



ANALISIS PRAKTIK WIRAUSAHA PADA USAHA MERCON TANTAN SEBAGAI UMKM KULINER LOKAL

Anisa Auliya¹, Risti Indah Sari.F², Suasa³, Dandan Haryono⁴, Nurhayati Hamid⁵

Program Studi Ilmu Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Tadulako

Email: aniisaauliyya@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik kewirausahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner lokal, yaitu Mercon Tantan, di tengah pesatnya perkembangan industri makanan di Indonesia. UMKM merupakan fondasi utama perekonomian nasional dengan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Mercon Tantan merupakan manifestasi inovasi yang mengangkat tema hidangan pedas khas "mercon," berhasil menarik perhatian, terutama generasi muda, melalui variasi menu, tingkat kepedasan, dan profil rasa yang intens. Hasil wawancara menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi oleh Mercon Tantan adalah maraknya persaingan dengan pedagang sejenis dan perlunya inovasi untuk memenuhi keinginan masyarakat akan produk yang lebih kekinian. Dengan menggunakan analisis Swot

Kata Kunci: UMKM, Wirausaha, Analisis Swot

Abstract

This study aims to analyze entrepreneurial practices in local culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), namely Mercon Tantan, amidst the rapid development of the food industry in Indonesia. MSMEs are the main foundation of the national economy with a significant contribution to job creation and economic growth. Mercon Tantan is a manifestation of innovation that raises the theme of the typical spicy dish "mercon," successfully attracting attention, especially the younger generation, through menu variations, levels of spiciness, and intense flavor profiles. The results of interviews indicate that the main challenges faced by Mercon Tantan are the rampant competition with similar vendors and the need for innovation to meet the public's desire for more contemporary products.

Keywords: *UMKM, Entrepreneurship, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan fondasi utama perekonomian nasional Indonesia. Kontribusi UMKM sangat signifikan, meliputi penciptaan lapangan kerja, mendorong laju pertumbuhan ekonomi, dan mendukung pemerataan kesejahteraan sosial. Secara khusus, di bidang kuliner, UMKM menunjukkan percepatan perkembangan yang luar biasa. Fenomena ini didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan variasi hidangan, tren gaya hidup yang cenderung konsumtif, serta popularitas kuliner daerah yang kian meningkat.

Ketidakpastian dan ketatnya persaingan di industri makanan menuntut setiap UMKM untuk memiliki kompetensi kewirausahaan yang solid. Kompetensi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penciptaan produk inovatif, pengelolaan operasional yang efisien, perumusan strategi pemasaran yang efektif, hingga manajemen finansial. Oleh karena itu, melakukan kajian terhadap praktik kewirausahaan menjadi esensial untuk mengevaluasi kapabilitas suatu usaha dalam

mempertahankan eksistensi, mencapai pertumbuhan, dan bersaing di pasar yang sangat dinamis.

Mercon Tantan merupakan manifestasi dari inovasi dan kreativitas dalam ranah kuliner lokal. Dengan mengangkat tema hidangan pedas yang dikenal sebagai "mercon," bisnis ini sukses menarik perhatian konsumen berkat keragaman menu, variasi level kepedasan, dan profil rasa yang intens. Keunikan konsep ini menjadikan Mercon Tantan mampu menjangkau pangsa pasar yang lebar, terutama di kalangan generasi muda yang antusias mencoba pengalaman bersantap dengan sensasi yang tidak biasa.

Meskipun demikian, di tengah akselerasi pertumbuhan industri makanan, setiap penggiat UMKM diwajibkan untuk menerapkan praktik kewirausahaan secara optimal. Kewirausahaan tidak sebatas pada pendirian bisnis, melainkan mencakup manajemen operasional, pemahaman mendalam terhadap psikologi konsumen, kemampuan beradaptasi dengan fluktuasi pasar, dan perumusan taktik bisnis yang dapat menjamin kelangsungan jangka panjang. Oleh karena itu, melaksanakan telaah mendalam terhadap praktik kewirausahaan yang dijalankan oleh Mercon Tantan menjadi suatu keharusan.

Lebih lanjut, penerapan kerangka analisis SWOT krusial untuk mengidentifikasi bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal membentuk dinamika usaha ini. Dengan memahami secara jelas apa saja aset (kekuatan), keterbatasan (kelemahan), potensi kemajuan (peluang), dan potensi risiko (ancaman) yang dimiliki, Mercon Tantan dapat menyusun strategi yang paling efektif guna memacu daya saingnya di pasar kuliner domestik.

KAJIAN PUSTAKA

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan didefinisikan sebagai suatu proses untuk mengkreasi sesuatu yang unik dan bernilai tambah melalui curahan waktu, tenaga, dan kesediaan menanggung berbagai risiko sosial. Balasan dari proses ini mencakup penghargaan finansial dan kepuasan pencapaian pribadi. Konsep wirausaha secara khusus menunjuk pada orang yang menginisiasi kegiatan usaha atau bisnis baru. Dengan kata lain, wirausaha adalah individu yang memiliki keahlian dalam melihat dan menilai peluang bisnis (Sudrajat, 2011:26). Secara ringkas, kewirausahaan adalah upaya seseorang untuk menciptakan atau mencapai peningkatan kekayaan dengan memikul semua risiko yang melekat pada usaha tersebut.

2. Ukm

Berbagai lembaga, instansi, hingga regulasi pemerintah telah merumuskan definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Regulasi terkini yang menjadi acuan adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

Berdasarkan Pasal 1 UU No. 20 Tahun 2008, berikut adalah pembedaan kriteria dan definisi UMKM:

1. Usaha Mikro (UM)

Usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi persyaratan kriteria usaha mikro yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil (UK)

Kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri oleh individu atau badan usaha. Usaha ini harus tidak terafiliasi (baik secara langsung maupun tidak

langsung) sebagai anak perusahaan, cabang, atau bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dan memenuhi kriteria usaha kecil yang ditetapkan.

3. Usaha Menengah (UM)

Usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara independen oleh individu atau badan usaha. Usaha Menengah harus tidak memiliki hubungan kepemilikan atau kendali (langsung maupun tidak langsung) dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, dan didefinisikan berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sesuai ketentuan Undang-Undang ini.

Perubahan yang Dilakukan:

1. Kalimat Pengantar: Diubah dari "Definisi tentang usaha mikro, kecil dan menengah banyak dikemukakan oleh beberapa lembaga..." menjadi "Berbagai lembaga, instansi, hingga regulasi pemerintah telah merumuskan definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Regulasi terkini yang menjadi acuan adalah..."
2. Struktur: Isi Pasal 1 disajikan dalam bentuk poin bernomor dan subjudul untuk memudahkan pembacaan dan pemahaman, alih-alih menyalin langsung seluruh kalimat.
3. Pilihan Kata: Beberapa frasa diganti, misalnya:
 - 1) "milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan" menjadi "dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan".
 - 2) "berdiri sendiri" menjadi "mandiri" atau "independen".
 - 3) "bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian..." menjadi "tidak terafiliasi" atau "tidak memiliki hubungan kepemilikan atau kendali".

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam yang berfokus pada praktik wirausaha di usaha Mercon Tantan. Proses analisis data akan menerapkan teknik SWOT.

LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 26 November 2025 berlokasi di Taman Vatulemo Kota Palu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan keterangan dari Informan 1, Bapak Sultan Hasanudin, seorang pelaku usaha, tantangan terbesar dalam menjalankan bisnisnya adalah tingginya tingkat persaingan di antara pedagang sejenis dan cepatnya perkembangan inovasi dalam dunia kuliner. Dinamika ini mendorong konsumen untuk lebih tertarik pada produk-produk yang *up-to-date* atau kekinian.

Oleh karena itu, Bapak Sultan merasa bertanggung jawab untuk terus berpikir kreatif dan proaktif mengikuti tren zaman, tanpa meninggalkan konsistensi pada bisnis yang sudah dijalankan saat ini.

Dalam aspek operasional dan finansial:

- a) Biaya sewa lahan dibayarkan harian, sebesar Rp1.800 per hari.
- b) Beliau juga menanggung kebutuhan keluarganya, yaitu sang istri.
- c) Pendapatan bersih harian rata-rata mencapai Rp500.000. Angka ini meningkat signifikan pada akhir pekan (weekend), di mana penghasilan bisa mencapai Rp1.000.000 hingga Rp1.200.000 per hari.

Strategi promosi utamanya adalah memanfaatkan media sosial. Penggunaan media sosial dinilai sangat efektif dan memiliki pengaruh besar terhadap usaha ini, terbukti dari banyaknya pelanggan yang datang setelah melihat informasi produk di platform tersebut.

Informan 2, seorang pembeli setia, menyatakan telah menjadi pelanggan tetap selama kurang lebih satu tahun. Alasannya adalah kualitas rasa kuliner yang konsisten dan tidak pernah berubah.

Poin-poin kepuasan utama konsumen meliputi:

- a) Konsistensi Rasa dan Pelayanan: Penjual dinilai sangat konsisten dalam menjaga rasa dan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- b) Kebersihan: Pelaku usaha sangat menjaga kebersihan produk dan tempat, yang menjadi aspek paling penting.
- c) Harga dan Nilai: Dengan harga Rp13.000 per porsi, produk ini dianggap sangat memuaskan, terjangkau oleh semua kalangan, serta memiliki nilai yang sebanding dengan rasa, kualitas, dan kebersihan yang terjamin.

Selain itu, pelayanan yang ramah turut menjadi faktor kunci bagi Informan 2 untuk tetap setia. Konsumen menyadari tidak sedikit usaha lain yang memiliki kualitas pelayanan yang kurang memuaskan.

Lokasi usaha ini sangat strategis karena berada di Jalan Baruga Vatulemo, Palu, dalam kawasan Baruga Street Food. Akses yang mudah dan letaknya yang berada di pusat kota, berdekatan dengan ikon kota Palu, yaitu Lapangan Vatulemo, menjadikan lokasi ini sangat menguntungkan.

ANALISIS SWOT

A. Strengths (Kekuatan)

- a) Harga terjangkau: Harga yang relatif murah menjadikan produk mudah diterima berbagai kalangan, terutama pelajar dan mahasiswa.
- b) Cita rasa khas: Makanan pedas dengan racikan bumbu yang berbeda dari kompetitor.
- c) Pelanggan loyal: Banyak pelanggan kembali karena rasa yang cocok dan pelayanan ramah.
- d) Lokasi strategis: Terletak di area ramai sehingga mudah dijangkau.
- e) Promosi melalui media sosial: Membantu meningkatkan jangkauan pelanggan.

B. Weaknesses (Kelemahan)

- a) Variasi menu terbatas.
- b) Belum menggunakan sistem pencatatan keuangan yang baik.
- c) Ketergantungan pada satu jenis produk (makanan pedas).
- d) Keterbatasan modal untuk ekspansi usaha.
- e) Kapasitas produksi masih kecil.

C. Opportunities (Peluang)

- a) Tren makanan pedas yang terus meningkat.
- b) Media sosial sebagai platform promosi gratis.
- c) Potensi franchise atau membuka cabang baru.

- d) Permintaan pasar terhadap makanan cepat saji.
 - e) Kemungkinan menjalin kerja sama dengan ojek online.
- D. Threats (Ancaman)
- a) Persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat.
 - b) Perubahan tren kuliner.
 - c) Kenaikan harga bahan baku.
 - d) Pelanggan cepat bosan jika tidak ada inovasi.
 - e) Risiko penurunan daya beli masyarakat.

Analisis SWOT ini memberikan gambaran yang jelas tentang situasi internal dan eksternal pada usaha mercon tantan sebagai umkm kuliner lokal. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi landasan bagi terciptanya strategi pembangunan yang lebih adaptif dan berkelanjutan, sesuai dengan karakteristik dan tantangan wilayah tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis praktik kewirausahaan dan analisis SWOT pada UMKM Mercon Tantan, dapat disimpulkan beberapa poin penting: Praktik Kewirausahaan: Mercon Tantan telah menunjukkan kompetensi kewirausahaan yang baik dalam aspek strategi pemasaran, terutama dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform promosi utama yang sangat efektif dalam menjangkau pelanggan. Konsistensi kualitas produk, kebersihan, dan pelayanan yang ramah menjadi faktor kunci untuk mempertahankan pelanggan loyal.

Tantangan Utama: Tantangan terbesar yang dihadapi usaha ini adalah ketatnya persaingan dengan pedagang sejenis dan tuntutan masyarakat akan inovasi produk yang lebih kekinian. Hal ini menunjukkan kebutuhan mendesak bagi Mercon Tantan untuk berpikir lebih kreatif dan maju mengikuti perkembangan zaman. Analisis Internal (Kekuatan & Kelemahan): Usaha Mercon Tantan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat, yaitu harga yang terjangkau, cita rasa khas, dan lokasi usaha yang sangat strategis di pusat kota. Namun, usaha ini perlu mengatasi kelemahannya, terutama dalam hal pengembangan variasi menu dan profesionalisme dalam pengelolaan keuangan/pencatatan.

Arah Strategi (Peluang & Ancaman): Dengan tren makanan pedas yang terus meningkat dan kemudahan promosi melalui media sosial sebagai peluang, Mercon Tantan sangat potensial untuk melakukan ekspansi, seperti membuka cabang baru atau franchise. Untuk menghadapi ancaman berupa persaingan dan kejenuhan pelanggan, strategi yang paling efektif adalah dengan terus berinovasi pada produk dan menjaga stabilitas harga jual agar tetap ramah di tengah kenaikan harga bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA

- Sudrajat, A. 2011. Konsep Kewirausahaan dan Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah. Pusat Kurikulum Balitbang Kemendiknas
- UU No. 20 Tahun 2008. Menurut UU No.20 tahun 2008 Pasal 1