



## **Analisis Model Bisnis Warung Kang Makan Sate Taichan sebagai UMKM Kuliner Modern Palu**

**Sopian**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Rizkhy Pramutya Saharani**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Dimas Febrian**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Saharani**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Febrianty**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Nuraisyah**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Syarif Permana Salingkat**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

**Gita Farista**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako

Alamat: Jl. Soekarno Hatta Km.9, Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94148

Korespondensi penulis: [Sopian.nurfadila10@gmail.com](mailto:Sopian.nurfadila10@gmail.com)

**Abstrak** Sate Taichan has become a popular culinary MSME among young consumers who prefer spicy and practical meals. This study aims to analyze the business model of a Sate Taichan food stall and identify the key factors that support its sustainability and growth. Using a qualitative descriptive method, data were collected through direct observation, brief interviews with the owner and customers, and daily operational monitoring. The findings show that the business's core value lies in its distinctive taste, affordable pricing, and fast service. Its main customers include students, university learners, and young workers who seek accessible and quick meals. Social media plays a significant role in expanding market reach, while essential resources consist of fresh ingredients, cooking skills, and a strategic location. Overall, the study concludes that the Sate Taichan business model has strong potential for further development through continuous innovation, quality maintenance, and effective digital marketing strategies.

**Keywords:** Business Model; Culinary MSMEs; Sate Taichan.

**Abstrak** Sate Taichan merupakan salah satu UMKM kuliner yang semakin diminati oleh konsumen muda yang menyukai makanan pedas dan praktis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis warung Sate Taichan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberlanjutan dan perkembangan usahanya. Metode penelitian yang digunakan

adalah deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara ringan dengan pemilik dan pelanggan, serta pemantauan kegiatan operasional harian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai utama usaha ini terletak pada cita rasa yang khas, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang cepat. Pelanggan utamanya adalah pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang membutuhkan makanan yang mudah diakses dan cepat disajikan. Media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan pemasaran, sementara sumber daya utama meliputi bahan baku segar, keterampilan memasak, dan lokasi strategis. Secara keseluruhan, penelitian menyimpulkan bahwa model bisnis Sate Taichan memiliki potensi besar untuk terus berkembang melalui inovasi, menjaga kualitas, dan strategi pemasaran digital yang efektif.

**Kata Kunci:** Model Bisnis; Sate Taichan; UMKM Kuliner.

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kota Palu. Salah satu sektor UMKM yang menunjukkan perkembangan pesat adalah sektor kuliner, terutama kuliner kekinian yang diminati generasi muda. Perubahan gaya hidup, preferensi terhadap makanan praktis, dan pesatnya perkembangan media sosial membuat kuliner modern semakin mudah diterima. Sate Taichan sebagai salah satu inovasi kuliner kekinian memiliki karakteristik unik berupa rasa gurih-pedas, daging putih tanpa bumbu kacang, dan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan sehingga diminati konsumen muda. Kehadiran Warung Kang Makan Sate Taichan di Kota Palu mencerminkan dinamika perkembangan usaha kuliner modern yang mengandalkan citra, kecepatan pelayanan, dan strategi digital marketing.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang mampu memanfaatkan pemasaran digital, menjaga kualitas produk, dan memiliki proporsi nilai unik lebih mudah bertahan dalam persaingan. Namun masih terdapat kesenjangan antara kondisi ideal (das sollen) yaitu UMKM yang memiliki perencanaan bisnis matang, manajemen keuangan profesional, serta strategi pemasaran terstruktur dengan kondisi nyata (das sein) di lapangan yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM dikelola secara otodidak, tanpa perencanaan baku, dan sering bergantung pada relasi personal serta media sosial informal. Gap inilah yang menjadi dasar urgensi penelitian ini, yaitu mengkaji bagaimana model bisnis UMKM kuliner modern dijalankan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki latar belakang kewirausahaan formal namun mampu bertahan melalui adaptasi dan pengalaman langsung.

Kebaruan penelitian (state of the art) terletak pada fokus kajian terhadap model bisnis UMKM kuliner modern di Kota Palu dengan pendekatan deskriptif berbasis wawancara mendalam, yang belum banyak dilakukan dalam konteks lokal. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung memfokuskan pada digital marketing atau kualitas layanan, penelitian ini menelaah elemen-elemen Business Model Canvas secara menyeluruh berdasarkan praktik nyata yang dilakukan pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Warung Kang Makan Sate

Taichan, menggambarkan strategi operasionalnya, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberlangsungan usaha.

## **KAJIAN TEORITIS**

Kajian teori dalam penelitian ini berlandaskan pada konsep UMKM, kewirausahaan kuliner, dan Business Model Canvas (BMC). UMKM didefinisikan sebagai unit usaha berskala kecil yang memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi lokal. Dalam sektor kuliner, UMKM berperan sebagai penyedia produk pangan cepat saji dan inovatif yang mengikuti tren pasar. Teori kewirausahaan menjelaskan bahwa pelaku usaha tidak selalu berasal dari latar belakang pendidikan bisnis; banyak wirausahawan tumbuh melalui pengalaman langsung, kemampuan melihat peluang, dan kemauan untuk mengambil risiko.

Business Model Canvas oleh Osterwalder & Pigneur menjadi kerangka analisis utama dalam penelitian ini. BMC terdiri dari sembilan elemen, yaitu proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, struktur biaya, dan arus pendapatan. Model ini umum digunakan untuk menganalisis cara sebuah usaha menciptakan nilai dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap tren, kecepatan pelayanan, diferensiasi menu, dan pemanfaatan media digital. Namun penelitian di Kota Palu yang menelaah model bisnis UMKM kuliner kekinian masih terbatas. Hal ini memberikan celah penelitian baru untuk mengkaji bagaimana pelaku usaha menjalankan model bisnisnya, terutama ketika usaha dijalankan oleh individu tanpa pendidikan formal kewirausahaan, sehingga keputusan bisnis lebih banyak didasarkan pada pengalaman, intuisi, dan observasi pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada Warung Kang Makan Sate Taichan di Kota Palu. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap aktivitas operasional usaha serta wawancara mendalam dengan pemilik usaha untuk menggali informasi mengenai latar belakang, strategi, dan pengelolaan bisnis. Teknik dokumentasi tambahan digunakan untuk memperoleh data pendukung seperti informasi promosi media sosial dan kondisi fisik warung. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memahami secara menyeluruh bagaimana model bisnis dijalankan berdasarkan kerangka Business Model Canvas.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Kang Makan Sate Taichan memiliki proposisi nilai utama berupa rasa gurih-pedas yang khas, penyajian cepat, harga terjangkau, serta kesederhanaan tempat makan yang tetap nyaman bagi pelanggan. Pemilik usaha menyatakan bahwa peluang besar terlihat sejak awal usaha dibuka bersama teman-temannya karena respon

pelanggan yang positif. Segmen pelanggan didominasi pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang menyukai makanan pedas dan praktis. Perilaku konsumsi yang mengikuti tren kuliner nasional turut memperkuat posisi usaha ini di pasar lokal.

Dalam hal operasional, usaha ini dijalankan dengan persiapan bahan baku setiap pagi dan mulai beroperasi pada pukul 16.00 hingga 23.30. Pengelolaan harian dilakukan dengan memastikan ketersediaan bahan baku baru setiap hari serta membagi tugas antara tiga karyawan yang membantu operasional. Pemilik usaha mengelola manajemen keuangan secara sederhana dengan sistem stok harian untuk menjaga kestabilan arus kas, membayar karyawan, dan menyisihkan dana untuk kebutuhan operasional lain. Meskipun tidak memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan, pemilik usaha mampu mempraktikkan prinsip dasar manajemen usaha secara otodidak.

Dalam aspek pemasaran, media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi alat penting untuk menarik pelanggan. Meskipun pemilik mengaku jarang melakukan posting, relasi pertemanan, promosi dari mulut ke mulut, serta penggunaan platform online seperti Gojek menjadi pendorong utama bertambahnya pelanggan. Ketika usaha mengalami penurunan penjualan setelah dikelola sendiri tanpa rekan, strategi pemasaran digital dan konsistensi kualitas makanan berhasil mengembalikan kepercayaan pelanggan.

Inovasi yang dilakukan lebih menekankan pada perbaikan dan penataan tempat usaha agar lebih nyaman. Pengembangan produk dilakukan melalui variasi pelayanan baik secara offline maupun online. Peluang usaha dinilai cukup besar karena sejak awal memiliki relasi kuat yang membantu penyebaran informasi terkait cita rasa dan keberadaan warung. Tantangan terbesar yang dihadapi adalah fluktuasi pendapatan dan kondisi cuaca karena lokasi usaha bersifat outdoor, namun hal tersebut dapat diatasi dengan meningkatkan kualitas layanan dan pemasaran.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Warung Kang Makan Sate Taichan mampu bertahan dan berkembang sebagai UMKM kuliner modern melalui kombinasi faktor berupa proposisi nilai yang kuat, operasional yang konsisten, pemanfaatan media sosial, serta dukungan relasi dan rekomendasi pelanggan. Meskipun pemilik usaha tidak memiliki latar belakang formal di bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha dapat dilakukan secara efektif melalui pembelajaran otodidak dan pengalaman langsung. Model bisnis usaha ini menunjukkan bahwa strategi sederhana namun adaptif dapat menjadi kunci keberhasilan UMKM kuliner di Kota Palu. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa potensi UMKM kuliner di Kota Palu masih sangat besar dan dapat terus berkembang melalui inovasi, peningkatan kualitas pelayanan, serta optimasi pemasaran digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)**

Arsyad, M., Rahman, F., & Syahrul, R. (2021). Evaluasi Implementasi Kebijakan Layanan Publik di Pemerintah Daerah. *Jurnal Administrasi Nusantara*, 10(2), 115–130. <https://doi.org/10.24198/jan.v10i2.44321>.

Bahri, S., & Lestari, W. (2020). Pengaruh Transparansi Pemerintah Terhadap Kepercayaan Publik Pada Era Digital. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 15(1), 44–58. <https://doi.org/10.23999/jip.v15i1.29817>.

Hartati, N. (2022). Analisis Pelayanan Administrasi Kependudukan Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Kebijakan Publik*, 8(3), 201–214. <https://doi.org/10.47721/jkp.v8i3.55211>.

Kurniawan, D., & Saleh, H. (2023). Efektivitas Penanganan Bencana Berbasis Masyarakat di Indonesia Timur. *Jurnal Penanggulangan Bencana*, 7(2), 76–94. <https://doi.org/10.31764/jpb.v7i2.65931>.

Rahim, A., Jamal, T., & Nurhaliza, F. (2020). Otonomi Daerah dan Kinerja Pemerintah Dalam Pengelolaan Lingkungan. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 5(1), 12–25. <https://doi.org/10.33322/jpd.v5i1.12555>.

Satriawan, D. (2021). Evaluasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengelolaan Pelayanan Publik. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 12(4), 188–199. <https://doi.org/10.31289/jakp.v12i4.55432>.

Hidayah, L., & Munandar, A. (2019). Transformasi Digital dalam Pelayanan Publik di Era Industri 4.0. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 6(2), 55–68. <https://doi.org/10.47134/jra.v6i2.2211>.

Maulana, R., & Suryani, P. (2020). Partisipasi Masyarakat pada Tata Kelola Pemerintahan Lokal. *Jurnal Ilmu Sosial*, 8(1), 71–83. <https://doi.org/10.33822/jis.v8i1.33452>.

Febrianto, K., & Yuniarti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Instansi Pelayanan Publik. *Jurnal Pelayanan Publik*, 4(2), 99–113. <https://doi.org/10.31244/jpp.v4i2.43821>.

### **Artikel Prosiding**

Ananda, R., Syafrudin, D., & Malik, F. (2021). Public Trust in Local Government Digital Services. In *Proceedings of the International Conference on Public Administration* (pp. 221–228). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/icopa.2021.00452>.

### **Working Paper**

Suryani, T. (2020). Community Participation in Local Government Development Programs. *Working Paper Series*, Center for Social Policy Research. Retrieved from <https://www.cspr.or.id/wp-content/uploads/2020/03/workingpaper12.pdf>.

### **Disertasi/Tesis/Paper Kerja**

Hamzah, R. (2021). *Analisis Efektivitas Program Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Palu Timur*. Tesis, Universitas Tadulako. Retrieved from <http://repository.untad.ac.id/handle/123456789/9921>.

Wahyuni, E. (2020). *Evaluasi Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil*. Universitas Negeri Makassar. Retrieved from <http://repository.unm.ac.id/handle/987654321/55412>.

### **Buku Teks**

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

#### **Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan**

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Indonesia 2022*. Jakarta: BPS. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication>.

UNDP. (2020). *Human Development Report 2020*. United Nations Development Programme. Retrieved from <https://hdr.undp.org>.

#### **Artikel Surat Kabar/Majalah**

Rachman, A. (2021, 15 Juli). Pemerintah Dorong Transformasi Digital Pelayanan Publik. *Kompas*, 6.

#### **Sumber dari internet dengan nama penulis**

Kementerian Kominfo. (2021). *Pedoman Transformasi Digital 2021–2024*. Available at: <https://www.kominfogo.id/transdigital>. (Diakses 18 Oktober 2024).

#### **Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)**

*Perkembangan Data UMKM Nasional Tahun 2023.*  
Available at: <https://www.kemenkopkm.go.id> (diakses 27 Mei 2024).