Padang lebih efektif dalam menjaga loyalitas konsumen dibandingkan warteg.
- **H3:** Perbedaan lokasi dan preferensi konsumen turut memengaruhi perbedaan harga antara warung nasi Padang dan warteg.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif karena bertujuan untuk menggambarkan perbedaan tren harga antara nasi padang dan warteg serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pola konsumsi makanan dan minuman, termasuk persepsi konsumen terhadap tingkat harga makanan lokal. Profil populasi dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut:

- Konsumen yang memiliki pengetahuan tentang nasi padang dan warteg.
- Konsumen yang minimal pernah membeli makanan dari nasi padang dan warteg minimal dua kali selama tiga bulan terakhir.
- Usia responden antara 18 hingga 45 tahun dengan asumsi bahwa kelompok usia ini merupakan mayoritas konsumen makanan tradisional.

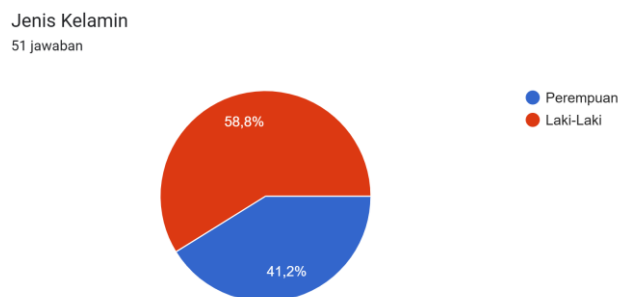
Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, yang menggunakan teknik purposive sampling. Sebanyak 51 responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner. Data tersebut diolah dan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak statistik untuk mendapatkan distribusi frekuensi, persentase, dan interpretasi. Metodologi Penelitian ini menggunakan metodologi survei yang mencakup pengumpulan informasi melalui kuesioner dengan pertanyaan tertutup dan terbuka. Survei dilakukan sepanjang bulan Desember 2023, dengan target populasi penduduk perkotaan. Populasi sasaran

Pengolahan Data

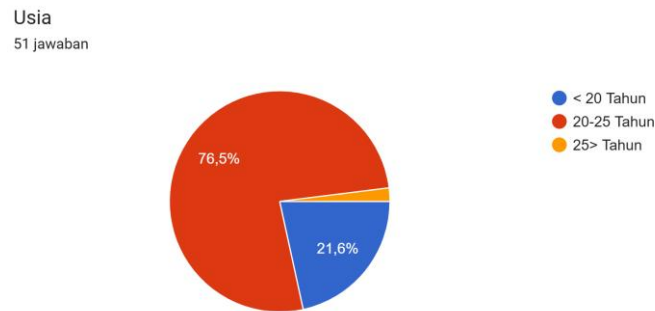
Data Responden



Gambar 2.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan dari 51 responden, distribusi jenis kelamin menunjukkan bahwa laki-laki berjumlah 30 responden atau sebesar 58,8%, sedangkan perempuan berjumlah 21 responden atau sebesar 41,2%. Hasil ini mengindikasikan bahwa laki-laki mendominasi dalam pengisian kuisisioner ini, baik karena faktor ketertarikan terhadap topik

penelitian maupun karakteristik demografis dari populasi yang menjadi sasaran. Proporsi ini memberikan gambaran penting untuk analisis lebih lanjut terkait aspek gender dalam penelitian ini.



Gambar 3.

Berdasarkan hasil kuisioner dari 51 responden, distribusi usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 20-25 tahun, yaitu sebanyak 39 orang atau 76,5% dari total responden. Sementara itu, responden dengan usia di bawah 20 tahun berjumlah 11 orang (21,6%), dan responden dengan usia di atas 25 tahun berjumlah 1 orang (2%). Hasil ini menunjukkan bahwa kelompok usia 20-25 tahun sangat dominan dalam penelitian ini, yang kemungkinan mencerminkan karakteristik populasi target atau tingkat partisipasi yang lebih tinggi dari kelompok usia tersebut. Distribusi usia yang tidak merata ini memberikan wawasan penting untuk memahami keterkaitan antara usia dan tema penelitian yang diangkat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Konsumsi Makanan



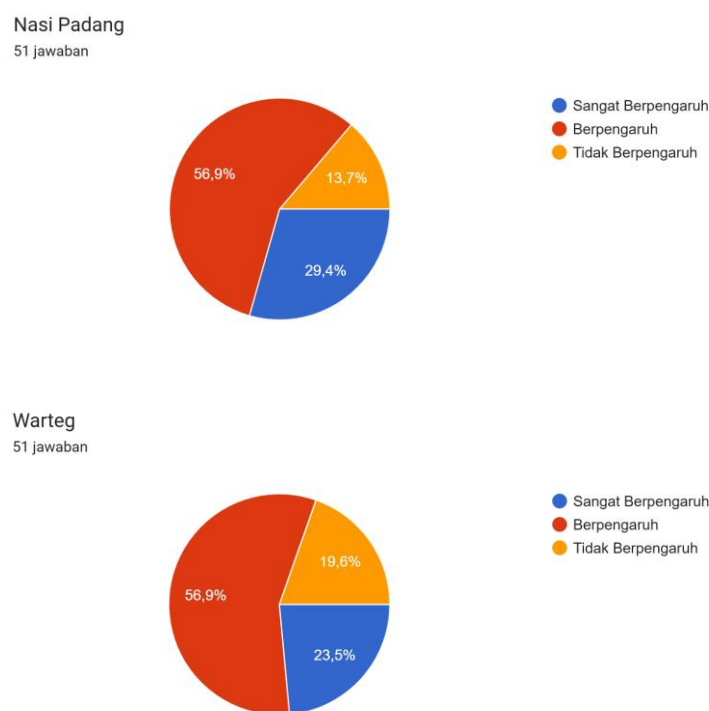
Gambar 4.

Berdasarkan hasil kuesioner, tanggapan terhadap pernyataan "Apakah Anda Sering Makan Di:" menunjukkan bahwa 64,7% responden (33 orang) lebih sering makan di warung nasi Padang, sementara 35,3% responden (18 orang) memilih warteg. Hasil ini

mengindikasikan bahwa warung nasi Padang sedikit lebih populer di kalangan responden sebagai pilihan tempat makan dibandingkan warteg.

Berdasarkan hasil kuesioner tentang frekuensi makan di nasi Padang atau warteg dari 51 responden, sebanyak 22 orang (43,1%) makan lebih dari 3 kali seminggu, 13 orang (25,5%) makan 1-3 kali seminggu, dan 16 orang (31,4%) makan kurang dari 3 kali seminggu. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki frekuensi makan yang cukup tinggi di kedua jenis warung makan tersebut, dengan hampir separuh responden mengunjungi warung makan ini lebih dari 3 kali dalam seminggu.

Persepsi Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Harga



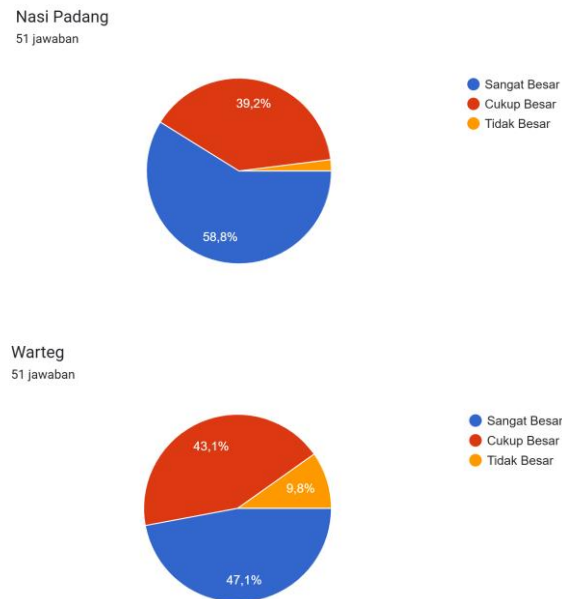
Gambar 5

Berdasarkan hasil kuesioner, tanggapan terhadap pernyataan "Menurut Anda, apakah biaya operasional memengaruhi harga makanan" untuk nasi Padang menunjukkan bahwa 29,4% responden (15 orang) menyatakan sangat berpengaruh, 56,9% responden (29 orang) menyatakan berpengaruh, dan 13,7% responden (7 orang) memberikan tanggapan tidak berpengaruh.

Sementara untuk warteg, sebanyak 23,5% responden (12 orang) menyatakan sangat berpengaruh, 56,9% responden (29 orang) menyatakan berpengaruh, dan 19,6% responden (10 orang) memberikan tanggapan tidak berpengaruh. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden meyakini bahwa biaya operasional memengaruhi harga makanan di kedua jenis

warung. Secara keseluruhan, responden cenderung sepakat bahwa biaya operasional berperan dalam menentukan harga makanan, meskipun ada sedikit perbedaan dalam tingkat pengaruh yang dirasakan antara nasi Padang dan warteg.

Persepsi Terhadap Pengaruh Harga Bahan Baku



Gambar 6

Berdasarkan hasil kuesioner tentang pengaruh harga bahan baku terhadap harga makanan di nasi Padang, data menunjukkan bahwa 58,8% 30 Orang responden menyatakan Sangat Besar, 39,2% 20 Orang menyatakan Cukup Besar, dan 2% memberikan tanggapan tidak besar. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden meyakini harga bahan baku memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap penetapan harga di warung nasi Padang.

Untuk warteg, sebanyak 47,1% responden 24 orang menyatakan pengaruh harga bahan baku sangat besar, 43,1% menyatakan cukup besar, dan 9,8% memberikan tanggapan tidak besar. Temuan ini menunjukkan bahwa responden juga mengakui pentingnya pengaruh harga bahan baku terhadap harga makanan di warteg, meskipun intensitasnya sedikit lebih rendah dibandingkan dengan warung nasi Padang.

Persepsi Terhadap Strategi Penetapan Harga



Gambar 7

Berdasarkan hasil kuesioner, tanggapan terhadap pernyataan "Apakah Anda merasa strategi penetapan harga warung nasi Padang dan warteg berbeda?" menunjukkan bahwa 74,5% responden (38 orang) menyatakan ya, sementara 25,5% responden (13 orang) menyatakan tidak. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menyadari adanya perbedaan signifikan dalam strategi penetapan harga antara kedua jenis warung makan tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa harga di warung nasi Padang dan warteg tidak ditentukan dengan cara yang sama, yang mungkin berkaitan dengan faktor-faktor seperti biaya operasional, segmentasi pasar, atau jenis layanan yang diberikan di masing-masing warung.

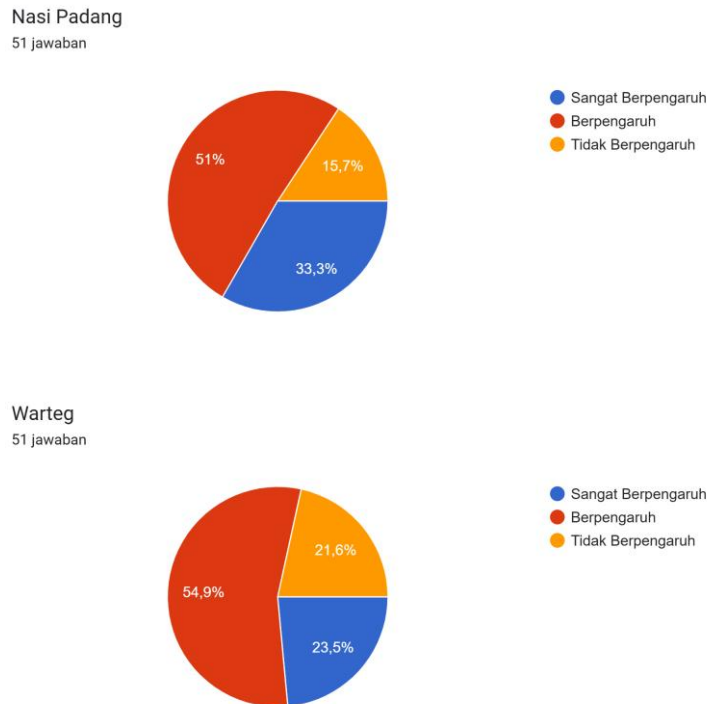
Tanggapan strategi penetapan harga

Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat berbagai tanggapan terkait strategi penetapan harga yang digunakan di warung nasi Padang dan warteg.

Strategi Penetapan Harga di Nasi Padang: Banyak responden yang menyatakan bahwa harga di warung nasi Padang umumnya lebih tinggi, terutama untuk lauk seperti rendang yang dianggap hidangan unggulan. Beberapa responden juga menyebutkan bahwa harga ditentukan berdasarkan porsi nasi dan lauk yang dipilih, dengan variasi harga tergantung pada jenis lauk. Selain itu, ada juga yang menyebutkan adanya paket murah yang membuat harga lebih terjangkau, serta harga yang mengikuti standar pasar atau komunitas penjual nasi Padang. Beberapa responden juga mencatat bahwa harga cenderung mengikuti harga psikologis, seperti menggunakan angka Rp9.999 untuk menarik konsumen.

Strategi Penetapan Harga di Warteg: Di sisi lain, strategi harga di warteg lebih cenderung menawarkan harga yang lebih murah dan fleksibel. Banyak responden yang menyebutkan bahwa harga di warteg terjangkau, dengan fokus pada porsi yang besar dan harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan. Warteg juga menawarkan berbagai pilihan lauk dengan harga yang bervariasi tergantung pada jenis lauk yang dipilih. Beberapa responden juga menyoroti konsep "value for money" yang diterapkan di warteg, di mana konsumen bisa mendapatkan porsi yang cukup banyak dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, warteg juga dikenal dengan paket menu yang lebih murah jika dibandingkan dengan membeli lauk secara terpisah.

Persepsi Terhadap Karakteristik Konsumen



Gambar 8

Berdasarkan hasil kuesioner tentang pengaruh karakteristik konsumen terhadap harga di nasi Padang, sebanyak 17 orang (33,3%) responden menyatakan bahwa harga sangat berpengaruh, 26 orang (51%) menyatakan harga berpengaruh, dan 8 orang (15,7%) memberikan tanggapan bahwa harga tidak berpengaruh.

Sementara itu, untuk warteg, 12 orang (23,5%) responden menyatakan harga sangat berpengaruh, 28 orang (54,9%) menyatakan harga berpengaruh, dan 11 orang (21,6%) memberikan tanggapan bahwa harga tidak berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu elemen penting dalam preferensi konsumen, meskipun terdapat beberapa responden yang merasa harga tidak begitu memengaruhi pilihan mereka.

Persepsi Terhadap Pengaruh Lokasi



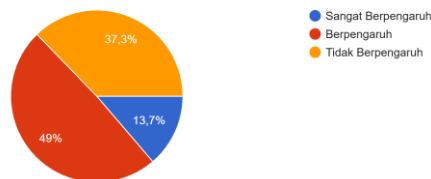
Gambar 9.

Berdasarkan hasil kuesioner, tanggapan terhadap pernyataan "Apakah lokasi warung nasi Padang atau warteg memengaruhi harga makanan?" menunjukkan bahwa sebanyak 13 orang (25,5%) responden menyatakan lokasi sangat berpengaruh terhadap harga makanan, 29 orang (56,9%) menyatakan lokasi berpengaruh, dan 9 orang (17,6%) memberikan tanggapan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap harga makanan.

Dari data ini, terlihat bahwa mayoritas responden (82,4%) merasa bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap harga makanan di warung nasi Padang atau warteg. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh pemilik warung makan, karena dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan.

Faktor Sosial Dan Budaya pengaruhi perbedaan harga

Menurut Anda, apakah faktor sosial dan budaya (seperti kebiasaan makan atau tradisi) memengaruhi perbedaan harga antara warung nasi Padang dan warteg?
51 jawaban

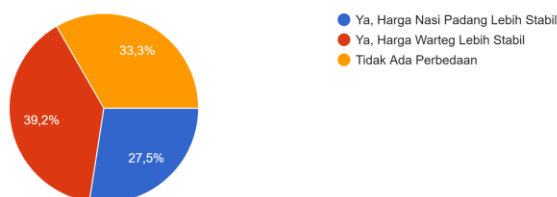


Gambar 10

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap pertanyaan "Apakah faktor sosial dan budaya (seperti kebiasaan makan atau tradisi) memengaruhi perbedaan harga antara warung nasi Padang dan warteg?" dari 51 responden, sebanyak 7 orang (13,7%) menyatakan faktor sosial dan budaya sangat berpengaruh, 25 orang (49%) menyatakan faktor ini berpengaruh, dan 19 orang (37,3%) menyatakan tidak berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kebiasaan makan atau tradisi dianggap relevan oleh sebagian besar responden, persepsi terhadap dampak faktor sosial dan budaya pada harga tetap beragam di kalangan konsumen.

Perbedaan Trend Harga 1 Tahun Terakhir

Apakah Anda melihat adanya perbedaan tren harga antara warung nasi Padang dan warteg dalam 1 tahun terakhir?
51 jawaban



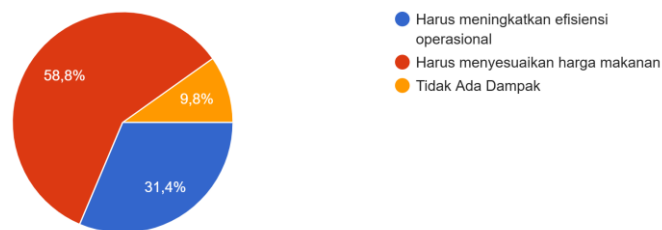
Gambar 11

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap pertanyaan "Apakah Anda melihat adanya perbedaan tren harga antara warung nasi Padang dan warteg dalam 1 tahun terakhir?" dari 51 responden, sebanyak 14 orang (27,5%) menyatakan bahwa harga nasi Padang lebih stabil, 20 orang (39,2%) menyatakan bahwa harga warteg lebih stabil, dan 17 orang (33,3%) menyatakan tidak ada perbedaan tren harga antara keduanya.

Dari data ini, terlihat bahwa sebagian besar responden (66,7%) merasa ada perbedaan stabilitas harga antara warung nasi Padang dan warteg, dengan lebih banyak responden yang menyatakan harga warteg lebih stabil dibandingkan harga nasi Padang. Namun, sepertiga responden (33,3%) berpendapat bahwa tidak ada perbedaan tren harga antara keduanya. Data ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap stabilitas harga bervariasi, dengan pandangan yang terpecah mengenai mana yang lebih stabil antara warung nasi Padang dan warteg dalam 1 tahun terakhir.

Presepsi Perbedaan Harga Memengaruhi Pengelola Warung

Menurut Anda, bagaimana perbedaan harga ini memengaruhi pengelola warung?
51 jawaban

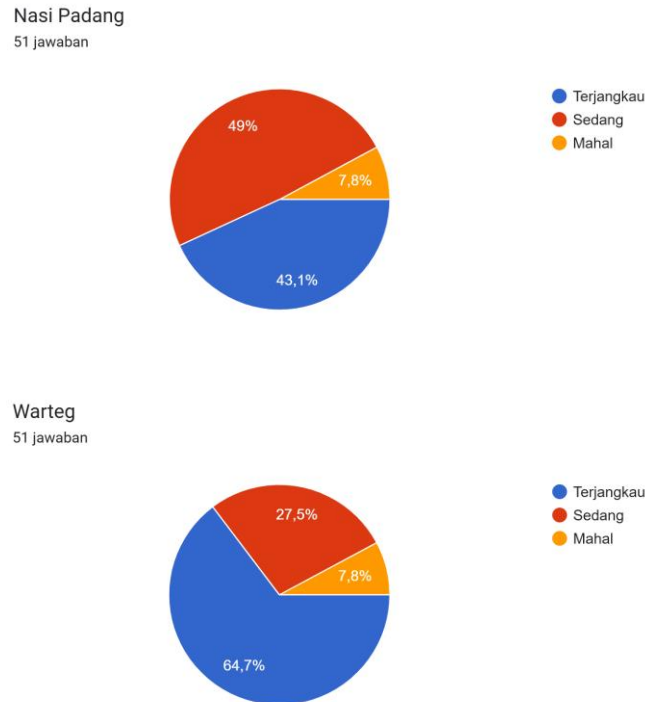


Gambar 12

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap pertanyaan "Bagaimana perbedaan harga ini memengaruhi pengelola warung?" dari 51 responden, sebanyak 16 orang (31,4%) menyatakan pengelola warung harus meningkatkan efisiensi operasional, 30 orang (58,8%) menyatakan pengelola harus menyesuaikan harga makanan, dan 5 orang (9,8%) menyatakan bahwa perbedaan harga ini tidak memiliki dampak terhadap pengelola warung.

Dari data ini, terlihat bahwa mayoritas responden (58,8%) percaya bahwa penyesuaian harga makanan merupakan langkah yang perlu diambil oleh pengelola warung untuk menanggapi perbedaan harga. Sementara itu, 31,4% responden menyarankan agar pengelola meningkatkan efisiensi operasional sebagai solusi, dan hanya sebagian kecil (9,8%) yang merasa bahwa perbedaan harga tidak memberikan dampak terhadap pengelolaan warung. Data ini mencerminkan pentingnya strategi adaptif bagi pengelola warung, baik dalam mengelola biaya operasional maupun dalam menetapkan harga yang kompetitif untuk mempertahankan daya saing.

Presepsi Harga Makanan



Gambar 13

Berdasarkan hasil kuesioner tentang persepsi harga di nasi Padang, sebanyak 22 orang (43,1%) responden menilai harga di nasi Padang terjangkau, 25 orang (49%) menilai sedang, dan 4 orang (7,8%) memberikan penilaian mahal.

Sementara itu, untuk warteg, 33 orang (64,7%) responden menilai harga terjangkau, 14 orang (27,5%) menilai sedang, dan 4 orang (7,8%) memberikan penilaian mahal. Hal ini mencerminkan perbedaan persepsi konsumen terhadap harga di kedua jenis warung makan tersebut, di mana warteg cenderung dianggap lebih ekonomis dibandingkan nasi Padang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan tren harga antara warung nasi padang dan warteg sangat dipengaruhi oleh biaya operasional, harga bahan baku, lokasi dan strategi penetapan harga. Warung nasi padang lebih mempertahankan harga dengan strategi paket murah sementara warteg menawarkan fleksibilitas harga yang lebih baik dengan konsep value for money. Sebagian besar responden menyadari perbedaan ini di mana hal ini mempengaruhi upaya inovasi warung untuk menyesuaikan strategi operasional dan penetapan harga agar tetap kompetitif di pasar.

Saran

Saran untuk Pengelola Nasi Padang

Berdasarkan hasil kuesioner, banyak responden memberikan saran agar pengelola warung nasi Padang lebih kompetitif dengan fokus pada beberapa aspek utama:

- **Penyesuaian Harga dan Porsi:** Banyak responden menyarankan agar harga lebih terjangkau dan sesuai dengan pasar. Beberapa juga menyarankan agar porsi nasi dan lauk diperbanyak untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan.
- **Kualitas dan Konsistensi Rasa:** Menjaga cita rasa makanan serta kualitas bahan baku dianggap penting oleh responden untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.
- **Kebersihan dan Pelayanan:** Kebersihan tempat dan makanan menjadi salah satu perhatian, dengan beberapa responden menekankan pentingnya menjaga kebersihan sebagai upaya menarik pelanggan.
- **Inovasi dan Strategi Bisnis:** Ada usulan untuk menyediakan paket makanan dengan harga khusus, bekerja sama dengan layanan pesan-antar, meningkatkan branding, dan membuka cabang di lokasi strategis.

Saran untuk Pengelola Warteg

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa pengelola warteg dapat tetap kompetitif dengan mempertimbangkan:

- **Harga yang Terjangkau:** Mayoritas responden menekankan pentingnya menjaga harga tetap murah tanpa mengorbankan kualitas.
- **Kebersihan dan Kenyamanan:** Banyak saran terkait meningkatkan kebersihan tempat dan makanan, termasuk menyediakan tempat cuci tangan dan memperhatikan kebersihan lauk-pauk.
- **Menu dan Inovasi:** Menambah variasi menu, menyediakan menu sederhana, dan menciptakan resep khas (seperti sambal unik) dianggap dapat menarik lebih banyak pelanggan.
- **Pelayanan dan Fasilitas:** Beberapa responden menyarankan agar pelayanan ditingkatkan, makanan disajikan hangat, dan tempat makan dibuat lebih nyaman, termasuk pemilihan warna yang menarik untuk interior.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik harga bahan pokok di Indonesia tahun 2021–2022*. Jakarta: BPS.
- Fauzi, R. (2020). Analisis perbandingan harga dan kualitas makanan tradisional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Mikro*, 15(2), 67–83.
- Haryanto, T., & Yulianti, S. (2022). Pengaruh preferensi konsumen terhadap tren harga makanan tradisional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(3), 101–117.
- Indrawati, T., & Nugroho, A. (2020). Pengaruh lokasi dan biaya operasional terhadap penetapan harga di warung makan tradisional. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(3), 45–58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, D. (2020). Strategi penetapan harga psikologis pada bisnis kuliner tradisional. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 34–47.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of microeconomics* (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Mojok.co. (2023). Penjual jelaskan alasan warung nasi Padang semakin murah dan warteg yang dianggap jadi mahal. *Mojok.co*. Diakses dari <https://mojok.co/liputan/geliatwarga/penjual-jelaskan-alasan-warung-nasi-padang-semakin-murah-dan-warteg-yang-dianggap-jadi-mahal/>.
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making profitable decisions*. New York: McGraw-Hill.
- Nugraha, A. (2021). Strategi penetapan harga dalam bisnis kuliner: Studi kasus warteg di Jakarta. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(1), 56–67.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2019). *Ekonomi pembangunan*. Jakarta: Erlangga.
- Setiawan, D. (2023). Kebijakan harga pada usaha kuliner tradisional: Studi kasus di Pulau Jawa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 45–60.
- Statista. (2023). Price trends in traditional food markets in Southeast Asia. Diakses dari <https://www.statista.com/>.
- Sumardi, A. (2021). Faktor-faktor penentu keberlanjutan usaha kuliner tradisional di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 8(1), 23–38.
- Susilo, B. (2022). Peran sosial dan budaya dalam preferensi konsumen terhadap makanan tradisional. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 44(2), 123–140.
- Undip.ac.id. (2013). Pengaruh fluktuasi harga pada bisnis kuliner skala kecil. *Undip Journal*. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/3206/3140>.
- Wahyuni, S., & Harahap, T. (2022). Dinamika konsumsi makanan tradisional di era modernisasi. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 17(2), 89–102.

- Widyastuti, A., & Setiawan, T. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi harga jual di usaha kuliner tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(1), 12–25.
- Wijaya, R. (2021). Efisiensi operasional pada usaha kecil dan menengah di sektor kuliner tradisional. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5(4), 78–92.
- Winarno, A., & Suryanto, T. (2020). Dampak fluktuasi harga bahan baku pada strategi penetapan harga di sektor kuliner tradisional. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kontemporer*, 8(2), 45–60.