

ABSTRAK

Nama : MARIA ANGEL, MORINE YAPSELINE
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Fakultas : Kewirausahaan dan Bisnis
Judul : **CERITA DI BALIK KESUKSESAN RIBUAN CABANG
WARUNG TEGAL KHARISMA BAHARI**

Warteg Kharisma Bahari merupakan salah satu tempat yang sangat di incari bagi para pekerja karena menyajikan makanan yang memiliki harga terjangkau dan memiliki variasi menú yang sangat banyak. Berdiri dari tahun 2000 dan sekarang memiliki 1300 cabang dalam kurun waktu yang singkat, dengan cara belajar dari orang yang sudah sukses di bidang kuliner membuatnya cepat berkembang pesat dan tersebar di seluruh Indonesia. Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui pemasaran yang berpengaruh besar dalam perkembangan Warteg Kharisma Bahari yang sukses dan mempertahankan keunggulan Warteg Kharisma Bahari agar tidak kalah dari pesaing lainnya. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini bersifat kualitatif dari informasi yang diperoleh melalui wawancara narasumber. Terdapat 3 sumber yang hadir di dalam *storytelling* ini, dari pemilik Warteg Kharisma Bahari Group yaitu Pak Sayudi, kemudian salah satu pemilik *franchise* Pak Dodi yang mempunyai 10 cabang, dan terakhir pelanggan setia dari Warteg Kharisma Bahari. Dari hasil penelitian penulis mendapatkan bahwa Pak Sayudi beberapa kali gagal dalam mendirikan wartegnya, sebelum berhasil mendirikan Warteg Kharisma Bahari yang sukses hingga sekarang. Sejarah awal Warteg Kharisma Bahari didirikan bertujuan untuk mengubah sudut pandang Warteg yang kumuuh dan kotor menjadi bersih, aman dan nyaman oleh Pak Sayudi yang hanya tamatan SD dan sekarang bisa membantu teman – teman Pak Sayudi di Tegal untuk mendapatkan penghasilan cukup besar.

Kata Kunci: Warteg Kharisma Bahari, Warung Tegal, Tempat Makan

Abstract

Name : MARIA ANGEL, MORINE YAPSELINE
Study Program : Hotel Business
Faculty : School of Entrepreneurship and Business
Title : **THE STORY BEHIND SUCCESS OF THOUSANDS
STORE WARTEG KHARISMA BAHARI**

Warteg Kharisma Bahari is one of the most sought after places for workers because it serves food at affordable prices and has a varied menu. Founded in 2000 and now has 1300 branches in a short period of time, learning from people who have been successful in the culinary field has made it grow quickly and spread throughout Indonesia. The purpose of this writing is to find out marketing has a big influence on the successful development of Warteg Kharisma Bahari and how to maintain its superiority so that it does not lose out to its competitors. The research method used in this writing is qualitative, based on information obtained through interviewing sources. There are 3 sources in this storytelling, from the owner of Warteg Kharisma Bahari Group, namely Pak Sayudi, one of the franchise owners, Pak Dodi, which has 10 branches, and finally, loyal customers from Warteg Kharisma Bahari. From the results of the research, the author found that Sayudi failed several times in establishing his warteg, before establishing Warteg Kharisma Bahari, which has been successful until now. The initial history of Warteg Kharisma Bahari was founded with the aim of changing the perspective of wartegs that were shabby and dirty to become clean, safe and comfortable. Sayudi, who only graduated from elementary school, can now help Mr. Sayudi's friends in Tegal to earn quite a large income.

Keywords: Warteg Kharisma Bahari, Warung Tegal