



Pemaknaan Hidup Pewaris Sate In Bur Generasi Ke-4 di Kabupaten Lima Puluh Kota

Indah Rahma Wati^{1*}, Yanladila Yeltas Putra²

¹⁻²Departemen Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: indahrahmawati15.09@gmail.com¹

Abstract. Family businesses are not only viewed as sources of economic profit but also as inheritances carrying historical and cultural values. This study focuses on the life meaning of the fourth-generation heir of Sate In Bur in Lima Puluh Kota Regency in continuing the family business that has existed for several decades. The purpose of this research is to explore the subjective meaning formed through the heir's experiences in facing the challenges of maintaining a family enterprise. This study employs a qualitative method with a phenomenological approach to deeply understand the reality experienced by the subject. The research subject was selected purposively based on the criterion of being an active heir currently managing the business. Data were collected through in-depth interviews and documentation, then analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings reveal five main themes: facing declining income due to market competition, expanding business reach through innovation and digital promotion, strengthening business continuity as a moral responsibility to the family, preserving culinary heritage and local culture, and improving product quality to maintain customer loyalty. These findings indicate that the heir's life meaning is not solely oriented toward economic aspects but also encompasses family values, cultural identity, and social responsibility in sustaining the longevity of the family business.

Keywords: Cultural Heritage; Family Business Heir; Life Meaning; Phenomenology; Resilience

Abstrak. Usaha keluarga tidak hanya dipandang sebagai sumber keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai warisan yang memiliki nilai historis dan budaya. Penelitian ini berfokus pada pemaknaan hidup pewaris Sate In Bur generasi ke-4 di Kabupaten Lima Puluh Kota dalam melanjutkan usaha keluarga yang telah berdiri selama beberapa dekade. Tujuannya adalah menggali makna subjektif yang terbentuk dari pengalaman pewaris dalam menghadapi tantangan mempertahankan bisnis keluarga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami realitas yang dialami subjek secara mendalam. Subjek penelitian dipilih secara purposive dengan kriteria pewaris yang masih aktif mengelola usaha. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian mengungkap lima tema utama: menghadapi penurunan pendapatan akibat persaingan pasar, memperluas jangkauan usaha melalui inovasi dan promosi digital, memperkuat kesinambungan usaha sebagai tanggung jawab moral terhadap keluarga, melestarikan warisan kuliner dan budaya lokal, serta meningkatkan kualitas produk untuk menjaga loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemaknaan hidup pewaris tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga pada nilai keluarga, identitas budaya, dan tanggung jawab sosial dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Fenomenologi; Pemaknaan Hidup; Pewaris Usaha Keluarga; Resiliensi; Warisan Budaya

1. LATAR BELAKANG

Arti usaha sate in bur menurut IGR adalah lebih dari sekadar kegiatan ekonomi. Menurut IGR, usaha sate In Bur bukan hanya sekedar bisnis atau mencari uang, tetapi sebagai warisan keluarga dan memiliki nilai histori dari generasi pertama sampai ke generasi keempat. IGR mengatakan bahwa ini bukan hanya tentang menjual sate, melainkan melanjutkan simbol perjuangan, kerja keras dan ketekunan yang diwariskan oleh generasi sebelumnya. IGR mengatakan usaha sate in bur mencerminkan kesolidan keluarga dan menjadi tempat bagi IGR untuk bertumbuh, belajar tentang tanggung jawab, kepemimpinan serta bagaimana memberi

manfaat kepada orang lain. IGR juga mengungkapkan bahwa usaha sate in bur adalah bagian dari hidup IGR yang memberi arah, makna, dan kebanggaan, baik sebagai seorang pewaris, pelaku usaha maupun pribadi yang terus berkembang melalui nilai-nilai yang ditanamkan oleh leluhur IGR.

Menurut Gersick, Davis, McCollom Hampton, dan Lansberg (1997) dalam teori tentang dinamika bisnis keluarga menyatakan bahwa generasi penerus sering kali dihadapkan pada "tiga lingkaran tanggung jawab": keluarga, bisnis, dan kepemilikan. Ketiganya saling terkait dan memunculkan tekanan emosional yang khas, terutama saat pewaris berusaha menjaga nilai-nilai lama sambil menjawab tantangan masa kini. Dalam konteks ini, perasaan campur aduk yang diungkapkan oleh IGR antara rasa syukur, beban amanah, hingga harapan untuk keberlanjutan lintas generasi adalah bentuk nyata dari dinamika tersebut.

Dalam konteks usaha keluarga, peran generasi penerus menjadi sangat penting untuk menjaga keberlangsungan nilai, identitas, dan potensi ekonomi yang telah diwariskan oleh pendahulunya. Di tengah dinamika zaman dan persaingan yang semakin kompleks, IGR tidak hanya dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan eksistensi usaha, tetapi juga dituntut untuk mampu mengembangkan dan menyesuaikannya dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Motivasi utama IGR dalam melanjutkan usaha bukan sekadar karena aspek ekonomi, melainkan karena amanah keluarga yang secara langsung diberikan kepadanya. IGR merasa memiliki tanggung jawab moral dan emosional terhadap keberlangsungan usaha yang telah dirintis sejak generasi sebelumnya.

Menurut Viktor Frankl (1969) dalam teori logoterapi, manusia terdorong untuk menemukan makna dalam hidupnya melalui tiga jalan utama: (1) melakukan pekerjaan yang bermakna, (2) mengalami sesuatu secara penuh (seperti cinta, nilai budaya, atau keindahan), dan (3) melalui cara seseorang menyikapi penderitaan atau tantangan. Dalam konteks ini, IGR menemukan makna hidupnya melalui pekerjaan yang tidak hanya menghasilkan secara ekonomi, tetapi juga merepresentasikan nilai historis dan emosional yang diwariskan oleh generasi sebelumnya. Keberhasilan dalam *rebranding* usaha, peningkatan sistem pelayanan, pemanfaatan media sosial, serta pengembangan kemasan tidak dilakukan dengan meninggalkan nilai-nilai tradisional, tetapi justru memperkuat jati diri usaha yang telah dibangun secara turun-temurun.

Lebih jauh, IGR juga menunjukkan kemampuan resiliensi dalam menghadapi dinamika dan tekanan bisnis di era modern. Sejalan dengan teori Reivich dan Shatté (2002), resiliensi mencakup kemampuan individu untuk tetap bertahan, beradaptasi, dan bangkit dalam situasi yang sulit atau penuh perubahan. Keputusan untuk memanfaatkan media sosial seperti TikTok

dan Instagram sebagai media promosi, serta mengembangkan kemasan agar lebih sesuai dengan selera generasi muda, menunjukkan adanya kemampuan IGR dalam membaca situasi dan melakukan penyesuaian yang inovatif dan tepat sasaran.

Pada masa sekarang, *entrepreneur* atau berwirausaha menjadi salah satu profesi yang populer di kalangan anak muda. Profesi atau pekerjaan berperan penting dalam menempatkan individu dalam masyarakat, karena dapat menentukan status sosial, jaringan relasi, dan tingkat kesejahteraan seseorang. Berwirausaha disebut sebagai upaya yang dilaksanakan oleh penduduk yang bertujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru guna meningkatkan kesempatan kerja (Sari, 2020). Wirausaha dianggap sebagai solusi yang sering digunakan untuk mengatasi masalah pengangguran dan setengah pengangguran di kalangan anak muda, meskipun kaum muda cenderung memilih pekerjaan kategori formal.

Di era digital ini, banyak anak muda yang memilih jalur wirausaha karena profesi ini menawarkan fleksibilitas, kesempatan untuk berinovasi, dan potensi untuk mencapai mobilitas sosial yang lebih tinggi dalam struktur masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, wirausaha kini menjadi lebih mudah dijangkau oleh generasi muda. Akses terhadap berbagai *platform* digital, seperti media sosial, *e-commerce*, dan alat pemasaran online, memungkinkan mereka untuk memulai usaha dengan modal yang relatif rendah dan menjangkau pasar global. Selain itu, profesi kewirausahaan memberikan ruang bagi anak muda untuk mengekspresikan kreativitas, dan inovasi yang semakin menjadi nilai penting dalam usaha saat ini. Melalui kewirausahaan, mereka tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga berupaya menciptakan dampak sosial yang positif, seperti menciptakan lapangan pekerjaan baru atau menyediakan solusi atas masalah yang dihadapi masyarakat.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Agustus (2021), menunjukkan bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak dilaksanakan di Indonesia ialah wirausaha, dengan persentase sebesar 38,58%. Hal ini mengungguli pekerjaan sebagai buruh, karyawan atau pegawai yang hanya mencapai 1,12% (BPS, 2021). Minat yang tinggi terhadap pekerjaan sebagai wirausaha ini mencerminkan dorongan masyarakat untuk mengembangkan potensi kewirausahaan dan menciptakan lapangan kerja sendiri. Provinsi Sumatra Barat dikenal salah satu daerah di Indonesia yang banyak melahirkan pengusaha sukses, berkat budaya merantau yang telah menjadi bagian kehidupan masyarakat Minangkabau. Menurut Amartya Sen (1999), dalam Teori Kapabilitas yang menyatakan bahwa keberhasilan individu tidak hanya bergantung pada akses sumber daya, tetapi juga pada kemampuan untuk memanfaatkan sumber

daya tersebut secara efektif. Budaya Minangkabau yang menekankan pentingnya pendidikan, pengalaman, dan kemandirian membangun kapabilitas yang tinggi dalam diri masyarakat.

Menurut Bourdieu (1986), dalam Teori Modal Budaya, ia menekankan bahwa nilai-nilai budaya, seperti kerja keras, dan integritas, menjadi modal tak berwujud yang mempengaruhi keberhasilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk kewirausahaan. Sejak usia muda, banyak pemuda Minang didorong untuk merantau dan mencari pengalaman hidup di luar kampung halaman. Pengalaman ini membentuk karakter mereka menjadi tangguh, mandiri, dan kreatif dalam menghadapi berbagai tantangan. Tidak hanya itu, filosofi adat Minangkabau, seperti prinsip “Dima bumi dipijak, disinan langik dijunjuang”, juga mendorong mereka untuk mudah beradaptasi dan membangun jaringan di mana pun berada. Dengan kombinasi semangat kerja keras, keuletan, dan kemampuan beradaptasi, banyak perantau asal Sumatera Barat yang berhasil menciptakan usaha yang berkembang pesat, baik di tingkat lokal maupun internasional. Menurut BPS Sumatra Barat, melaporkan bahwa pada tahun 2021, jumlah wirausaha yang ada di Sumatra Barat meningkat menjadi 1.286.207, naik sebesar 17,30% dari tahun sebelumnya (BPS Sumatra Barat, 2019-2021). Hal itu menunjukkan bahwa adanya perkembangan dan minat yang kuat terhadap kewirausahaan di daerah Sumatra Barat.

2. KAJIAN TEORITIS

Entrepreneur

Menurut Spigel, B., & Harrison, R. (2018), kewirausahaan ditinjau dari sumber daya yang terlibat di dalamnya yang merujuk pada individu yang mengelola tenaga kerja, bahan baku, dan aset lainnya dalam suatu kombinasi yang menghasilkan nilai lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Selain itu, kewirausahaan juga dikaitkan dengan individu yang mendorong perubahan, menciptakan inovasi, serta menetapkan aturan baru. Sedangkan menurut Nurjanah, S. (2019), *entrepreneurship* atau kewirausahaan mencerminkan nilai-nilai yang meliputi kreativitas, inovasi, serta kemampuan dalam menyelesaikan masalah, sehingga dapat menciptakan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Menurut Isnaini, N. (2022), *entrepreneurship* merupakan sikap atau karakter seseorang yang memiliki keinginan untuk menciptakan peluang serta mampu menghadapi berbagai risiko demi mencapai kesuksesan dengan kreativitas dan inovasi. Dalam proses ini, individu juga memanfaatkan hal-hal baru dan berbeda, serta mempertimbangkan konsekuensi yang melibatkan keuntungan. Sementara itu, menurut Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Aazami, M., & Mulder, M. (2016), kewirausahaan adalah proses dalam menemukan, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang dengan tujuan mendirikan bisnis atau usaha. Tahap awal dalam proses

ini adalah mengidentifikasi peluang, yaitu kemampuan untuk mengenali ide-ide potensial dan mengubahnya menjadi konsep bisnis yang dapat memberikan manfaat bagi pelanggan atau masyarakat serta menghasilkan keuntungan bagi wirausahawan. Oleh karena itu, menciptakan ide bisnis baru menjadi langkah krusial dalam kewirausahaan, karena memungkinkan wirausahawan untuk mengembangkan serta memasarkan produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi.

Pemaknaan Hidup

Pada dasarnya makna hidup itu selalu dapat ditemukan dalam hidup serta dalam kondisi dan situasi apa pun, baik dalam keadaan bahagia maupun dalam keadaan sedih. Menurut Bastaman (2007) menyatakan bahwa bila makna hidup berhasil ditemukan dan dipenuhi akan menimbulkan kehidupan yang dirasakan berarti dan berharga bagi individu itu sendiri. Pengertian mengenai makna hidup menunjukkan di dalamnya terdapat tujuan hidup, yakni hal-hal yang harus dipenuhi dan dicapai. Makna hidup terdapat di dalam kehidupan itu sendiri, walaupun pada kenyataannya tidak mudah untuk ditemui karena tersembunyi di dalamnya. Bila makna hidup dipenuhi dan dicapai maka kehidupan yang dirasakan individu bermakna dan berharga sehingga menimbulkan perasaan bahagia bagi individu.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis yang bertujuan untuk menggambarkan pemaknaan hidup pada pewaris Sate In Bur generasi ke-4, khususnya dalam menghadapi tantangan mempertahankan usaha keluarga di tengah perubahan zaman, dinamika sosial, serta tekanan persaingan bisnis kuliner modern. Peneliti mengumpulkan data dari individu yang mengalami fenomena yang diteliti. Partisipan pada penelitian ini berjumlah satu orang yaitu pewaris usaha Sate In Bur generasi ke-4 yang berada di Daguang-Daguang, Kabupaten Lima Puluh Kota, yang memiliki peran aktif dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan terkait usaha keluarga, sehingga dapat memberikan informasi mendalam mengenai pemaknaan hidup yang dimilikinya. Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan seperti wawancara mendalam dan dokumentasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penurunan Pendapatan Usaha

Ketahanan dan Ketangguhan (Resiliensi)

Dalam menghadapi berbagai tantangan, seperti dampak pandemi COVID-19, meningkatnya persaingan, serta perubahan preferensi konsumen, subjek tetap menunjukkan semangat untuk mempertahankan dan melanjutkan usaha keluarga yang telah diwariskan lintas generasi. Situasi krisis tersebut, justru dimaknai sebagai titik balik untuk memperkuat daya tahan usaha dan menunjukkan ketangguhan pribadi dalam mengelola tekanan yang ada. Ketahanan subjek tercermin dari kemampuannya menjaga kelangsungan operasional usaha, meskipun pendapatan mengalami penurunan drastis. Subjek tidak mengambil jalan pintas dengan mengurangi karyawan, melainkan tetap berkomitmen membayar gaji mereka secara penuh. Ketangguhan subjek juga terlihat dari keberaniannya dalam melakukan berbagai adaptasi, termasuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pelayanan. Subjek mulai aktif menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* untuk memperkenalkan produknya kepada khalayak yang lebih luas. Subjek juga belajar membuat konten digital secara otentik dan menarik untuk menarik perhatian pelanggan, khususnya generasi muda. Upaya tersebut memperlihatkan bahwa subjek tidak hanya bertahan dalam menghadapi tekanan, tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman.

Tanggung Jawab terhadap Warisan Keluarga

Kondisi penurunan pendapatan yang dihadapi oleh subjek tidak menjadi alasan untuk menghentikan aktivitas usaha. Sebaliknya, situasi tersebut menjadi pemicu yang mempertegas sikap tanggung jawabnya terhadap usaha warisan keluarga. Dalam menjalankan bisnis kuliner yang telah diwariskan selama empat generasi, subjek menunjukkan komitmen kuat untuk mempertahankan eksistensinya. Subjek tetap terlibat secara aktif dalam setiap aspek operasional usaha, mulai dari persiapan bahan baku hingga pelayanan langsung kepada pelanggan. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran mendalam bahwa usaha yang dijalankannya bukan semata-mata milik pribadi, melainkan juga menjadi sumber penghidupan bagi karyawan dan bagian dari identitas keluarga yang harus dijaga dan diwariskan.

Pembelajaran dan Pertumbuhan Pribadi

Dalam proses melanjutkan dan mempertahankan usaha keluarga, subjek mengalami transformasi pribadi yang signifikan, yang ditandai dengan proses pembelajaran berkelanjutan dan perkembangan kapasitas individu. Keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha memberikan ruang bagi subjek untuk memahami seluk-beluk bisnis secara komprehensif, mulai dari manajemen operasional, pelayanan pelanggan, hingga strategi adaptasi terhadap

perubahan lingkungan usaha. Subjek memperoleh pembelajaran tidak hanya dari pengalaman pribadinya dalam mengelola usaha, tetapi juga melalui observasi dan interaksi dengan generasi sebelumnya, khususnya sang ayah. Dari proses ini, subjek tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga mewarisi nilai-nilai fundamental seperti disiplin, kejujuran, dan ketekunan.

Kesadaran akan Dinamika Kehidupan

Dalam perjalanan melanjutkan usaha keluarga, subjek menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi terhadap sifat kehidupan yang dinamis dan terus berubah. Subjek menyadari bahwa dalam mempertahankan kelangsungan usaha, diperlukan kemampuan untuk memahami dan merespons berbagai perubahan yang terjadi, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perubahan tersebut bisa bersumber dari pergeseran zaman, kemajuan teknologi, perbedaan cara pandang antar generasi, hingga kejadian luar biasa seperti pandemi COVID-19. Dari pernyataan tersebut tampak bahwa subjek tidak hanya menyadari perubahan yang sedang terjadi, tetapi juga mampu mengambil tindakan adaptif yang realistis dan bertanggung jawab. Subjek menunjukkan keberanian dalam menghadapi tekanan serta keluwesan dalam mengambil keputusan strategis, meskipun dalam kondisi penuh ketidakpastian.

Penurunan Jumlah Pelanggan

a. Pentingnya Inovasi

Subjek menyadari bahwa mempertahankan keberlangsungan usaha tidak cukup hanya dengan mengandalkan cara lama, tetapi diperlukan pendekatan baru yang kreatif dan inovatif.

b. Hubungan Sosial dan Pelayanan

Dalam menghadapi tantangan berupa penurunan jumlah pelanggan, subjek menekankan pentingnya membangun hubungan sosial yang kuat serta menjaga kualitas pelayanan secara konsisten. Bagi subjek, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh aspek produk semata, tetapi juga oleh kualitas interaksi dengan orang-orang di sekitar, baik keluarga sebagai tim internal, maupun pelanggan dan masyarakat sebagai bagian dari lingkungan eksternal usaha.

c. Ketekunan dan Konsistensi

Dalam situasi yang semakin kompetitif dan tidak menentu, keberhasilan tidak selalu ditentukan oleh perubahan besar atau inovasi radikal, tetapi juga oleh kemampuan untuk tetap hadir, bekerja keras, dan menjaga kualitas secara berkelanjutan.

d. Tanggung jawab dan loyalitas terhadap warisan

Subjek menunjukkan sikap yang adaptif dan inovatif sebagai bentuk nyata dari kesetiannya terhadap usaha lintas generasi yang diwariskan kepadanya. Subjek tidak tinggal diam terhadap kondisi penurunan pelanggan, melainkan justru menjadikannya sebagai momen untuk memperbarui strategi pemasaran usaha. Langkah-langkah seperti belajar membuat konten visual yang menarik dan memanfaatkan *platform* digital menjadi wujud konkret loyalitas subjek terhadap usaha keluarganya.

Munculnya Pesaing Baru

a. Penerimaan terhadap Dinamika Zaman

Dalam konteks ini, subjek menunjukkan bahwa kesadaran akan perubahan zaman justru dijadikan sebagai pondasi untuk mengembangkan strategi yang lebih relevan dan inovatif.

b. Tanggung jawab antar Generasi

Subjek menegaskan bahwa tanggung jawab terhadap warisan tidak dipahami subjek sebagai beban turun-temurun, tetapi sebagai bentuk *amanah* dan keberlanjutan perjuangan keluarga.

c. Perjuangan dan Ketekunan

Ketekunan tidak muncul semata karena kebutuhan ekonomi, tetapi juga berasal dari kesadaran nilai, yaitu bahwa usaha ini adalah bagian dari sejarah keluarga dan memiliki dimensi sosial yang luas. Ketekunan dan perjuangan dijalankan dengan komitmen moral dan *eksistensial*.

d. Melestarikan Warisan dan Identitas

Dalam konteks ini, subjek menerapkan strategi *cultural branding*, yakni mengaitkan produk dengan nilai budaya dan identitas lokal yang kuat

e. Adaptasi dan Inovasi

Subjek memperlihatkan keterampilan beradaptasi dan berinovasi sebagai respons atas dinamika perubahan zaman dan kebutuhan pasar. Subjek menekankan komitmennya untuk menyesuaikan arah usaha dengan karakteristik konsumen masa kini.

Perubahan Selera Konsumen

a. Adaptasi dan Kelenturan Diri

Subjek menunjukkan kemampuan adaptasi yang kuat dengan melakukan pembaruan dalam berbagai aspek usaha tanpa meninggalkan akar tradisi yang menjadi identitas khas *Sate In Bur*. Subjek mampu membaca perubahan perilaku konsumen masa kini, seperti meningkatnya kecenderungan terhadap layanan pemesanan online,

ketertarikan pada visual kemasan yang estetik, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana utama untuk promosi dan komunikasi

b. Inovasi dalam Tradisi

Subjek melakukan berbagai bentuk inovasi, meskipun secara bertahap dan sederhana, agar usaha tetap diminati dan mampu bersaing. Subjek menegaskan bahwa kita bisa melestarikan hal-hal penting yang sudah ada dan menjaga identitas usaha tersebut, yang menunjukkan bahwa inovasi bukan menjadi ancaman bagi tradisi, melainkan alat pelestarian yang strategis.

c. Kesadaran Sosial dan Empati

Subjek menegaskan bahwa empati dan kesadaran sosial tidak hanya menjadi nilai personal, tetapi juga menjadi strategi kepemimpinan yang menopang kelangsungan dan pertumbuhan usaha.

Penurunan Daya Beli Konsumen

a. Tanggung Jawab atas Warisan Leluhur

Kesadaran akan tanggung jawab terhadap warisan leluhur menjadi salah satu nilai fundamental yang mendorong subjek dalam menjalankan usaha keluarga. Subjek juga mengaitkan usaha ini dengan falsafah lokal Minangkabau yang menyebut usaha sebagai “*pariuk nasi*”, yaitu sumber penghidupan yang harus dijaga dan diwariskan.

b. Kreativitas dan Inovasi dalam Bertahan

Subjek aktif memanfaatkan *platform* media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai sarana promosi digital yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda. Subjek juga menunjukkan kemampuan manajerial yang baik dalam mengatur berbagai aspek usaha, termasuk menyelesaikan masalah logistik, penjadwalan kerja, serta menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan pelanggan.

c. Ketangguhan Daya Juang

Sikap subjek mencerminkan kemampuan adaptif dan *problem-solving* yang tinggi. Subjek tidak bersikap pasif, tetapi aktif dalam mengevaluasi situasi dan mencari solusi konkret. Hal ini menjadi bagian dari ketangguhan psikologis atau *psychological resilience*, yaitu kemampuan individu untuk bangkit kembali dari kesulitan dan tetap menjalankan peran fungsionalnya secara optimal.

Kondisi Ekonomi Masyarakat yang Melemah

a. Pelayan dan Penopang

Dalam konteks kondisi ekonomi masyarakat yang melemah, subjek menunjukkan peran ganda sebagai pelayan dan penopang masyarakat di sekitarnya. Subjek juga memberikan kontribusi nyata dalam memberdayakan masyarakat lokal melalui penciptaan lapangan kerja.

b. Tanggung Jawab terhadap Nilai-Nilai Lokal

Dalam menghadapi melemahnya kondisi ekonomi masyarakat, pewaris usaha *Sate In Bur* generasi keempat menunjukkan tanggung jawab besar dalam melestarikan nilai-nilai lokal yang telah diwariskan oleh leluhur mereka. Di tengah tekanan ekonomi dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, subjek tetap berkomitmen menjaga keaslian cita rasa serta teknik penyajian tradisional sebagai bentuk penghormatan terhadap warisan budaya.

c. Keteguhan dan Ketabahan

Pewaris usaha *Sate In Bur* generasi keempat menunjukkan daya tahan mental dan emosional yang kuat dalam menjaga keberlangsungan usaha keluarga. Keteguhan itu tampak dalam upayanya dalam memahami situasi dengan objektif serta mencari solusi berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Sikap ini menunjukkan kemampuan reflektif dan evaluatif dalam menghadapi tekanan usaha yang semakin kompleks. Ketabahan subjek juga tercermin dalam responsnya terhadap penurunan omzet, di mana subjek tidak menyerah, melainkan melakukan evaluasi terhadap strategi promosi dan pola penjualan yang dijalankan.

Memperluas Jangkauan Pasar

Penerus Perubahan

Sebagai generasi keempat yang mewarisi usaha *Sate In Bur*, subjek tidak hanya bertindak sebagai pelestari tradisi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendorong usaha agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar yang semakin digital, subjek menunjukkan inisiatif dalam memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial secara aktif dan strategis.

Aktualisasi Diri

Subjek tidak sekadar menjalankan rutinitas bisnis, tetapi juga membentuk identitas dirinya sebagai individu yang mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab. Subjek tidak hanya mempertahankan warisan, tetapi juga mengembangkan potensi diri melalui tantangan yang dihadapi dalam usaha.

Keberanian Menghadapi Risiko

Dalam kondisi usaha yang mengalami penurunan pemasukan secara drastis, subjek menunjukkan keberanian dalam menghadapi risiko dengan mengambil langkah-langkah strategis untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis. Subjek tidak hanya bertahan dalam tekanan, tetapi juga berani mengambil keputusan berisiko untuk memperluas jangkauan pasar sebagai upaya adaptif. Dalam konteks ini, keberanian mengambil risiko menjadi kunci penting dalam kepemimpinan kewirausahaan.

Membuka Cabang Baru

a. Kemandirian dan Kepemimpinan

Keputusan untuk membuka cabang baru dalam situasi penuh tekanan menunjukkan tingkat kemandirian dan kepemimpinan yang matang dari subjek. Keputusan untuk tetap berinovasi bahkan sampai membuka cabang baru bukan hanya mencerminkan keberanian, tetapi juga kematangan dalam pengambilan keputusan secara mandiri. Sikap ini menunjukkan kemampuan kepemimpinan transformatif, di mana pemimpin tidak hanya mengarahkan, tetapi juga memberdayakan anggota tim secara aktif.

b. Harapan akan Masa Depan

Keinginan untuk membuka cabang baru tidak hanya didorong oleh motivasi ekonomi, tetapi juga merefleksikan harapan subjek terhadap keberlanjutan usaha sebagai bagian dari identitas, warisan, dan kontribusi sosial budaya. Bagi subjek, ekspansi usaha tidak sekadar berarti perluasan wilayah pemasaran, melainkan juga menjadi sarana regenerasi dan pelestarian nilai-nilai yang telah melekat pada usaha keluarga. Pandangan ini selaras dengan konsep *future-oriented thinking* dalam psikologi positif kontemporer, yang mengacu pada kemampuan individu untuk merancang masa depan secara proaktif dan bermakna.

c. Keberanian dalam mengambil Risiko

Keputusan untuk membuka cabang baru merupakan bentuk nyata dari keberanian subjek dalam mengambil risiko, terutama di tengah kondisi usaha yang mengalami penurunan pemasukan. Langkah-langkah yang diambil tidak hanya mencakup efisiensi operasional, tetapi juga pengembangan usaha melalui pendekatan baru untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook.

d. Aktualisasi sebagai Generasi Penerus

Menjaga nilai-nilai tradisional sekaligus merespons tuntutan zaman dengan adaptif. Subjek tidak hanya mempertahankan warisan dalam bentuk rasa dan penyajian makanan nilai-nilai warisan budaya tetap dipertahankan dalam cita rasa dan penyajian,

sementara aspek pemasaran dan pelayanan dikembangkan mengikuti perkembangan teknologi. Subjek mengambil langkah konkret untuk mewujudkan keberlanjutan usaha, seperti membuka cabang baru dan melakukan pembaruan tanpa menghilangkan cita rasa khas usaha keluarga itu sendiri. Subjek juga menegaskan pentingnya menjaga kualitas pelayanan dan konsistensi produk, serta melakukan inovasi dalam sistem pemasaran dan operasional, sambil tetap berpijak pada filosofi usaha keluarga.

Penggunaan Media Sosial

a. Inovasi dalam Tradisi

Penggunaan media sosial oleh pewaris usaha *Sate In Bur* generasi keempat mencerminkan bentuk inovasi dalam tradisi, yakni bagaimana unsur-unsur tradisional diwariskan secara konsisten sambil dibarengi dengan adopsi strategi modern untuk mempertahankan relevansi usaha.

b. Kreativitas dan Inovasi

Penggunaan media sosial dalam pengelolaan usaha *Sate In Bur* generasi keempat mencerminkan penerapan kreativitas dan inovasi sebagai strategi adaptif dalam menghadapi tantangan bisnis. Subjek menjelaskan bahwa salah satu pencapaian bermakna dalam usahanya adalah keberhasilan melakukan transformasi melalui proses *rebranding*, yang diikuti dengan peningkatan pelayanan serta pemanfaatan media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *Facebook*.

Promosi Digital yang Konsisten

a. Disiplin

Promosi digital yang konsisten dalam usaha *Sate In Bur* generasi keempat tidak lepas dari nilai kedisiplinan yang dipegang teguh oleh pewaris usaha. Subjek menegaskan bahwa ia menerapkan prinsip kejujuran, kerja keras, dan sikap saling menghargai dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dengan selalu terbuka kepada pelanggan dan menjaga kualitas rasa secara disiplin.

b. Komitmen terhadap warisan keluarga

Komitmen terhadap warisan keluarga tercermin dari kesadaran mendalam subjek akan nilai historis dan emosional yang melekat pada usaha *Sate In Bur* sebagai warisan lintas generasi. Komitmen ini tidak hanya diwujudkan melalui upaya mempertahankan keberlangsungan usaha, tetapi juga dengan menjaga nilai-nilai budaya yang menjadi identitasnya.

Kerja Sama dengan UMKM Lokal

a. Pelestari Warisan Budaya

Subjek berperan signifikan dalam melestarikan budaya lokal melalui konsistensi menjaga keaslian resep keluarga yang diwariskan lintas generasi. Komitmen ini tampak pada usahanya mempertahankan identitas kuliner khas, baik dari cita rasa, teknik memasak tradisional, maupun penyajian yang merefleksikan nilai-nilai budaya setempat.

b. Agen Pemberdayaan

Subjek berperan aktif sebagai agen pemberdayaan masyarakat melalui kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal yang memproduksi makanan pendamping seperti kerupuk kulit (jangek), kerupuk ubi, dan keripik balado atau rubik. Kerja sama ini tidak hanya sebatas aktivitas jual titip, tetapi juga menjadi strategi penguatan kapasitas usaha kecil agar dapat berkembang bersama. Subjek menunjukkan keterbukaan untuk menampung dan memasarkan produk-produk lokal tersebut di tempat usahanya, sehingga para pelaku UMKM mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan dapat meningkatkan kualitas serta daya saing produk mereka.

Pemanfaatan Jaringan Distribusi

a. Keberlanjutan Usaha

Dalam upaya menjaga keberlanjutan usaha keluarga, subjek memanfaatkan jaringan distribusi secara strategis dengan memperluas cakupan pasar, mengoptimalkan alur pasokan, serta menyesuaikan pola operasional agar sesuai dengan dinamika konsumsi masyarakat masa kini. Subjek menekankan pentingnya perencanaan usaha yang disusun secara sistematis dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar.

b. Inovator dan Pembaharu

Subjek menunjukkan kapasitas sebagai seorang inovator dan pembaharu melalui penerapan teknologi digital dalam sistem pemesanan usaha kuliner keluarga. Ia memanfaatkan jaringan distribusi yang ada secara maksimal, serta melakukan terobosan berupa adopsi layanan pemesanan online untuk mengakomodasi kebutuhan konsumen yang memiliki keterbatasan waktu atau mobilitas.

c. Penghubung Antar generasi

Subjek berperan sebagai jembatan antara nilai-nilai tradisional yang diwariskan oleh generasi sebelumnya dan tuntutan inovasi masa kini. Dengan tetap mempertahankan unsur kearifan lokal dalam proses produksi, subjek juga memanfaatkan teknologi distribusi modern agar usaha keluarga tetap bertahan dan relevan di tengah perubahan zaman. Kombinasi ini menunjukkan adanya kesinambungan nilai lintas generasi yang

memperkuat identitas usaha sekaligus membuka peluang adaptasi terhadap dinamika pasar.

Memperkuat Kestinambungan Usaha

Penjaga Warisan Keluarga

Subjek menjalankan perannya sebagai penjaga warisan keluarga dengan berkomitmen untuk menjaga keberlangsungan usaha yang telah diwariskan dari generasi sebelumnya. Ia tidak hanya meneruskan sistem yang sudah ada, tetapi juga secara aktif menetapkan tujuan strategis agar usaha tetap relevan dalam menghadapi tantangan zaman. Inisiatif yang dilakukan meliputi peningkatan kualitas layanan dan adaptasi strategi pemasaran sesuai kebutuhan konsumen modern. Hal ini menunjukkan bahwa subjek tidak hanya menjadi penerus pasif, melainkan agen transformasi yang tetap berakar pada nilai dan tradisi keluarga.

Memberi Manfaat kepada Orang Lain

Subjek tidak hanya berfokus pada pelestarian identitas warisan atau mengejar keuntungan finansial semata, tetapi juga memosisikan usahanya sebagai wadah untuk memberikan kontribusi positif bagi karyawan, pelanggan, dan komunitas sekitar. Melalui langkah-langkah pemberdayaan, kepemimpinan yang terbuka, serta komitmen terhadap kualitas pelayanan, ia berupaya membangun nilai sosial yang berkelanjutan. Dalam wawancara, subjek mengungkapkan bahwa keterlibatannya dalam usaha ini turut menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepemimpinan, sekaligus menjadi sarana untuk memberikan manfaat nyata bagi orang lain. Selain itu, subjek juga menekankan pentingnya menjaga relasi yang baik sebagai kunci untuk memperluas manfaat dari usaha. Tidak hanya dalam konteks internal usaha, subjek juga berharap pengalamannya dapat memberikan inspirasi dan motivasi bagi orang lain di luar lingkup bisnis.

Eksistensi dan Jati Diri

Usaha yang dijalankan oleh subjek tidak hanya berfungsi sebagai sumber ekonomi, tetapi juga menjadi representasi identitas pribadi dan kolektif yang berakar pada nilai keluarga serta budaya lokal. Melalui perannya, subjek memandang kelanjutan usaha keluarga sebagai wujud aktualisasi diri sekaligus tanggung jawab lintas generasi. Ia berkomitmen menjaga keaslian jati diri usaha sambil menghadirkan inovasi agar tetap selaras dengan tuntutan zaman. Inovasi yang dilakukan tidak dimaksudkan untuk mengaburkan nilai-nilai asli warisan budaya, melainkan untuk memperkuatnya dalam bentuk yang sesuai dengan konteks masyarakat modern.

Menjaga Loyalitas Pelanggan

a. Ketulusan & Pengabdian

Dalam menjalankan usaha keluarga, subjek tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan ekonomi, melainkan menempatkan ketulusan dan pengabdian sebagai landasan utama. Keberlanjutan usaha dipandang sebagai wujud cinta terhadap sejarah keluarga, bentuk tanggung jawab antar generasi, dan upaya menjaga reputasi yang telah diwariskan. Sikap ini menunjukkan bahwa bisnis yang dijalankan tidak hanya bernilai finansial, tetapi juga sarat makna emosional dan kultural.

b. Rasa Syukur

Rasa syukur merupakan bentuk apresiasi mendalam seseorang terhadap pengalaman hidup yang dijalannya, termasuk terhadap peluang dan tanggung jawab yang diberikan. Dalam konteks pewarisan usaha keluarga, rasa syukur menjadi kekuatan batin yang memperkuat motivasi dan komitmen individu dalam menjaga dan meneruskan nilai-nilai yang telah diwariskan lintas generasi, serta *ada rasa beruntung dan kepuasan tersendiri karena bisa menjadi bagian dari kelanjutan perjuangan ini*.

c. Penjaga Warisan Cita Rasa

Subjek berperan sebagai penjaga warisan cita rasa dalam mengelola usaha kuliner keluarga, yaitu Sate In Bur dengan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam resep dan penyajiannya, meskipun telah melakukan sejumlah pembaruan, seperti membuka cabang baru dan melakukan inovasi dalam sistem pelayanan. Selain itu subjek tetap menjaga keaslian rasa yang menjadi ciri khas usahanya.

Menjaga kualitas rasa dan Pelayanan Konsisten

a. Memberi Kebahagiaan melalui Rasa dan Pelayanan

Subjek memandang usahanya bukan hanya sebagai sumber penghasilan, tetapi juga sebagai sarana untuk memberikan kebahagiaan kepada orang lain melalui cita rasa makanan dan pelayanan yang konsisten. Subjek merasa pekerjaannya bermakna ketika dapat memberi dampak positif, tidak hanya bagi dirinya sendiri, tetapi juga bagi keluarga, karyawan, dan pelanggan, sekaligus membangun hubungan yang erat dengan mereka.

b. Menciptakan Nilai dan Kehidupan

Subjek memaknai usaha kuliner yang dijalankannya bukan semata sebagai sarana mencari keuntungan, tetapi sebagai bentuk kontribusi terhadap penciptaan nilai dalam kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Usaha ini dipandang sebagai bagian dari warisan hidup yang bermakna serta membawa dampak positif secara sosial dan budaya.

Memberikan Pelayanan yang Responsif dan Ramah

a. Kepuasan Batin

Subjek memaknai pelayanan responsif dan ramah sebagai inti dari interaksi yang tidak hanya menciptakan kepuasan bagi pelanggan, tetapi juga memberikan kepuasan batin bagi dirinya. Dalam menjalankan usaha, ia secara sadar menerapkan standar pelayanan yang menekankan keramahan, kecepatan, dan pendekatan profesional. Bagi subjek, usaha ini membuka peluang rezeki tidak hanya untuk dirinya dan keluarganya, tetapi juga bagi pihak lain yang terlibat, sekaligus menciptakan keterikatan emosional dengan pelanggan melalui interaksi yang tulus dan berkelanjutan.

b. Tanggung Jawab Moral dan Profesional

Dalam menjalankan usaha kuliner warisan keluarganya, subjek menunjukkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya tanggung jawab moral dan profesional, terutama dalam pelayanan kepada pelanggan. Sikap ini diwujudkan melalui penerapan standar pelayanan yang menekankan keramahan, kecepatan, serta pendekatan profesional, yang mencerminkan komitmen untuk memberikan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pelanggan, tetapi juga menghargai martabat dan kenyamanan mereka

Melestarikan Warisan Kuliner dan Budaya Lokal

Menjaga Warisan Leluhur

Usaha menjaga warisan kuliner yang dilakukan subjek tidak hanya berfokus pada mempertahankan rasa, tetapi juga merupakan wujud nyata pelestarian budaya lokal yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Subjek secara konsisten menunjukkan komitmen dalam menjaga keaslian resep keluarga serta teknik memasak tradisional, seperti penggunaan arang dan mempertahankan nama menu yang sudah dikenal pelanggan sejak usaha ini berdiri. Penghormatan terhadap warisan nenek moyang ini menjadi bagian penting dari identitas budaya dalam usaha Sate In Bur.

Menjaga Identitas Budaya

Pelestarian identitas budaya lokal menjadi komitmen utama yang dijalankan subjek dalam mengelola usaha Sate In Bur. Usaha ini tidak hanya berfokus pada penyajian makanan khas dengan cita rasa tradisional yang kaya, tetapi juga berperan sebagai sarana representatif bagi identitas budaya masyarakat setempat. Menu yang disajikan menggambarkan keunikan kuliner sekaligus menjadi simbol nyata nilai-nilai budaya yang tertanam dalam komunitas, sehingga usaha ini dianggap sebagai bagian dari upaya menjaga identitas kolektif. Subjek menyatakan bahwa melalui usaha ini, hal-hal penting yang sudah ada dapat dilestarikan

sekaligus identitas usaha tersebut tetap terjaga. Identitas budaya yang dijaga tidak hanya tercermin pada makanan utama, tetapi juga melalui kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal, seperti produsen kerupuk jangek, keripik ubi, dan keripik balado.

Menjalani Hidup yang Bermakna melalui Tanggung Jawab

Bagi subjek, menjalankan usaha kuliner warisan keluarga bukan sekadar sarana untuk memperoleh keuntungan finansial, melainkan juga merupakan wujud tanggung jawab moral dan sosial terhadap nilai-nilai yang diwariskan oleh pendahulu. Subjek memaknai perannya sebagai pelaku usaha sebagai bentuk pengabdian kepada keluarga maupun masyarakat, di mana keberlangsungan usaha tersebut menjadi simbol kontinuitas sejarah, reputasi, dan identitas keluarga. Subjek menegaskan bahwa usaha ini bukan hanya tempat mencari keuntungan, tetapi bagian penting dari sejarah keluarganya. Selain itu, subjek menekankan pentingnya menjaga nama baik dan integritas usaha yang telah dibangun oleh generasi sebelumnya, dengan menjaga citra dan reputasi yang telah dirintis secara turun-temurun. Kesadaran akan tanggung jawab ini semakin menguat terutama dalam menghadapi kondisi yang menantang, ketika orientasinya bergeser dari sekadar mengejar omzet menjadi pemaknaan yang lebih dalam terhadap nilai pengabdian dan keberlanjutan usaha. Subjek menyadari bahwa menjalankan usaha tidak selalu soal keuntungan atau peningkatan omzet semata, tetapi juga tentang menjaga kelangsungan usaha keluarga agar tetap berjalan dalam jangka panjang.

Citra Rasa Tradisional terus Diwariskan

a. Penjaga Keaslian Warisan Budaya

Dalam penelitian ini, subjek memahami perannya sebagai pewaris usaha kuliner tradisional bukan sekadar sebagai pengelola bisnis, melainkan juga sebagai pelindung keaslian warisan budaya. Ia menunjukkan konsistensi dalam mempertahankan unsur-unsur pokok yang menjadi ciri khas usaha sejak generasi sebelumnya, seperti penggunaan resep asli keluarga, teknik memasak tradisional dengan arang, serta penyajian dan penamaan menu yang telah dikenal dan melekat di benak pelanggan sejak awal berdirinya usaha.

b. Konsistensi dan Komitmen

Subjek memaknai hidup sebagai bentuk tanggung jawab atas amanah yang telah diwariskan, yang diwujudkan melalui sikap konsisten dan komitmen dalam menjalankan usaha keluarga. Bagi subjek, menjaga dan mengembangkan usaha tersebut bukan sekadar soal aspek ekonomi, melainkan merupakan wujud nyata dari nilai-nilai kehidupan yang mendalam, seperti menjaga kepercayaan, melestarikan nilai-nilai warisan, serta mewariskan hal positif kepada generasi berikutnya.

c. Penghubung Emosi dan Kenangan

Subjek memaknai kuliner tradisional bukan sekadar sebagai produk konsumsi, melainkan sebagai media yang menghubungkan pelanggan dengan kenangan masa lalu yang penuh makna. Cita rasa yang konsisten dan autentik berperan sebagai jembatan emosional antara generasi terdahulu dan saat ini, menghadirkan kembali pengalaman personal dan historis.

Keterlibatan Keluarga, Pelanggan dan Masyarakat

a. Keterlibatan Keluarga

1) Rasa Bangga Menjadi Bagian Dari Sesuatu Yang Lebih Besar

Subjek memaknai kuliner tradisional bukan sekadar sebagai produk konsumsi, melainkan sebagai media yang menghubungkan pelanggan dengan kenangan masa lalu yang penuh makna. Cita rasa yang konsisten dan autentik berperan sebagai jembatan emosional antara generasi terdahulu dan saat ini, menghadirkan kembali pengalaman personal dan historis

2) Sumber Nilai dan Pedoman Hidup

Dalam menjalankan usaha kuliner keluarga, subjek menjadikan nilai-nilai luhur yang diwariskan secara turun-temurun sebagai fondasi utama dalam berwirausaha. Nilai-nilai seperti kerja keras, kejujuran, ketekunan, disiplin, dan rasa tanggung jawab menjadi pedoman hidup yang melekat sejak masa kecil dan terus dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Subjek memaknai usaha yang dijalankan bukan hanya sebagai sarana ekonomi, tetapi juga sebagai simbol perjuangan dan kesolidan generasi sebelumnya yang sarat makna, yang mencerminkan kerja keras, ketekunan, dan solidaritas.

3) Dukungan Emosional dan Motivasi

Dalam menjalankan usaha kuliner keluarga, subjek menjadikan nilai-nilai luhur yang diwariskan secara turun-temurun sebagai fondasi utama dalam berwirausaha. Nilai-nilai seperti kerja keras, kejujuran, ketekunan, disiplin, dan rasa tanggung jawab menjadi pedoman hidup yang melekat sejak masa kecil dan terus dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Subjek memaknai usaha yang dijalankan bukan hanya sebagai sarana ekonomi, tetapi juga sebagai simbol perjuangan dan kesolidan generasi sebelumnya yang sarat makna, yang mencerminkan kerja keras, ketekunan, dan solidaritas.

b. Keterlibatan Pelanggan

1) Merasa Dihargai dan Diakui

Keterlibatan pelanggan dalam usaha subjek bukan sekadar transaksi jual beli, melainkan bagian penting dalam membangun hubungan jangka panjang yang berlandaskan rasa saling menghargai dan kepercayaan. Subjek menyadari pentingnya menjaga kepuasan pelanggan dengan menerapkan standar pelayanan yang fokus pada sikap ramah, pelayanan cepat, serta pendekatan profesional.

2) Ikatan Sosial yang Erat

Dalam membangun dan mempertahankan usaha, subjek tidak hanya menitikberatkan pada aspek teknis dan ekonomi, tetapi juga menekankan pentingnya ikatan sosial yang erat dengan pelanggan serta lingkungan internal usaha. Hubungan hangat dan komunikasi terbuka menjadi fondasi dalam menciptakan loyalitas dan kepercayaan jangka panjang dari pelanggan.

c. Keterlibatan Masyarakat

1) Memberi Manfaat dan Kebahagiaan Bagi Orang Lain

Subjek menjalankan usaha Sate In Bur bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai sarana untuk memberikan manfaat sosial yang nyata bagi masyarakat sekitar. Semangat berbagi ini terlihat dari komitmennya membuka lapangan kerja yang memprioritaskan warga lokal di Nagari Dagung-Dagung dan sekitarnya, tanpa melibatkan tenaga kerja dari luar daerah maupun luar provinsi. Selain itu, subjek secara aktif membuka ruang kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal, seperti produsen kerupuk jangek, keripik ubi, dan keripik balado, yang dijual sebagai makanan pendamping di tempat usahanya.

Meningkatkan Kualitas Produk dan Pemasaran

Keberlangsungan dan Warisan

Fokus utama subjek adalah mempertahankan keaslian resep bumbu tradisional, menjaga kebersihan dapur dan peralatan, serta memberikan pelayanan yang cepat dan sopan. Subjek juga mempercepat proses pelayanan dan menguatkan sistem pencatatan keuangan yang rapi, disertai pemeriksaan kualitas bahan secara rutin.

Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

a. Ketekunan dan Kejujuran

Dalam menjalankan usaha warisan keluarga, subjek menempatkan ketekunan dan kejujuran sebagai fondasi utama dalam membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Sikap jujur dan kerja keras ini turut diimbangi dengan rasa saling menghargai,

baik terhadap karyawan maupun pelanggan, sehingga tercipta lingkungan usaha yang transparan dan terpercaya.

b. Tanggung Jawab

Subjek memaknai kepuasan pelanggan sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan profesional yang tidak hanya berkaitan dengan kelangsungan usaha keluarga, tetapi juga dengan menjaga kepercayaan pelanggan serta kesejahteraan orang-orang yang bergantung pada usaha tersebut. Subjek menyadari bahwa peran sebagai pewaris usaha bukan sekadar tentang keberhasilan finansial semata, melainkan juga menjalankan amanah yang berdampak pada kehidupan karyawan beserta keluarga mereka.

Pelatihan/Workshop Keterampilan

a. Pengembangan Diri

Dalam upaya mengembangkan kemampuan personal dan profesional, subjek secara aktif mengikuti berbagai pelatihan dan *workshop* yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Kesadaran akan pentingnya pengembangan diri secara berkelanjutan menjadi motivasi utama bagi subjek untuk terus belajar dan menyesuaikan diri dengan perubahan dan tantangan dalam dunia bisnis. Dengan mengikuti pelatihan tersebut, subjek berharap dapat meningkatkan keterampilan dan wawasan, sehingga lebih siap dalam mengambil keputusan yang tepat untuk kelangsungan usahanya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai generasi keempat pewaris usaha keluarga, subjek memaknai perannya bukan hanya sebatas menjalankan bisnis, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab terhadap warisan leluhur, identitas diri, dan kontribusi sosial. Meskipun menghadapi tantangan seperti penurunan pendapatan, perubahan selera, dan persaingan pasar, subjek menunjukkan resiliensi melalui strategi adaptif seperti inovasi produk, pemanfaatan media sosial, peningkatan kualitas, dan kerja sama dengan UMKM lokal. Nilai-nilai keluarga seperti kerja keras, kejujuran, tanggung jawab, ketekunan, keterbukaan, dan disiplin menjadi pedoman dalam menjaga keberlanjutan usaha. Pemaknaan hidup yang muncul tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, melainkan juga mempertahankan nilai leluhur, memberi manfaat bagi orang lain, dan meninggalkan jejak positif bagi generasi berikutnya. Proses ini mencerminkan perjalanan eksistensial yang penuh makna, di mana setiap tantangan dipandang sebagai peluang untuk tumbuh, bertransformasi, dan memperkuat nilai-nilai hidup.

Bagi wirausaha, disarankan untuk mempertahankan nilai-nilai positif seperti kerja keras, kerendahan hati, tanggung jawab, kejujuran, ketekunan, keterbukaan, dan disiplin.

Wirausaha juga perlu meningkatkan kemampuan kepemimpinan, melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja usaha, memanfaatkan digitalisasi melalui penggunaan media sosial dan pencatatan keuangan yang teratur, serta menjaga keseimbangan antara kegiatan usaha dan kehidupan pribadi agar keberlanjutan usaha dapat terjaga. Bagi orang tua, dukungan emosional dan praktis memiliki peran yang sangat penting, seperti memberikan semangat, berbagi pengalaman, memantau proses produksi, atau membantu dalam manajemen usaha. Komunikasi yang terbuka antara orang tua dan pewaris akan memperkuat usaha keluarga sebagai warisan yang memiliki nilai sejarah, kebersamaan, dan amanah moral. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah partisipan dengan latar belakang dan jenis usaha yang beragam, serta memperluas cakupan wilayah penelitian. Hal ini bertujuan agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pemaknaan hidup para pewaris usaha keluarga dalam menghadapi tantangan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis lintas generasi.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Indonesia 2021* (Direktorat Diseminasi Statistik, Ed.). BPS-Statistics Indonesia.
- Bastaman, H. D. (2007). *Logoterapi: Psikologi untuk menemukan makna hidup dan meraih hidup bermakna*. RajaGrafindo Persada.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Frankl, V. E. (1969). *The will to meaning: Foundations and applications of logotherapy*. New American Library.
- Gersick, K. E., Davis, J. A., McCollom Hampton, M., & Lansberg, I. (1997). *Generation to generation: Life cycles of the family business*. Harvard Business School Press.
- Harvard Business Review. (2020). *How to build a resilient business*. Harvard Business Publishing. <https://hbr.org>
- Isnaini, N. (2022). Manajemen Pondok Pesantren Annuqayah dalam mengembangkan SDM santri di bidang entrepreneurship. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 109–118. <https://doi.org/10.31958/mabis.v2i2.6449>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Aazami, M., & Mulder, M. (2016). Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education. *Innovations in Education and Teaching International*, 53(2), 215–229. <https://doi.org/10.1080/14703297.2014.993419>
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695–706. <https://doi.org/10.1002/job.165>
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Remaja Rosdakarya.

- Nurjanah, S. (2019). Kurikulum berbasis entrepreneurship perguruan tinggi keagamaan Islam swasta (Studi kasus Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah di STIT Makhdum Ibrahim Tuban). *Al Yasini: Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian Bidang Keislaman dan Pendidikan*, 4(1), 16–27. <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/alyasini/article/view/3522>
- Reivich, K., & Shatté, A. (2002). *The resilience factor: 7 essential skills for overcoming life's inevitable obstacles*. Broadway Books.
- Rosso, B. D., Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). On the meaning of work: A review and integration of research on work meaning. *Research in Organizational Behavior*, 30, 91–127. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2010.09.001>
- Sari, R. P. (2020). *Kewirausahaan: Teori dan praktik dalam dunia bisnis*. Deepublish.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Knopf.
- Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151–168. <https://doi.org/10.1002/sej.1268>
- Zellweger, T. M., Nason, R. S., & Nordqvist, M. (2012). From longevity of firms to transgenerational entrepreneurship of families: Introducing family entrepreneurial orientation. *Family Business Review*, 25(2), 136–155. <https://doi.org/10.1177/0894486511423531>
- Zellweger, T. M., Nason, R. S., & Nordqvist, M. (2024). Value creation in family firms: How values drive performance. *Journal of Family Business Strategy*, 15(1), 100512. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2023.100512>
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6_2