
STRATEGI KETAHANAN USAHA WARUNG HJ HASNAH PAREPARE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR LOKAL

Fitriyani Syukri¹, Hernianti Harun², Nur Ratna Sari³, Nabila⁴

¹⁻⁴ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Parepare

E-mail: fitriyanisyukri19@gmail.com¹, herniantiharunanty@gmail.com²,
nurratnasari189@gmail.com³, nabilabaharuddin17@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi ketahanan usaha Warung Hj Hasnah dalam menghadapi persaingan pasar lokal di Kota Parepare. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu: Reduksi data, Penyajian data, Penarikan kesimpulan,. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Hj Hasnah menerapkan strategi ketahanan usaha melalui konsistensi kualitas produk dengan mengandalkan menu utama nasi kuning ikan sebagai ciri khas usaha, penetapan harga berbasis biaya dengan margin keuntungan sekitar 30%, serta pelayanan yang berorientasi pada mutu dan kepuasan pelanggan. Dari sisi operasional, pengelolaan bahan baku dilakukan secara efisien melalui pemasok langganan untuk menghindari pemborosan. Dalam menghadapi persaingan dan tantangan usaha, termasuk dampak pandemi Covid-19 dan kenaikan biaya operasional, usaha ini bertahan dengan mengandalkan loyalitas pelanggan dan menjaga kualitas internal usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fokus pada kualitas produk, pelayanan, dan efisiensi operasional merupakan faktor utama yang mendukung ketahanan UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan pasar lokal.

Keywords: UMKM kuliner, ketahanan usaha, persaingan pasar lokal, strategi usaha.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah maupun nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis lokal. Di sektor kuliner, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber penghidupan masyarakat, tetapi juga berperan dalam menjaga keberlanjutan kuliner tradisional sebagai identitas budaya daerah. Keberadaan UMKM kuliner menjadi semakin penting di tengah dinamika perkembangan ekonomi lokal yang ditandai oleh meningkatnya jumlah pelaku usaha sejenis.

Meskipun memiliki kontribusi yang besar, UMKM kuliner menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Tantangan tersebut antara lain perubahan selera konsumen, fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan modal, serta meningkatnya persaingan dari usaha kuliner lain, baik yang berskala kecil maupun menengah. Selain itu, kondisi krisis seperti pandemi Covid-19 juga memberikan dampak signifikan terhadap penurunan omzet dan daya beli masyarakat, sehingga menuntut pelaku UMKM untuk memiliki strategi ketahanan usaha yang

adaptif dan berkelanjutan (Tambunan, 2019). Pandemi menyebabkan penurunan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi, sehingga banyak UMKM mengalami penurunan omzet, keterbatasan modal usaha, dan gangguan keberlanjutan usaha (Andi AR, 2024).

Ketahanan usaha (business resilience) menjadi faktor kunci bagi UMKM dalam menghadapi tekanan eksternal dan internal. Ketahanan usaha mencerminkan kemampuan pelaku usaha untuk bertahan, menyesuaikan diri, dan tetap menjalankan aktivitas bisnisnya dalam berbagai kondisi pasar. Menurut Andi AR (2020), UMKM yang memiliki strategi internal yang kuat, terutama dalam aspek kualitas produk, pelayanan, serta pengelolaan operasional, cenderung lebih mampu bertahan di tengah persaingan pasar lokal yang semakin kompetitif.

Kota Parepare sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Sulawesi Selatan memiliki perkembangan UMKM kuliner yang cukup pesat. Kondisi ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha kuliner lokal untuk mempertahankan eksistensi usahanya. Salah satu UMKM kuliner yang mampu bertahan dalam jangka waktu relatif panjang adalah Warung Hj Hasnah yang berlokasi di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Berdiri sejak tahun 2008, warung ini dikenal dengan menu andalannya berupa nasi kuning ikan dan mampu mempertahankan pelanggan di tengah munculnya berbagai usaha kuliner sejenis.

Keberhasilan Warung Hj Hasnah dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya selama lebih dari satu dekade menunjukkan adanya strategi ketahanan usaha yang diterapkan secara konsisten. Strategi tersebut mencakup pengelolaan kualitas produk, penetapan harga, pelayanan kepada pelanggan, serta pengelolaan operasional yang disesuaikan dengan kondisi pasar. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara mendalam strategi ketahanan usaha yang diterapkan oleh Warung Hj Hasnah dalam menghadapi persaingan pasar lokal di Kota Parepare.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi ketahanan usaha Warung Hj Hasnah dalam menghadapi persaingan pasar lokal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian UMKM kuliner serta menjadi referensi praktis bagi pelaku UMKM lain dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi penguatan UMKM di tingkat lokal.

KAJIAN TEORITIS

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan pemerataan pendapatan. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor strategis dalam perekonomian daerah dan nasional karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi berbasis lokal. Dalam konteks UMKM kuliner, keberadaan usaha tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya dan identitas kuliner daerah. Tambunan (2019) menyatakan bahwa UMKM yang mampu bertahan dalam jangka panjang umumnya memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap perubahan lingkungan usaha.

Manajemen yang efektif menjadi salah satu faktor utama keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Robbins dan Coulter (2018) menyatakan bahwa pengelolaan sumber daya manusia, pengaturan operasional, serta perencanaan strategi internal yang baik dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks UMKM kuliner,

manajemen yang tepat membantu pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk, mengatur stok bahan baku, dan memastikan pelayanan tetap optimal. Pengelolaan keuangan yang sistematis juga berkontribusi terhadap stabilitas usaha, sehingga UMKM lebih mampu bertahan dalam kondisi pasar yang dinamis.

Kewirausahaan menjadi inti dari kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang. Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menekankan bahwa inovasi produk, pengambilan risiko yang terukur, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar merupakan elemen kunci dalam membangun usaha yang sukses. Pelaku UMKM yang memiliki jiwa wirausaha cenderung lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen, mampu memanfaatkan peluang pasar baru, dan menerapkan strategi pemasaran kreatif. Selain itu, kemampuan entrepreneurial mendukung pengembangan jaringan bisnis dan kolaborasi dengan pihak lain, yang memperkuat posisi usaha di pasar lokal.

Ketahanan usaha (business resilience) didefinisikan sebagai kemampuan pelaku usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan tetap menjalankan aktivitas bisnisnya meskipun menghadapi tekanan eksternal seperti persaingan pasar, fluktuasi harga bahan baku, maupun krisis ekonomi. Menurut Andi AR (2020), ketahanan UMKM sangat dipengaruhi oleh strategi internal yang diterapkan secara konsisten, khususnya pada aspek kualitas produk, pelayanan, dan pengelolaan operasional. UMKM yang memiliki fondasi internal yang kuat cenderung lebih mampu menghadapi dinamika persaingan pasar lokal.

Strategi produk dalam UMKM kuliner berkaitan erat dengan kualitas rasa, kebersihan, dan konsistensi produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa diferensiasi produk melalui mutu yang konsisten dapat menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, terutama bagi usaha kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya. Strategi kompetitif yang konsisten, seperti diferensiasi produk, penetapan harga tepat, dan fokus pada kepuasan pelanggan, memungkinkan UMKM bersaing efektif dan membangun loyalitas pelanggan. Perencanaan strategis juga membantu mengantisipasi perubahan pasar dan mengelola risiko dengan lebih baik (David, 2019).

Strategi penetapan harga menjadi elemen penting dalam menjaga keberlanjutan UMKM. UMKM kuliner umumnya menggunakan pendekatan berbasis biaya (cost-based pricing), yaitu penentuan harga berdasarkan total biaya produksi ditambah margin keuntungan tertentu. Pendekatan ini dinilai sesuai bagi UMKM karena mempertimbangkan keterbatasan modal dan fluktuasi harga bahan baku (Suci, 2017). Penyesuaian harga secara fleksibel diperlukan agar usaha tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk.

Selain produk dan harga, strategi pelayanan juga berperan besar dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap keluhan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan pelanggan. Rachmawati dan Setiawan (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu keunggulan kompetitif UMKM yang sulit ditiru oleh usaha berskala besar.

Strategi operasional berkaitan dengan pengelolaan bahan baku, kebersihan tempat usaha, serta efisiensi biaya produksi. Pengelolaan operasional yang baik membantu UMKM mengurangi pemborosan dan menjaga stabilitas biaya. Efisiensi operasional menjadi faktor penting dalam

meningkatkan ketahanan usaha, terutama saat UMKM menghadapi kondisi pasar yang tidak stabil (Kusumaningrum et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi ketahanan usaha yang diterapkan oleh UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan pasar lokal. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggalian makna, pengalaman, serta praktik nyata yang dijalankan oleh pelaku usaha dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya, bukan pada pengujian hipotesis atau pengukuran statistik.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Hj Hasnah yang berlokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 319, Kelurahan Bukit Harapan, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih secara purposive karena Warung Hj Hasnah merupakan UMKM kuliner yang telah beroperasi sejak tahun 2008 dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang relatif panjang di tengah persaingan pasar lokal. Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2025.

Informan Penelitian

Informan utama dalam penelitian ini adalah pengelola Warung Hj Hasnah yang mengetahui secara langsung Proses Operasional, Strategi Produk, Harga, Dan Pelayanan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara mendalam, dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha untuk menggali informasi terkait strategi produk, penetapan harga, pelayanan, operasional, persaingan usaha, tantangan yang dihadapi, serta rencana pengembangan usaha.
2. Observasi langsung, dilakukan dengan mengamati aktivitas operasional warung, kondisi kebersihan, proses pelayanan kepada pelanggan, serta interaksi antara pemilik usaha dan konsumen.
3. Dokumentasi, berupa catatan usaha, foto kegiatan, dan informasi pendukung lainnya yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Reduksi data, dengan memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Penyajian data, dengan menyusun data dalam bentuk narasi sistematis agar mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan, untuk menginterpretasikan temuan penelitian dan mengaitkannya dengan kajian teori yang relevan.

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan pengecekan ulang informasi kepada informan untuk memastikan kesesuaian dan kebenaran data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Hj Hasnah menerapkan strategi produk dengan mengandalkan menu utama berupa nasi kuning ikan sebagai ciri khas usaha. Menu ini telah dipertahankan sejak awal berdirinya usaha dan menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Pemilik usaha menjaga konsistensi kualitas rasa dengan menggunakan takaran resep yang sama dalam setiap proses pengolahan makanan. Selain menjaga cita rasa, aspek kebersihan bahan makanan dan peralatan memasak juga menjadi perhatian utama dalam aktivitas operasional harian, sehingga kualitas makanan yang disajikan tetap terjaga.

Penetapan harga di UMKM biasanya menggunakan pendekatan *cost-based pricing*, yakni harga ditentukan dari total biaya produksi ditambah margin keuntungan tertentu.

Penyesuaian harga dilakukan secara fleksibel sesuai kondisi pasar agar usaha tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas (Suci, 2017; Muh Fajrul & Saptiyana, 2025).

Strategi pelayanan yang diterapkan oleh Warung Hj Hasnah berfokus pada mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan. Pemilik usaha berupaya memberikan pelayanan yang ramah dan menjaga kualitas makanan agar pelanggan tetap merasa nyaman dan bersedia melakukan pembelian ulang. Keluhan pelanggan relatif jarang terjadi, namun apabila terdapat keluhan, seperti terkait penyesuaian harga sebesar Rp2.000, pemilik usaha menanganinya dengan tetap menjaga kualitas rasa dan porsi makanan sebagai bentuk tanggung jawab kepada pelanggan.

Dari sisi operasional, pengelolaan bahan baku dilakukan secara sederhana namun efektif. Pengadaan bahan makanan dilakukan melalui pemasok langganan yang dihubungi melalui telepon dan bahan diantarkan langsung ke lokasi usaha sesuai kebutuhan harian. Strategi ini memungkinkan pemilik usaha untuk menghindari kelebihan stok dan meminimalkan risiko pemborosan bahan baku. Selain itu, kebersihan tempat usaha dan efisiensi biaya operasional juga menjadi perhatian dalam menjalankan aktivitas usaha sehari-hari.

Dalam menghadapi persaingan pasar, pemilik Warung Hj Hasnah tidak secara khusus mengidentifikasi pesaing utama. Hal ini disebabkan oleh adanya pelanggan tetap yang loyal terhadap cita rasa khas warung tersebut. Strategi utama yang diterapkan untuk bertahan di tengah persaingan adalah dengan terus menjaga mutu makanan dan pelayanan, tanpa harus mengikuti strategi pesaing secara langsung.

Tantangan terbesar yang dihadapi Warung Hj Hasnah terjadi pada masa pandemi COVID-19, yang menyebabkan penurunan omzet secara signifikan akibat pembatasan aktivitas masyarakat. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku dan beban biaya pajak pemerintah sekitar 10% juga menjadi kendala dalam menjalankan usaha. Meskipun demikian, pemilik usaha tetap berupaya mempertahankan kelangsungan usaha dengan menyesuaikan skala produksi dan mengandalkan pelanggan tetap.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemilik Warung Hj Hasnah memiliki rencana pengembangan usaha ke depan, yaitu membuka cabang di lokasi lain. Rencana ini didasarkan pada keyakinan bahwa usaha memiliki produk yang telah dikenal oleh masyarakat serta basis pelanggan yang cukup kuat untuk mendukung ekspansi usaha.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi ketahanan usaha Warung Hj Hasnah sangat bergantung pada konsistensi kualitas produk dan pelayanan. Fokus pada satu menu andalan dengan cita rasa yang terjaga mencerminkan penerapan strategi diferensiasi berbasis kualitas, yang menurut teori keunggulan bersaing merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, khususnya pada UMKM kuliner. Konsistensi rasa melalui penggunaan takaran resep yang tetap juga menunjukkan adanya standar operasional sederhana yang efektif dalam menjaga kualitas produk.

Strategi penetapan harga dengan margin sekitar 30% mencerminkan pendekatan costbased pricing yang umum diterapkan oleh UMKM kuliner. Penyesuaian harga yang dilakukan secara selektif, terutama akibat kenaikan harga bahan baku, menunjukkan upaya pemilik usaha dalam menjaga keseimbangan antara keberlanjutan usaha dan daya beli konsumen. Pendekatan ini relevan dengan kondisi pasar lokal yang sensitif terhadap perubahan harga.

Dalam aspek pelayanan, fokus pada mutu pelayanan dan penanganan keluhan secara langsung mencerminkan orientasi usaha pada kepuasan pelanggan jangka panjang. Pelayanan yang konsisten dan responsif terhadap keluhan pelanggan berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas pelanggan, yang menjadi salah satu modal utama UMKM dalam menghadapi persaingan pasar lokal.

Dari sisi operasional, pengelolaan stok bahan baku melalui pemasok langganan menunjukkan efisiensi operasional yang mendukung kelangsungan usaha. Strategi ini membantu usaha dalam mengurangi risiko pemborosan dan menjaga stabilitas biaya produksi. Selain itu, perhatian terhadap kebersihan tempat usaha juga memperkuat citra positif warung di mata konsumen.

Ketahanan Warung Hj Hasnah dalam menghadapi persaingan dan kondisi krisis, seperti pandemi COVID-19, menunjukkan kemampuan adaptasi usaha yang cukup baik. Loyalitas pelanggan dan fokus pada kualitas internal usaha menjadi strategi utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Rencana pengembangan usaha berupa pembukaan cabang di masa depan mencerminkan orientasi pertumbuhan jangka panjang yang dapat memperkuat posisi usaha di pasar kuliner lokal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Warung Hj Hasnah mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan pasar lokal melalui penerapan strategi ketahanan usaha yang berfokus pada aspek internal. Strategi produk diterapkan dengan menjaga konsistensi kualitas rasa dan kebersihan melalui penggunaan takaran resep yang tetap serta pengelolaan bahan baku yang baik. Strategi penetapan harga dilakukan dengan pendekatan berbasis biaya dengan margin keuntungan sekitar 30%, serta penyesuaian harga yang dilakukan secara selektif sesuai dengan kondisi kenaikan harga bahan baku.

Selain itu, strategi pelayanan yang menitikberatkan pada mutu dan kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan. Dari sisi operasional, pengelolaan stok bahan baku melalui pemasok langganan membantu usaha dalam menjaga efisiensi biaya dan meminimalkan pemborosan. Ketahanan usaha Warung Hj Hasnah juga tercermin dari kemampuannya bertahan pada masa krisis, seperti pandemi Covid-19, dengan mengandalkan pelanggan tetap dan penyesuaian skala produksi. Secara keseluruhan, konsistensi kualitas dan pengelolaan usaha yang sederhana namun efektif menjadi faktor utama dalam menjaga ketahanan UMKM kuliner ini.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Warung Hj Hasnah disarankan untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih sistematis guna mendukung perencanaan usaha dan rencana pengembangan di masa depan.
2. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dapat dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru.
3. Bagi pelaku UMKM kuliner lainnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menerapkan strategi ketahanan usaha dengan menekankan kualitas produk, pelayanan, dan efisiensi operasional.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji strategi ketahanan UMKM kuliner dengan pendekatan kuantitatif atau melibatkan lebih dari satu objek penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat terlaksana dan dipublikasikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi AR, N. M. (2024). *Atma Jaya Accounting Research (AJAR) Influence SIA, SPI, and Budget Targets the Quality Financial Reports Pengaruh SIA, SPI, dan Target Anggaran Terhadap Kualitas Laporan*. 7(1), 21–37.
- David, F. R. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach* (16th ed.). Pearson.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumaningrum, D. A., Putri, N. A., & Pratama, R. (2021). Strategi UMKM kuliner dalam menghadapi pandemi Covid-19. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98–108
- Muh Fajrul & Riska Fita Sptyana. (2025). Strategi peningkatan daya saing UMKM kuliner di era digital: studi kasus pada pelaku usaha di Kota Semarang. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 4(2), 143–157. .
- Rachmawati, D., & Setiawan, H. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 145–156.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.