

## **Analisis Kewirausahaan dalam Pengembangan Rencana Bisnis UMKM Kuliner: Studi Kasus Pada UMKM Kuliner di Kota Sidoarjo**

**Andri Nusantara Putra<sup>1</sup>, M.Dzulfahmi Mubarak<sup>2</sup>, Frendika Eko Karyanto<sup>3</sup>,  
Muhammad Ridlo<sup>4</sup>, Javan Agustian Setyagraha<sup>5</sup>, Iskandar Setiyawan<sup>6</sup>, Imelda Dian  
Rahmawati<sup>\*7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> S2 Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Correspondence: [imeldadian@umsida.ac.id](mailto:imeldadian@umsida.ac.id)

Received: 28 Desember 2024 | Revised: 1 Januari 2025 | Accepted: 3 April, 2025

### **Keywords:**

Business Plan;  
Culinary UMKM;  
Digital Marketing;  
Entrepreneurship;  
Financial Strategy;  
Product Innovation

### **Abstract**

The purpose of this study is to evaluate the role of entrepreneurship in creating business plans for culinary UMKM in Sidoarjo City and to identify the key success factors for culinary business owners. This study employs a qualitative descriptive approach, which involves 50 culinary UMKM operating for more than two years. Data were collected through in-depth interviews and direct observations, focusing on product innovation, digital marketing, financial strategy, location selection, and risk management. The research results indicate that the most influential factors in the success of culinary businesses in Sidoarjo are digital marketing and product innovation. Through thematic analysis and data triangulation, it was found that UMKM entrepreneurs are generally proactive and innovative in adapting to market trends and leveraging digital marketing to reach consumers. Other factors, such as financial strategy and location selection, also support business sustainability. This study is expected to provide practical guidance for aspiring entrepreneurs in developing successful and sustainable culinary business plans.

### **Kata Kunci:**

Rencana Bisnis;  
UMKM Kuliner;  
Pemasaran Digital;  
Kewirausahaan;  
Strategi Keuangan;  
Inovasi Produk

### **Abstract**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi peran kewirausahaan dalam pembuatan rencana bisnis untuk UMKM kuliner di Kota Sidoarjo dan menemukan komponen keberhasilan yang penting bagi pelaku usaha kuliner. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang melibatkan 50 UMKM kuliner yang telah beroperasi lebih dari dua tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung dengan fokus pada inovasi produk, pemasaran digital, strategi keuangan, penentuan lokasi, dan manajemen risiko. Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis kuliner di Sidoarjo adalah pemasaran digital dan inovasi produk. Melalui analisis tematik dan triangulasi data, ditemukan bahwa pelaku UMKM cenderung proaktif dan inovatif dalam beradaptasi dengan tren pasar, serta memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen. Faktor-faktor lain seperti strategi keuangan dan penentuan lokasi juga berperan dalam mendukung keberlangsungan usaha. Diharapkan penelitian ini akan memberikan panduan praktis bagi calon wirausahawan dalam membangun rencana bisnis kuliner yang sukses dan berkelanjutan.

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Menurut penelitian dari Zimmerer dan Scarborough (2008) pada buku Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi, kewirausahaan adalah proses menggabungkan dan mengumpulkan berbagai sumber daya untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda (Wicaksana & Rachman, 2018). Hal ini sangat berkaitan dengan rencana bisnis yang menjadi salah satu komponen utama dalam keberhasilan sebuah usaha. Rencana bisnis adalah peta jalan bagi seorang wirausahawan untuk mencapai tujuan bisnisnya melalui strategi yang terukur dan terarah.

Bisnis kuliner merupakan sektor yang sangat kompetitif dan membutuhkan inovasi produk yang berkelanjutan serta pemahaman yang baik terhadap kebutuhan pasar (Supriandi, 2022). Peningkatan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terutama di sektor kuliner, menunjukkan adanya potensi besar dalam industri ini yang membutuhkan pendekatan kewirausahaan yang tepat serta perencanaan yang matang. Diperkirakan ada sekitar 134 ribu UMKM di Kabupaten Sidoarjo yang membuatnya disebut sebagai "Kota UMKM". Kabupaten Sidoarjo yang berdekatan dengan Surabaya, adalah salah satu kota yang mengalami perkembangan UMKM di bidang kuliner yang cepat. Dengan banyaknya UMKM di Sidoarjo, para pengusaha harus memikirkan strategi terbaik untuk bisnis mereka sebelum memulai bisnis kuliner (Siswati & Alfiansyah, 2020). Bisnis kecil dan menengah (UMKM) meningkatkan ekonomi lokal di sekitar tempat usaha mereka dengan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan penerimaan negara melalui ekspor dan pajak, dan akhirnya mendorong inovasi (Muljanto, 2020).

Beberapa kriteria penting dalam keberhasilan bisnis kuliner adalah inovasi produk, pemasaran digital, strategi keuangan, penentuan lokasi dan manajemen risiko. Menurut penelitian oleh Smith, dkk pada buku Manajemen Inovasi, bisnis yang mampu mempertahankan keunggulan kompetitif cenderung lebih berhasil dalam jangka panjang (Lestari, 2019).

Menurut Amelia Almira (2018) untuk dapat memperluas pasar dan memasarkan produk mereka ke berbagai demografi, perusahaan memerlukan inovasi produk (Almira Amelia & JE Sutanto, 2018). Inovasi produk bersama dengan inovasi proses, organisasi, dan bisnis, didefinisikan sebagai produk (barang atau jasa) baru yang dirilis ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar (Alwi & Handayani, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu dilakukan oleh Panji Ulum, dkk pada tahun 2023, menyoroti Pengaruh Lokasi dan Inovasi Pada Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Muara Bungo yang dimana fokus utamanya yaitu pada keberhasilan usaha pada lokasi usaha dan tidak secara mendalam membahas aspek rencana bisnis sebagai instrumen strategis untuk pertumbuhan usaha. Selain itu, penelitian ini berfokus pada aspek budaya kewirausahaan yang mendorong inovasi tanpa mengkaji bagaimana rencana bisnis dapat membantu UMKM kuliner dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif (Ulum et al., 2023).

Selanjutnya, penelitian oleh Muhammad Aziz, dkk (2021) meneliti komponen keberlanjutan usaha dan daya saing perusahaan kecil dan menengah (UMKM) melalui strategi pemasaran dengan fokus utama pada strategi pemasaran digital di kalangan UMKM. Namun, penelitian tersebut lebih menekankan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan

tidak memfokuskan pada pentingnya perencanaan bisnis yang sistematis dalam pengembangan bisnis jangka Panjang (Azis et al., 2021).

Adapun lokasi bisnis dipilih dengan tidak tepat dan tidak sesuai dengan bisnis itu sendiri, hal itu akan berdampak negatif pada keberlangsungan bisnis itu sendiri (Nur Fu'ad, 2015). Tingkat keramaian atau kepadatan penduduk di sekitar lokasi, daya beli masyarakat sekitar, tingkat persaingan dalam jenis usaha yang sama, kemudahan akses ke lokasi, keamanan, kebersihan, dan biaya untuk menyewa atau membeli tempat usaha adalah beberapa faktor yang mempengaruhi dalam menentukan lokasi bisnis. Selain itu, ada banyak bisnis pendukung di sekitar lokasi (Ikhlis & Jafnihirida, 2021).

Menurut Darsono pada buku Manajemen Sumber Daya Manusia, strategi keuangan adalah usaha yang dilakukan oleh pemilik dan peminjam bisnis untuk memperoleh sumber modal dengan cara yang paling efisien dan menguntungkan sambil menghasilkan keuntungan (Darsono Dan Tjatjuk Siswandoko, 2011). Jika bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki keuangannya yang dikelola dan di informasikan secara transparan dan akurat, hal itu akan berdampak positif pada bisnis UMKM itu sendiri (Setyaningrum, 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto (2020), UMKM yang menerapkan manajemen risiko secara sistematis cenderung lebih tahan terhadap berbagai ancaman eksternal dan internal. Manajemen risiko yang baik dapat membantu UMKM dalam mengenali potensi risiko sejak dini, sehingga dapat merencanakan tindakan mitigasi yang tepat (Cessa et al., 2024). Oleh karena itu, berbagai risiko yang dihadapi industri kecil menengah, pengelolaan risiko sangat penting bagi usaha kecil untuk mengurangi kerugian (Stiadi et al., 2021).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi peran kewirausahaan dalam pembentukan rencana bisnis untuk UMKM di Kota Sidoarjo dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan yang paling penting untuk memulai bisnis kuliner. Dengan demikian, Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu para wirausahawan membuat rencana bisnis yang baik.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan deskriptif kualitatif, dan rancangan penelitian ini bergantung pada analisis tematik dan triangulasi data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan menganalisis lima kriteria utama yang memengaruhi keberhasilan kewirausahaan UMKM di industri kuliner. Kriteria tersebut adalah inovasi produk, pemasaran digital, strategi keuangan, penentuan lokasi, dan manajemen risiko.

Data primer penelitian ini berasal dari wawancara terstruktur dengan 50 pelaku usaha UMKM di industri kuliner, dan data sekunder berasal dari dokumen rencana bisnis UMKM yang dianalisis. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria utama responden adalah pemilik UMKM.

Teknik pengumpulan data mencakup wawancara terstruktur, observasi langsung pada praktik operasional UMKM, serta analisis dokumen rencana bisnis. Wawancara dilakukan untuk memahami pandangan responden terhadap pentingnya lima kriteria utama, sementara observasi digunakan untuk memverifikasi implementasi tema-tema tersebut dalam praktik bisnis sehari-hari. Analisis dokumen bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana lima kriteria utama tercantum dalam perencanaan strategis UMKM.

Teknik analisis tematik digunakan untuk menemukan pola dan tema utama dari observasi, dokumen, dan wawancara. Selanjutnya, teknik triangulasi data digunakan untuk membandingkan dan memastikan konsistensi hasil dari berbagai sumber data. Data dianalisis secara mendalam untuk mengungkap tingkat relevansi dan penerapan lima kriteria utama dalam keberhasilan UMKM di sektor kuliner.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari wawancara, sebagian besar wirausahawan di Kota Sidoarjo memiliki karakteristik yang proaktif, inovatif, dan mampu beradaptasi dengan tren pasar. Mereka menganggap pentingnya inovasi dalam menciptakan produk yang unik dan berbeda untuk menarik minat konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan memainkan peran penting dalam menyusun dan mengimplementasikan rencana bisnis UMKM di sektor kuliner. Sebanyak 90% responden menilai bahwa pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing di era digital, yang terkonfirmasi melalui observasi pada aktivitas pemasaran mereka di media sosial. Inovasi Produk juga mendapatkan perhatian besar dengan 75% responden menyebutnya sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan usaha mereka. Strategi Keuangan juga memiliki tingkat relevansi tinggi, di mana 80% responden menganggap sebagian besar pelaku usaha mengelola keuangan secara mendalam. Namun, Penentuan Lokasi dan Manajemen Risiko cenderung kurang diperhatikan. Hanya 60% responden yang menunjukkan perhatian pada penentuan tempat lokasi, sementara manajemen risiko tercatat sebagai tema dengan perhatian paling rendah, dengan hanya 55% responden yang memprioritaskannya. Hal ini sejalan dengan temuan observasi, di mana praktik pengelolaan risiko yang terstruktur hampir tidak ditemukan dalam UMKM yang diteliti.

Berikut hasil analisis tematik berdasarkan kuesioner dari 50 responden usaha kuliner di Sidoarjo dan frekuensi total untuk masing-masing kriteria, sebagai berikut:

Tabel 1. Data Responden (Skala 1-5 untuk Masing-masing Kriteria)

Responden	Inovasi Produk	Pemasaran Digital	Strategi Keuangan	Penentuan Lokasi	Manajemen Risiko
1	2	4	3	5	2
2	3	5	5	1	1
3	1	1	5	1	3
4	5	2	1	4	5
5	2	4	4	2	5
6	4	5	1	1	3
7	3	4	1	2	1
8	4	3	2	1	1
9	3	3	3	3	2
10	1	4	1	4	2
11	4	5	2	2	1
12	2	5	2	1	3
13	3	4	2	1	1

14	2	1	1	2	1
15	4	4	4	3	1
16	3	2	2	3	1
17	5	5	4	3	2
18	4	5	2	2	3
19	4	4	2	1	2
20	2	2	1	2	3
21	3	3	5	2	2
22	5	4	2	2	3
23	4	3	2	1	1
24	5	5	3	3	4
25	3	2	2	2	1
26	1	3	2	1	1
27	1	4	4	4	2
28	3	4	5	2	1
29	3	4	1	1	1
30	5	5	1	2	4
31	4	4	1	1	1
32	4	3	1	2	1
33	4	5	4	3	2
34	5	5	2	3	3
35	4	5	3	3	2
36	3	3	1	1	1
37	3	4	1	1	2
38	2	3	3	1	1
39	5	5	4	3	3
40	4	4	2	2	2
41	5	4	2	1	1
42	3	3	1	1	2
43	4	5	4	2	2
44	2	5	3	1	1
45	3	4	5	2	1
46	2	2	3	2	4
47	4	4	2	4	3
48	3	4	2	2	2
49	5	3	3	2	2
50	4	4	2	3	2

Tabel 2. Frekuensi untuk Setiap Kriteria

<b>Kriteria</b>	<b>Frekuensi Total</b>
Pemasaran Digital	188
Inovasi Produk	167
Srategi Keuangan	124
Penentuan Lokasi	104
Manajemen Risiko	101

Pada tabel 1 dan 2 menampilkan frekuensi setiap kriteria yang muncul dalam analisis kewirausahaan dan rencana bisnis berdasarkan tanggapan dari 50 responden. Dari data diatas, disimpulkan bahwa "Pemasaran Digital" dan "Inovasi Produk" memiliki frekuensi tertinggi, diikuti oleh "Strategi Keuangan", "Penentuan Lokasi," dan "Manajemen Risiko".

Tabel 3. Triangulasi Data

<b>Kriteria</b>	<b>Wawancara</b>	<b>Observasi</b>	<b>Dokumen</b>	<b>Konsistensi</b>
Pemasaran Digital	Beberapa responden menggunakan media digital	Aktivitas di media sosial teramati	Hanya tercatat sebagian	Konsisten
Inovasi Produk	Responden menilai penting	Terlihat inovasi produk baru	Tercatat pada rencana bisnis	Konsisten
Strategi Keuangan	Responden mencatat anggaran	Ditemukan manajemen keuangan sederhana	Tercatat, tapi tidak mendetail	Kurang Konsisten
Penentuan Lokasi	Responden menganggap lokasi penting	Pengamatan pada area bisnis	Ada pada rencana lokasi	Kurang Konsisten
Manajemen Risiko	Responden mencatat risiko bisnis	Belum banyak yang menerapkan	Jarang dicatat	Tidak Konsisten

Secara keseluruhan, hasil triangulasi data pada tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat konsistensi yang tinggi pada tema "Pemasaran Digital" dan "Inovasi Produk" di mana kedua tema ini dinilai penting oleh sebagian besar responden dalam rencana bisnis UMKM.

## 2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan UMKM di sektor kuliner untuk menggunakan pemasaran digital sebagai cara yang efektif untuk mempromosikan bisnis mereka sangat memengaruhi keberhasilan mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Lestari (2019), bahwa digitalisasi pemasaran mampu meningkatkan penjualan pada UMKM kuliner. Meskipun demikian, kurangnya perhatian terhadap manajemen risiko menunjukkan bahwa UMKM masih kurang siap untuk menghadapi ketidakpastian bisnis. Hal ini berbeda dengan penelitian Christina Cessa Febyola Harianja, dkk (2024), yang menekankan bahwa strategi mitigasi yang baik dapat mengurangi efek risiko, meningkatkan stabilitas operasional, dan memaksimalkan peluang pertumbuhan yang berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki konsekuensi teoretis dan praktis. Secara praktis, temuan ini menunjukkan kepada UMKM di industri kuliner betapa pentingnya memasukkan kewirausahaan ke dalam rencana bisnis mereka, terutama dalam hal pemasaran digital dan

inovasi produk. Selain itu, penentuan lokasi dan manajemen risiko harus dilakukan dengan bantuan dan pelatihan dari pemerintah daerah atau lembaga terkait. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori kewirausahaan dalam konteks UMKM di industri kuliner dan membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut tentang strategi keuangan dan pengelolaan risiko yang berkontribusi pada keberlanjutan bisnis UMKM.

Dengan demikian, hasil ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik dalam rencana bisnis UMKM, terutama dengan memperhatikan strategi keuangan dan manajemen risiko untuk mendukung keberlanjutan usaha.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner di Kota Sidoarjo memiliki peran kewirausahaan yang signifikan dalam pembentukan rencana bisnis mereka. Kemampuan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka dengan menemukan peluang, menggunakan pemasaran digital sebagai strategi utama, dan mengembangkan produk baru adalah semua ciri-ciri kewirausahaan. Sebagian besar bisnis UMKM membuat rencana bisnis dengan fokus pada aspek operasional dan pemasaran. Namun, penentuan lokasi dan manajemen risiko masih menjadi kelemahan.

Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi lima faktor keberhasilan utama yang penting bagi pelaku usaha kuliner. Faktor pertama adalah pemasaran digital, yang menjadi alat utama untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Faktor kedua adalah inovasi produk, yang membantu menciptakan nilai tambah dan menarik pelanggan baru. Faktor ketiga adalah strategi keuangan yang berperan penting dalam mengelola kebutuhan usaha. Sementara itu, penentuan lokasi dan manajemen risiko menjadi faktor yang kurang mendapatkan perhatian, meskipun keduanya sangat penting untuk keberlanjutan usaha.

Meskipun pemasaran digital, inovasi produk, dan strategi keuangan telah mendapatkan perhatian besar dari pelaku UMKM, aspek lokasi strategis dan mitigasi risiko masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dengan menawarkan wawasan bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan untuk mengintegrasikan kewirausahaan secara lebih menyeluruh ke dalam rencana bisnis UMKM. Dukungan yang lebih besar terhadap pengelolaan keuangan dan manajemen risiko juga diperlukan untuk memperkuat keberlanjutan usaha di sektor kuliner.

## DAFTAR RUJUKAN

- Almira Amelia, & JE Sutanto. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Azis, M., Hasan, M., Azis, F., & Arisah, N. (2021). Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran: Studi Kasus pada Bisnis Kuliner. *Seminar Nasional LP2M UNM*, 1419–1432. <https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/25341%0Ahttps://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/download/25341/12717>

- Cessa, C., Harianja, F., Hasanah, D. R., Saragi, F., Dinna, P. S., Purba, S., & Medan, U. N. (2024). *Analisis Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Pengembangan UMKM Frozenfood di MMTC*.
- Darsono Dan Tjatjuk Siswandoko. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Abad 21. Nusantara Consulting.
- Ikhlas, M., & Jafnihirda, L. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Lokasi Strategis Bagi Pelaku UMKM di Kota Padang. *Cogito Smart Journal*, 7(2), 240–253. <http://202.62.11.57/index.php/cogito/article/view/318>
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*.
- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(1), 40–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i1.6926>
- Nur Fu'ad, E. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 56–67.
- Setyaningrum, F. (2019). Strategi Laporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Optima*, 2(2), 14. <https://doi.org/10.33366/opt.v2i2.1164>
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Berbasis Inovasi (Studi Pada Umkm Keripik Samiler Kasper Di Sidoarjo). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v1i2.18>
- Stiadi, D., Jikrillah, S., & Ziyad, M. (2021). Muhammad Ziyad (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat) e-mail : *Jurnal Wawasan Manajemen*, 9(2), 134–141.
- Supriandi. (2022). *Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja Umkm Industri Kuliner Di Kota Sukabumi Skripsi*.
- Ulum, P., Rusnaini, S., & Febiola, E. (2023). *JASIORA*. 7(1).
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>