

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

Oleh:

Jihan Fairuz Salsabila¹

Dina Nur Alfiana²

Devananda Eka Widagdo³

Universitas Indraprasta PGRI

Alamat: Jl. Raya Tengah No.80, RT.6/RW.1, Gedong, Kec.Ps.Rebo, Kota Jakarta

Timur, Daerah Khusus Jakarta (13760).

Korespondensi Penulis: jihanfairuzsalsabila23@gmail.com,

dinanuralfiana13@gmail.com, deva27nanda@gmail.com.

Abstract. *Micro-scale culinary businesses play a significant role in Indonesia's economy, not only as a source of income but also in creating employment and strengthening local economic activity. This study aims to identify the key success factors of micro-scale culinary MSMEs from the perspective of business owners, based on a study of three types of businesses: Piscok Lumer, Pisang Goreng Tanduk, and Dimsum 1000-an. A descriptive qualitative approach was employed, collecting data through semi-structured in-depth interviews and field observations, with data analyzed descriptively. The results indicate that business success is influenced not only by formal business strategies but also by entrepreneurial motivation, personal character and values, adaptability to operational challenges, product innovation, simple yet consistent operational management, and marketing strategies relying on loyal customers and strategic locations. Personal values such as perseverance, patience, honesty, consistency, and mental resilience were found crucial in facing fluctuating material costs, market competition, and changes in consumer demand. The findings highlight that understanding business owners' perspectives is essential for comprehensively grasping the success of micro-scale culinary MSMEs, as technical aspects, practical experience, and personal values interact to sustain the business. This study provides both theoretical and practical implications for the*

Received November 25, 2025; Revised December 17, 2025; January 06, 2026

*Corresponding author: jihanfairuzsalsabila23@gmail.com

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

development of entrepreneurship literature and strategies to strengthen culinary MSMEs in Indonesia.

Keywords: *Culinary Msmes, Micro-Scale Business, Success Factors, Business Owner Perspective, Entrepreneurship.*

Abstrak. Usaha kuliner skala mikro memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena selain menjadi sumber penghasilan, sektor ini juga menyerap tenaga kerja dan memperkuat ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan UMKM kuliner berdasarkan perspektif pelaku usaha lapangan melalui studi pada tiga jenis usaha, yaitu Piscok Lumer, Pisang Goreng Tanduk, dan Dimsum 1000-an. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi lapangan, serta analisis data secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh strategi bisnis formal, tetapi juga dipengaruhi oleh motivasi berwirausaha, karakter dan nilai personal, kemampuan adaptasi terhadap tantangan operasional, inovasi produk, pengelolaan operasional sederhana namun konsisten, serta strategi pemasaran yang mengandalkan pelanggan tetap dan lokasi strategis. Nilai-nilai personal seperti ketekunan, kesabaran, kejujuran, konsistensi, dan ketahanan mental berperan penting dalam menghadapi fluktuasi harga, persaingan pasar, dan perubahan permintaan. Temuan menegaskan bahwa perspektif pelaku usaha sangat penting untuk memahami keberhasilan UMKM kuliner secara holistik, karena aspek teknis, pengalaman, dan nilai personal saling mempengaruhi keberlanjutan usaha. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis bagi pengembangan literatur kewirausahaan serta strategi penguatan UMKM kuliner di Indonesia.

Kata Kunci: UMKM Kuliner, Usaha Mikro, Faktor Keberhasilan, Perspektif Pelaku Usaha, Kewirausahaan.

LATAR BELAKANG

Usaha kuliner skala mikro merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Sektor ini tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi pelaku usaha, tetapi

juga berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja dan penguatan ekonomi lokal. Sebagaimana dicatat dalam analisis kebijakan, kontribusi sektor Koperasi dan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional (DPR RI, 2025). Pernyataan ini menegaskan urgensi perhatian kebijakan terhadap keberlanjutan usaha mikro, termasuk subsektor kuliner.

Pertumbuhan usaha kuliner skala mikro didorong oleh hambatan masuk yang relatif rendah, modal awal yang tidak besar, teknologi sederhana, dan permintaan konsumen yang stabil, namun hal tersebut juga memicu persaingan yang ketat. Penelitian lapangan menunjukkan bahwa inovasi menu, pelayanan yang baik, promosi melalui media sosial, dan pemanfaatan teknologi menjadi kunci keberhasilan bagi usaha kuliner yang mampu bertahan dan berkembang (Fajri dkk., 2024). Dengan demikian, aspek non-finansial seperti inovasi produk dan pemasaran digital menjadi faktor penentu selain pengelolaan biaya.

Dalam praktik operasional, pelaku usaha kuliner skala mikro menghadapi tantangan nyata yang beragam. Studi kasus pada UMKM kuliner menyoroti masalah klasik seperti keterbatasan modal kerja, rendahnya kemampuan manajerial, perubahan selera konsumen, serta akses pasar yang terbatas; peneliti mencatat bahwa strategi usaha mikro kecil kuliner menghadapi pandemi membutuhkan adaptasi cepat pada pemasaran dan operasional (Kusumaningrum dkk., 2021). Pelajaran dari masa krisis ini relevan untuk kondisi normal karena menekankan pentingnya fleksibilitas operasional dan kemampuan adaptasi.

Keberhasilan usaha kuliner skala mikro tidak hanya diukur dari besaran keuntungan, tetapi juga dari kemampuan mempertahankan kualitas produk, mempertahankan pelanggan, dan menjaga keberlanjutan usaha. Penelitian kualitatif pada usaha kuliner menegaskan bahwa keberlanjutan bisnis kuliner di tengah dinamika pasar bergantung pada praktik operasional dan respons terhadap perubahan permintaan (Sholeh, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa perspektif pelaku usaha yang memahami konteks lokal dan praktik sehari-hari sangat penting untuk mengidentifikasi kunci keberhasilan yang bersifat kontekstual. Selain itu, transformasi digital dan penguatan kapasitas lokal menjadi arah pengembangan yang potensial. Kajian manajemen menyatakan bahwa transformasi UMKM kuliner melalui strategi ekonomi kreatif dan digital dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga pelaku usaha (Irawati dkk., 2024).

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

Pemanfaatan media sosial, platform pemesanan, dan dokumentasi visual produk membuka peluang memperluas pasar tanpa investasi besar, namun menuntut keterampilan baru dari pelaku usaha.

Berbagai studi juga menekankan pentingnya faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Faktor internal seperti kualitas produk, konsistensi rasa, kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan sederhana, dan inovasi menu menjadi penentu utama daya saing; sementara faktor eksternal seperti lokasi usaha, tingkat persaingan, akses bahan baku, dan dukungan kebijakan lokal mempengaruhi peluang dan hambatan operasional (Faadiyah & Ghina, 2025). Dalam konteks ini, modal sosial seperti hubungan dengan pelanggan tetap, pemasok, dan komunitas lokal, seringkali menjadi sumber daya strategis yang membantu kelangsungan usaha (Anugrah & Prasetyo, 2022)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kunci keberhasilan usaha kuliner skala mikro berdasarkan perspektif pelaku usaha. Dengan menggali pengalaman, pandangan, dan strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian kewirausahaan dan UMKM dengan menghadirkan perspektif berbasis pengalaman pelaku usaha, khususnya dalam konteks UMKM kuliner. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi calon wirausahawan, pelaku UMKM, serta pemangku kebijakan dalam merancang strategi pengembangan dan pendampingan UMKM yang lebih relevan dengan kondisi lapangan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi penguatan ekosistem UMKM kuliner di Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

Usaha Kuliner Skala Mikro

Usaha kuliner skala mikro bergerak pada pengolahan dan penjualan makanan/minuman dengan modal dan skala produksi terbatas, secara hukum dikategorikan sebagai usaha mikro menurut UU No. 20/2008. Karakteristik khasnya meliputi jumlah tenaga kerja terbatas, teknologi sederhana, dan pengelolaan informal, sehingga keputusan strategis sangat bergantung pada pemilik usaha. Sebagaimana dicatat dalam studi kasus model bisnis, validasi model bisnis menilai desirability, viability, dan

feasibility sebagai aspek penting dalam kelangsungan usaha mikro kuliner (Faadiyah & Ghina, 2025)

Karakteristik dan Peran Pelaku Usaha

Usaha kuliner mikro menunjukkan fleksibilitas operasional dan kedekatan dengan konsumen, serta ketergantungan pada keterampilan pemilik. Penelitian lapangan menegaskan bahwa transformasi UMKM kuliner melalui strategi ekonomi kreatif dan digital dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga pelaku usaha (Irawati dkk., 2024). Pernyataan ini menekankan peran pemilik dalam menginisiasi inovasi dan adopsi teknologi sederhana.

Keberhasilan Usaha: Dimensi Finansial dan Nonfinansial

Keberhasilan usaha mencakup aspek finansial (pendapatan, laba) dan nonfinansial (keberlanjutan, kepuasan pelanggan, reputasi). Studi tentang keberlanjutan usaha kuliner menyimpulkan bahwa inovasi menu, pelayanan yang baik, promosi melalui media sosial, dan pemanfaatan teknologi menjadi kunci keberhasilan (Fajri dkk., 2024). Pernyataan ini menggarisbawahi pentingnya kombinasi kualitas produk dan strategi pemasaran.

Faktor Kunci Keberhasilan: Internal dan Eksternal

Faktor internal meliputi kualitas produk, kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan, inovasi menu, dan konsistensi pelayanan; faktor eksternal meliputi lokasi, persaingan, akses pasar, dan dukungan kebijakan/teknologi. Penelitian kasus menunjukkan bahwa strategi usaha mikro kecil kuliner menghadapi pandemi membutuhkan adaptasi cepat pada pemasaran dan operasional (Kusumaningrum dkk., 2021), yang relevan untuk konteks adaptasi jangka panjang.

Perspektif Pelaku Usaha sebagai Sumber Pengetahuan

Pendekatan berbasis perspektif pelaku usaha menempatkan pengalaman praktis sebagai sumber utama untuk memahami strategi adaptif. Studi kualitatif pada usaha kuliner menegaskan bahwa keberlanjutan bisnis kuliner di tengah dinamika pasar bergantung pada praktik operasional dan respons terhadap perubahan permintaan (Sholeh, 2024). Perspektif ini membantu mengungkap praktik sehari-hari misalnya pengelolaan stok harian, penyesuaian porsi, dan komunikasi harga yang sering tidak tertangkap oleh survei kuantitatif.

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena memungkinkan peneliti memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, dan praktik pelaku usaha kuliner skala mikro dalam konteks alamiahnya. Pendekatan ini konsisten dengan prinsip penelitian kualitatif yang menekankan kajian fenomena dalam kondisi alami dan peran peneliti sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. (Siti Romdona dkk., 2025)

Pengumpulan data dilakukan melalui *wawancara mendalam* semi-terstruktur dan *observasi lapangan*. Wawancara diarahkan untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang usaha, pengelolaan operasional harian, inovasi produk, strategi pemasaran, tantangan usaha, serta pandangan pelaku usaha tentang faktor keberhasilan. Observasi digunakan untuk memverifikasi praktik operasional nyata dan interaksi dengan pelanggan, sesuai rekomendasi teknik pengumpulan data kualitatif (Siti Romdona dkk., 2025)

Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang meliputi reduksi data, pengorganisasian dan penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Tahapan ini selaras dengan prosedur analisis tematik yang umum dipakai dalam penelitian kualitatif: membaca transkrip, mengkodekan data, mengidentifikasi tema, dan menyajikan temuan secara naratif dan tabel komparatif

Penelitian memanfaatkan data primer (wawancara dengan tiga pelaku usaha: Piscok Lumer, Pisang Goreng Tanduk Sukabumi, dan Dimsum 1000-an; serta observasi lokasi) dan data sekunder (studi pustaka, jurnal, dan literatur terkait usaha mikro dan kewirausahaan). Informan dipilih secara purposive sampling berdasarkan kriteria: pelaku usaha kuliner skala mikro yang terlibat langsung dalam pengelolaan usaha dan telah beroperasi minimal tiga tahun; pendekatan purposive ini umum digunakan untuk memperoleh informasi yang kaya dan relevan dalam penelitian kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memaparkan gambaran komprehensif mengenai dinamika kewirausahaan mikro dalam tiga usaha kuliner, yaitu piscok lumer, pisang goreng tanduk, dan dimsum seribuan. Meskipun ketiganya berada dalam sektor yang sama, yaitu kuliner skala kecil, terdapat perbedaan mendasar dalam motivasi pendirian usaha, strategi inovasi

produk, pengelolaan operasional, serta cara menghadapi tantangan eksternal. Melalui wawancara mendalam, terlihat bahwa pelaku usaha memiliki latar belakang berbeda, mulai dari kebutuhan ekonomi, pengalaman kerja, hingga keinginan untuk memiliki usaha mandiri. Untuk memberikan gambaran ringkas temuan kunci, tabel berikut merangkum perbandingan garis besar karakteristik operasional ketiga usaha.

Tabel 1. Ringkasan Karakteristik Operasional Usaha

Aspek	Usaha Piscok Lumer	Usaha Pisang Goreng Tanduk	Usaha Dimsum 1000-an
Latar Belakang Usaha	Dimulai dari dorongan orang tua dan pengalaman membantu usaha keluarga; berkembang sejak 2017 hingga memiliki dua gerobak.	Usaha dipilih karena dinilai menjanjikan dengan modal dan proses yang sederhana.	Berawal dari pengalaman bekerja di restoran dan melihat peluang usaha dimsum yang mudah diproduksi.
Alasan Pemilihan Produk	Produk populer dan mudah diterima berbagai kalangan.	Gorengan dinilai sebagai makanan yang disukai hampir semua lapisan masyarakat.	Dimsum dipilih karena proses sederhana dan bahan baku mudah diperoleh.
Pengelolaan Operasional	Sistem dua shift, belanja bahan baku dilakukan harian setelah berdagang.	Sistem shift karyawan, jam operasional panjang dari pagi hingga malam.	Dikelola langsung oleh pemilik dengan jam operasional tetap.

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

Inovasi Produk	Perubahan menu untuk meningkatkan margin keuntungan dan efisiensi bahan baku.	Penambahan menu mengikuti tren pasar dan selera konsumen.	Penambahan menu pelengkap untuk meningkatkan variasi produk.
Strategi Pemasaran	Tanpa promosi digital; mengandalkan penjualan langsung dan pelanggan tetap.	Mengandalkan lokasi dan pelayanan; pengantaran langsung untuk jarak dekat.	Penjualan langsung di lokasi strategis tanpa promosi formal.
Hubungan dengan Pelanggan	Menjaga kualitas produk dan merespons masukan pelanggan.	Kritik pelanggan dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan produk.	Masukan pelanggan digunakan untuk meningkatkan kualitas produk.
Tantangan Utama	Kenaikan harga bahan baku dan sensitivitas harga konsumen.	Kenaikan harga bahan baku tanpa menaikkan harga jual.	Fluktuasi harga bahan baku namun harga jual tetap dipertahankan.
Strategi Menghadapi Tantangan	Penyesuaian harga secara bertahap dan menjaga kualitas produk.	Menekan margin keuntungan dan bersikap sabar.	Fokus pada efisiensi dan konsistensi harga.

Nilai Kunci Keberhasilan	Berbakti kepada orang tua, kesabaran, kejujuran, dan ketelatenan.	Ketekunan, ketelitian, dan konsistensi.	Pantang menyerah dan terus mencoba meskipun gagal.
--------------------------	---	---	--

Berdasarkan analisis tematik terhadap data wawancara mendalam dengan tiga pelaku UMKM kuliner, diperoleh sejumlah tema utama yang merepresentasikan faktor-faktor kunci keberhasilan usaha kuliner dari perspektif pelaku usaha lapangan. Tema-tema tersebut mencakup motivasi awal dan makna berwirausaha, strategi pengelolaan usaha sehari-hari, adaptasi terhadap perubahan dan tantangan usaha, relasi dengan pelanggan, serta nilai-nilai personal sebagai fondasi keberlanjutan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis bisnis, tetapi juga oleh faktor non-teknis yang berakar pada pengalaman, sikap, dan nilai-nilai pelaku usaha.

Motivasi Awal Berwirausaha dan Makna Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi awal pelaku UMKM kuliner dalam memulai usaha tidak selalu dilandasi oleh perencanaan bisnis yang matang atau orientasi keuntungan semata. Beberapa pelaku usaha memulai usaha karena dorongan keluarga, kebutuhan ekonomi, serta keinginan untuk mandiri secara finansial. Usaha kuliner dipersepsikan sebagai jenis usaha yang relatif mudah dijalankan dengan modal yang sederhana dan proses produksi yang tidak rumit. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan berwirausaha pada UMKM kuliner skala mikro lebih banyak dipengaruhi oleh faktor pragmatis dan situasional dibandingkan pertimbangan strategis jangka panjang. Makna keberhasilan usaha bagi pelaku UMKM dalam penelitian ini juga cenderung bersifat kontekstual dan subjektif. Keberhasilan tidak semata-mata diukur dari besarnya keuntungan atau ekspansi usaha, melainkan dari kemampuan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, menjaga kelangsungan usaha, serta memberikan rasa aman secara ekonomi.

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

Pengelolaan Usaha Sehari-hari dan Strategi Operasional

Dari sisi pengelolaan usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner menerapkan sistem operasional yang sederhana namun konsisten. Pengaturan jam operasional disesuaikan dengan karakteristik lokasi dan target konsumen, seperti kedekatan dengan kampus atau area padat aktivitas masyarakat. Pembagian waktu kerja dilakukan secara fleksibel, baik melalui sistem shift maupun pengelolaan mandiri oleh pemilik usaha. Pengelolaan persediaan bahan baku umumnya dilakukan secara harian untuk menekan risiko kerugian akibat bahan yang tidak terjual. Pencatatan keuangan pada sebagian besar pelaku usaha masih dilakukan secara sederhana dan informal. Meskipun demikian, pelaku usaha memiliki pemahaman praktis mengenai alur pemasukan dan pengeluaran, termasuk alokasi untuk belanja bahan baku, upah tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak selalu mensyaratkan sistem manajemen keuangan formal, tetapi lebih pada kemampuan pelaku usaha dalam mengendalikan arus kas secara disiplin.

Inovasi Produk dan Penyesuaian terhadap Preferensi Pasar

Inovasi produk dalam penelitian ini muncul dalam bentuk penambahan atau modifikasi menu yang disesuaikan dengan kondisi pasar dan efisiensi biaya. Pelaku UMKM kuliner cenderung melakukan inovasi secara bertahap dan berbasis pengalaman, misalnya dengan menambah variasi menu yang lebih menguntungkan atau mengikuti tren yang sedang diminati konsumen. Namun, inovasi tersebut tidak selalu berhasil pada percobaan awal dan sering kali melalui proses trial and error. Kemampuan untuk mengevaluasi kegagalan inovasi dan melakukan penyesuaian menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Pelaku usaha menunjukkan sikap terbuka terhadap perubahan dan tidak ragu untuk mengganti strategi apabila suatu inovasi dinilai kurang efektif.

Hubungan dengan Pelanggan dan Respons terhadap Kritik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan dengan pelanggan memiliki peran penting dalam menopang keberhasilan UMKM kuliner. Pelaku usaha memandang pelanggan sebagai aset utama dan berusaha menjaga kualitas produk serta pelayanan secara konsisten. Kritik dari pelanggan dipersepsikan sebagai masukan yang konstruktif dan digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan produk, baik dari sisi rasa, porsi, maupun kualitas bahan. Pendekatan ini mencerminkan orientasi jangka panjang pelaku

usaha dalam membangun kepercayaan pelanggan. Loyalitas pelanggan sering kali terbentuk melalui pengalaman positif yang berulang, bukan melalui strategi promosi formal.

Strategi Pemasaran Tradisional dan Peran Word of Mouth

Menariknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kuliner tidak secara aktif memanfaatkan media sosial atau platform digital sebagai sarana pemasaran utama. Pemasaran usaha lebih banyak mengandalkan lokasi strategis, pelanggan tetap, dan promosi dari mulut ke mulut (word of mouth). Meskipun strategi ini terkesan tradisional, pelaku usaha mampu mempertahankan eksistensi usaha dalam jangka waktu yang relatif lama. Temuan ini memberikan perspektif kritis terhadap anggapan bahwa digitalisasi merupakan satu-satunya kunci keberhasilan UMKM. Hasil penelitian ini tidak menyangkal pentingnya pemasaran digital, tetapi menunjukkan bahwa strategi pemasaran tradisional masih relevan dalam konteks tertentu, khususnya pada UMKM kuliner skala mikro dengan pasar lokal yang jelas.

Tantangan Usaha dan Strategi Bertahan

Tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM kuliner dalam penelitian ini adalah fluktuasi harga bahan baku. Kenaikan harga bahan baku sering kali menempatkan pelaku usaha pada dilema antara menaikkan harga jual atau mempertahankan harga dengan margin keuntungan yang lebih kecil. Pelaku usaha cenderung memilih strategi adaptif dengan mempertahankan kualitas produk dan melakukan penyesuaian harga secara bertahap agar konsumen dapat beradaptasi. Sikap sabar dan realistis dalam menghadapi tantangan menjadi pola yang konsisten ditemukan dalam penelitian ini. Pelaku usaha menyadari keterbatasan kontrol mereka terhadap faktor eksternal dan memilih untuk fokus pada aspek yang dapat dikelola.

Nilai-nilai Personal sebagai Fondasi Keberhasilan UMKM

Salah satu temuan paling menonjol dalam penelitian ini adalah peran nilai-nilai personal dalam menopang keberhasilan UMKM kuliner. Ketekunan, kesabaran, kejujuran, konsistensi, dan sikap pantang menyerah muncul sebagai tema sentral dalam narasi pelaku usaha. Nilai-nilai tersebut tidak hanya memengaruhi cara pelaku usaha menjalankan bisnis, tetapi juga membentuk hubungan dengan pelanggan dan lingkungan

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

sekitar. Nilai keluarga dan keyakinan personal juga menjadi sumber motivasi yang kuat bagi pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya. Temuan ini memperkuat argumen bahwa kewirausahaan pada UMKM mikro tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial dan nilai-nilai yang dianut pelaku usaha.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkaya kajian kewirausahaan dan UMKM dengan menekankan pentingnya perspektif pelaku usaha lapangan dalam memahami keberhasilan usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner tidak dapat direduksi hanya pada variabel-variabel ekonomi dan manajerial, tetapi perlu dipahami secara holistik dengan mempertimbangkan nilai, pengalaman, dan konteks sosial pelaku usaha. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya konsistensi, adaptasi, dan hubungan baik dengan pelanggan sebagai strategi bertahan jangka panjang. Bagi pemerintah dan lembaga pendamping UMKM, temuan ini menunjukkan perlunya pendekatan pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis seperti digitalisasi dan pembiayaan, tetapi juga pada penguatan karakter dan kapasitas personal pelaku usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan UMKM kuliner dari perspektif pelaku usaha lapangan melalui studi pada tiga jenis usaha, yaitu Piscok Lumer, Pisang Goreng Tanduk, dan Dimsum 1000-an. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha kuliner skala mikro tidak semata-mata ditentukan oleh strategi bisnis formal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh motivasi, karakter, nilai personal, serta kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap dinamika pasar dan tantangan operasional. Motivasi berwirausaha yang berasal dari dorongan keluarga, pengalaman hidup, atau peluang ekonomi menjadi fondasi yang memperkuat ketahanan dan komitmen pelaku usaha. Selain itu, kemampuan melakukan inovasi produk secara adaptif, pengelolaan operasional yang sederhana namun konsisten, serta strategi pemasaran yang mengandalkan pelanggan tetap dan lokasi strategis terbukti efektif

menjaga keberlangsungan usaha. Nilai-nilai personal seperti kesabaran, ketekunan, kejujuran, konsistensi, dan ketahanan mental muncul sebagai faktor utama yang memungkinkan pelaku usaha menghadapi tantangan, termasuk fluktuasi harga bahan baku, permintaan pasar, dan persaingan. Temuan ini menegaskan bahwa modal sosial, pengalaman praktis, dan karakter pelaku usaha sama pentingnya dengan faktor teknis dalam mendukung keberhasilan UMKM kuliner, terutama pada skala mikro di mana sumber daya terbatas dan akses teknologi pemasaran modern belum optimal.

Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, beberapa saran diajukan. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas jumlah dan variasi sampel untuk mendapatkan gambaran yang lebih representatif dan mempertimbangkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh faktor personal, inovasi, dan strategi operasional terhadap kinerja usaha secara objektif. Selain itu, studi lanjutan dapat meneliti peran teknologi digital, pemasaran online, dan dukungan pemerintah dalam meningkatkan keberhasilan UMKM kuliner, serta menggali hubungan antara nilai personal pelaku usaha dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Dengan demikian, temuan penelitian dapat memberikan rekomendasi yang lebih komprehensif bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan, sekaligus memperkaya literatur mengenai kewirausahaan mikro berbasis pengalaman lapangan.

KUNCI KEBERHASILAN USAHA KULINER SKALA MIKRO BERDASARKAN PERSPEKTIF PELAKU USAHA

DAFTAR REFERENSI

- Anugrah, E., & Prasetyo, H. (2022). Modal Sosial pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Primordial dan Franchise. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)*, 83–89. <https://doi.org/10.15408/jisi.v3i2.29668>
- DPR RI. (2025). *Analisis ringkas: Peran Koperasi dan UMKM dalam perekonomian Indonesia*. <https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/analisis-ringkas-cepat/public-file/analisis-ringkas-cepat-public-67.pdf>
- Faadiyah, N., & Ghina, A. (2025). Validasi Model Bisnis Usaha Mikro Bidang Kuliner (Studi Kasus: Tayko Bites). *e-Proceeding of Management*, 12(5), 5430–5439.
- Fajri, M. H. F., Zaki, N. N., Pratama, R. A., & Noviyanti, I. (2024). KEBERLANJUTAN USAHA KULINER: ANALISIS TANTANGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3).
- Irawati, S. A., Wantara, P., & Arfy, W. R. (2024). Transformasi UMKM Kuliner: Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 4(4), 515–522.
- Kusumaningrum, D. A., Pangestu, N. D., Yolanda, D., & Putra, R. H. O. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(6), 551. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i6.14536>
- Sholeh, M. I. (2024). Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Tengah Dinamika Pasar: Pengalaman Albarokah Chicken. *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jdbk/article/download/23869/11489>
- Siti Romdona, Silvia Senja Junista, & Ahmad Gunawan. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/10.61787/taceee75>