



Dampak Lingkungan Bisnis terhadap Keberlangsungan Usaha Dimsum di Kota Medan

Ondo Apostel Purba^{1*}, Gracia Octaviani Hutagalung², Dina Lestari³, Akhlan Naufan Asri⁴,
Dionisius Sihombing⁵, Fadli Agus Triansyah⁶

¹⁻⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

⁶Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ondoapostelpurba@gmail.com¹

Abstract. *This study examines the relationship between business environment dynamics and the sustainability of microenterprises in the culinary sector; focusing on a case study of dim sum businesses in Medan City. The business environment is conceptualized as a set of external factors, including competitive intensity, local economic conditions, regulations, shifts in consumer preferences, and the strategic role of business location. A qualitative approach was employed using a case study method, with data collected through semi-structured interviews and participant observation of operational activities. The findings indicate that high levels of competition, particularly from new entrants offering lower prices, directly influence the survival strategies of business owners. Adaptive adjustments were implemented through menu innovation, product quality maintenance, and strengthening relationships with loyal customers. Furthermore, the presence of educational institutions and socio-economic activities around business locations supports demand stability, especially from student segments. Strategic physical location enhances both visibility and accessibility but simultaneously intensifies competition. Conceptually, this study highlights that the sustainability of small-scale culinary enterprises is determined not only by internal management capacity but also by the ability to interpret, anticipate, and respond to external dynamics. Consequently, continuous adaptive strategies, product differentiation, and consumer network strengthening are essential prerequisites for culinary micro and small enterprises to maintain competitiveness in a highly competitive market.*

Keywords: *Business Environment; Business Sustainability; Case Study; Culinary MSMEs; Market Competition*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji keterkaitan antara dinamika lingkungan bisnis dan keberlangsungan usaha mikro sektor kuliner, dengan fokus pada studi kasus usaha dimsum di Kota Medan. Lingkungan bisnis dipandang sebagai himpunan faktor eksternal, meliputi intensitas persaingan, kondisi ekonomi lokal, regulasi, perubahan preferensi konsumen, serta peran strategis lokasi usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus, dengan pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi partisipatif terhadap aktivitas operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingginya tingkat persaingan, khususnya dengan kehadiran pesaing baru yang menawarkan harga lebih rendah, berdampak langsung pada strategi bertahan pelaku usaha. Penyesuaian adaptif dilakukan melalui inovasi menu, pemeliharaan kualitas produk, serta penguatan hubungan dengan pelanggan tetap. Selain itu, keberadaan institusi pendidikan dan aktivitas sosial-ekonomi di sekitar lokasi usaha terbukti menopang stabilitas permintaan, terutama dari segmen mahasiswa dan pelajar. Faktor lingkungan fisik yang strategis meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, namun sekaligus memperkuat intensitas kompetisi. Secara konseptual, penelitian ini menegaskan bahwa keberlangsungan usaha kuliner skala kecil tidak hanya ditentukan oleh kapasitas internal pengelolaan, melainkan juga oleh kemampuan membaca, mengantisipasi, dan merespons dinamika eksternal. Oleh karena itu, strategi adaptasi berkelanjutan, diferensiasi produk, serta penguatan jejaring konsumen merupakan prasyarat penting bagi UMKM kuliner untuk menjaga daya saing di pasar yang kompetitif.

Kata kunci: Keberlangsungan Usaha; Lingkungan Bisnis; Persaingan Pasar; Studi Kasus; UMKM Kuliner

1. LATAR BELAKANG

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai penyerap tenaga kerja tetapi juga sebagai motor penggerak aktivitas ekonomi lokal (Indra, 2021). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian daerah, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kholifah & Andini, 2024). Sektor kuliner merupakan salah satu bidang UMKM yang menunjukkan pertumbuhan pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan makanan praktis, terjangkau, dan sesuai dengan tren gaya hidup modern (Nugroho et al., 2025). Produk makanan olahan seperti dimsum menjadi salah satu pilihan populer karena dinilai memiliki cita rasa khas, harga terjangkau, serta mudah diterima oleh berbagai kalangan konsumen, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum (Harun et al., 2023).

Keberlangsungan usaha kuliner, termasuk dimsum, sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis mencakup berbagai faktor eksternal, seperti kondisi perekonomian, intensitas persaingan, regulasi pemerintah, perubahan selera konsumen, hingga lokasi strategis yang berhubungan langsung dengan potensi pasar (Gustiawan, 2024). Faktor-faktor tersebut bersifat dinamis dan dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai dampak lingkungan bisnis menjadi penting bagi keberlanjutan usaha kecil, khususnya di sektor kuliner.

Kota Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki dinamika lingkungan bisnis yang sangat kompetitif (Najib et al., 2024). Kawasan pendidikan, pusat perdagangan, dan aktivitas sosial-ekonomi masyarakat menciptakan potensi pasar yang besar, sekaligus memunculkan persaingan ketat antar-pelaku usaha (Oki, 2022). Dalam konteks usaha dimsum, keberadaan lokasi strategis di sekitar kampus dan pusat keramaian masyarakat dapat menjadi faktor pendorong pertumbuhan usaha (Sarmila, 2025). Namun, disisi lain, munculnya pesaing baru dengan strategi harga maupun variasi produk juga berpotensi menekan daya saing (Argioptaro & Ali, 2025).

Penelitian ini berfokus pada studi kasus usaha dimsum di Kota Medan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana lingkungan bisnis mempengaruhi keberlangsungan usaha. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti menelusuri fenomena secara mendalam melalui pengalaman langsung pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis berupa pemahaman yang lebih komprehensif mengenai interaksi antara lingkungan bisnis dan keberlanjutan usaha kecil, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM kuliner dalam merumuskan strategi adaptasi dan pengembangan usaha.

2. KAJIAN TEORITIS

Lingkungan Bisnis dan Teori Adaptasi Organisasi

Lingkungan bisnis dipahami sebagai seperangkat faktor eksternal yang memengaruhi strategi, struktur, dan keberlanjutan usaha (Porter, 1985; Wheelen & Hunger, 2018). Teori adaptasi organisasi menekankan bahwa pelaku usaha kecil harus mampu membaca dinamika eksternal dan mengintegrasikannya ke dalam pengambilan keputusan strategis (Scott, 2003). Dalam konteks UMKM kuliner, faktor lingkungan tidak hanya bersifat ekonomi dan regulatif, tetapi juga mencakup perubahan preferensi konsumen, intensitas persaingan, serta perkembangan teknologi digital (Indra, 2021; Sarmila, 2025).

Persaingan Usaha dan Strategi Diferensiasi

Persaingan usaha merupakan determinan penting dalam keberlangsungan UMKM. Porter (1990) menjelaskan melalui kerangka *Five Forces* bahwa intensitas persaingan, ancaman pendatang baru, serta substitusi produk menjadi faktor yang menentukan posisi daya saing. Penelitian Nugroho et al. (2025) menegaskan bahwa promosi dan diferensiasi produk merupakan instrumen utama bagi UMKM untuk bertahan dalam pasar yang padat. Studi Harun Al Rasyid et al. (2023) menunjukkan bahwa dalam industri kuliner, atribut produk seperti cita rasa, variasi menu, dan harga memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Dengan demikian, strategi diferensiasi menu dan kualitas produk menjadi respons adaptif terhadap tekanan persaingan.

Peran Lokasi Usaha dalam Menunjang Keberlangsungan

Lokasi usaha telah lama dianggap sebagai faktor strategis dalam menentukan keberhasilan bisnis kuliner. Menurut teori *location theory* (Hotelling, 1929), kedekatan dengan pusat aktivitas ekonomi dan sosial meningkatkan visibilitas serta memperluas basis konsumen. Penelitian Oki (2022) mengenai perdagangan lintas batas juga menegaskan bahwa faktor geografis dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kelancaran arus barang dan jasa. Dalam konteks

perkotaan, keberadaan institusi pendidikan dan pusat keramaian menjadi penopang utama bagi UMKM kuliner karena menciptakan basis konsumen yang stabil.

Inovasi dan Teknologi sebagai Instrumen Keberlanjutan

Inovasi produk dan adopsi teknologi merupakan variabel penting yang menopang keberlanjutan usaha kecil (Schumpeter, 1934; Drucker, 1985). Studi Sarmila (2025) menunjukkan bahwa inovasi dan pemanfaatan teknologi digital meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal. Argioaptaro dan Ali (2025) menambahkan bahwa penerapan manajemen strategik berbasis analisis SWOT memungkinkan pelaku usaha mengidentifikasi kekuatan internal serta peluang eksternal untuk merumuskan strategi adaptif. Dengan demikian, inovasi menu, digital marketing, serta penguatan jejaring konsumen menjadi keharusan dalam konteks industri kuliner yang kompetitif.

Gap Penelitian dan Relevansi Studi

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas peran lingkungan bisnis terhadap UMKM, namun sebagian besar fokus pada aspek makro seperti regulasi atau perekonomian nasional (Indra, 2021; Gustiawan, 2024). Penelitian yang menyoroti secara spesifik interaksi antara dinamika lingkungan bisnis mikro—seperti lokasi strategis, persaingan lokal, serta preferensi konsumen—dengan keberlangsungan usaha kuliner masih terbatas, khususnya di konteks perkotaan seperti Kota Medan. Oleh karena itu, studi ini memiliki kontribusi dengan menyoroti dinamika adaptasi UMKM kuliner dalam menghadapi fluktuasi eksternal, sekaligus menawarkan perspektif teoretis mengenai strategi keberlanjutan usaha skala kecil di tengah kompetisi yang intensif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif mengenai fenomena keberlangsungan usaha dimsum dalam konteks lingkungan bisnis tertentu (Alurita et al., 2024). Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menelaah secara intensif suatu kasus tunggal dengan mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhinya (Akbar, 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan melakukan kunjungan langsung kepada pelaku usaha dimsum di Kota Medan. Instrumen penelitian berupa panduan wawancara dan observasi digunakan sebagai pedoman pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui tiga metode utama: (1) wawancara semi-terstruktur dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan, (2) observasi lapangan terhadap operasional usaha dan interaksi dengan lingkungan bisnis, serta (3) studi dokumentasi (misalnya laporan keuangan sederhana, catatan pemasaran, dan dokumentasi produk). Informan dipilih secara purposive, meliputi pemilik usaha, manajer operasional, karyawan, serta pihak terkait seperti supplier dan perwakilan konsumen. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan pencatatan dan perekaman setelah memperoleh persetujuan dari responden.

Analisis data dilakukan secara kualitatif-deskriptif. Transkrip wawancara ditransformasikan menjadi unit-unit makna, kemudian di koding secara induktif dan deduktif untuk mengungkap tema-tema utama seperti persepsi terhadap lingkungan bisnis (faktor ekonomi, sosial, persaingan, regulasi), strategi adaptasi yang diterapkan, dampak lingkungan bisnis terhadap operasional dan kinerja keuangan, serta kendala dalam menjaga keberlangsungan usaha. Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi sumber data (wawancara, observasi, dokumentasi) dan pengecekan silang dengan informan kunci bila diperlukan. Seluruh proses penelitian mematuhi prinsip etika penelitian di mana informasi responden diperlakukan secara konfidensial dan hasil disajikan secara agregat untuk menjaga anonimitas.

Berikut disajikan hasil temuan dan pembahasan yang terstruktur berdasarkan pertanyaan penelitian; setiap jawaban diinterpretasikan dalam konteks operasional usaha dimsum di Kota Medan dan dikaitkan dengan implikasi bagi keberlangsungan usahanya.

a. Apakah terdapat banyak pesaing usaha di sekitar lokasi ini?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di sekitar lokasi usaha dimsum di Kota Medan terdapat sekitar tiga hingga empat pedagang lain yang menawarkan produk sejenis. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat persaingan pada kawasan tersebut berada pada kategori cukup tinggi, meskipun jumlah pelaku usaha tidak terlalu masif. Persaingan yang terjadi tidak hanya sebatas pada aspek harga, tetapi juga mencakup diferensiasi produk, kualitas pelayanan, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing pelaku usaha.

Meskipun kompetisi relatif ketat, hasil wawancara memperlihatkan bahwa setiap pedagang memiliki segmen pasar dan pelanggan tetap yang berbeda. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori segmentasi pasar, di mana konsumen memiliki preferensi yang beragam terkait rasa, harga, maupun pengalaman konsumsi. Oleh karena itu, keberadaan pesaing tidak semata-mata menjadi ancaman, tetapi juga berfungsi sebagai faktor pendorong inovasi dan adaptasi usaha dalam menjaga relevansi bisnis.

Lebih lanjut, persaingan yang muncul memberikan dampak ganda terhadap keberlangsungan usaha (Anwardin et al., 2021). Di satu sisi, kompetitor dapat mengurangi potensi target pasar dan menekan margin keuntungan. Namun disisi lain, kondisi ini juga menuntut pelaku usaha dimsum untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat strategi pemasaran, serta mengembangkan inovasi produk agar tetap kompetitif. Hasil ini memperlihatkan bahwa keberadaan pesaing merupakan salah satu faktor eksternal yang paling signifikan dalam mempengaruhi dinamika keberlanjutan usaha kuliner skala kecil di Kota Medan.

b. Menurut Ibu, faktor apa yang paling mempengaruhi kelancaran usaha?

Hasil wawancara menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi kelancaran usaha dimsum di Kota Medan adalah tingkat keramaian pembeli. Informan menekankan bahwa fluktuasi jumlah konsumen memiliki dampak langsung terhadap pendapatan harian. Ketika kondisi pembeli menurun, terutama akibat tingginya intensitas persaingan dari pedagang sejenis di sekitar lokasi, maka omzet usaha pun ikut tertekan. Dengan demikian, keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh dinamika jumlah konsumen yang datang dan bertransaksi.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori permintaan dalam ekonomi mikro, di mana volume penjualan merupakan determinan utama keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Tingginya persaingan di area penelitian mengharuskan pelaku usaha untuk bersaing tidak hanya dalam hal harga, tetapi juga dalam diferensiasi produk, kualitas layanan, serta strategi promosi untuk menarik konsumen (Nikmah & Siswahyudianto, 2022). Hal ini sejalan dengan literatur mengenai lingkungan bisnis yang menyebutkan bahwa daya tarik konsumen merupakan indikator vital bagi stabilitas usaha, terutama pada sektor kuliner yang sangat bergantung pada preferensi pasar.

Selain itu, faktor keramaian pembeli berkaitan erat dengan kondisi eksternal lain, seperti lokasi usaha, tren kuliner masyarakat, dan daya beli konsumen. Semakin strategis lokasi dan semakin tinggi relevansi produk dengan kebutuhan pasar, maka peluang usaha untuk memperoleh konsumen juga semakin besar. Dalam konteks penelitian ini, keberadaan banyak pesaing justru memperkuat peran konsumen sebagai faktor penentu utama, karena persaingan menekan kemampuan usaha untuk menarik pembeli baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

Dapat disimpulkan bahwa tingkat keramaian pembeli serta intensitas persaingan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kelancaran usaha dimsum di Kota Medan. Faktor ini tidak hanya berimplikasi pada kinerja keuangan, tetapi juga pada strategi adaptasi jangka panjang yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha agar dapat menjaga keberlanjutan bisnisnya di tengah dinamika lingkungan persaingan.

c. Jika selera pembeli berubah, apakah usaha Ibu juga akan menyesuaikan?

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyatakan bahwa usaha dimsum yang dijalankan tetap berpegang pada konsistensi menu yang telah ada, meskipun selera konsumen dapat mengalami perubahan seiring waktu. Strategi mempertahankan ciri khas produk dipandang penting untuk menjaga identitas usaha, sehingga pelanggan tetap dapat mengenali keunikan yang ditawarkan. Pendekatan ini sekaligus mencerminkan upaya membangun *brand image* yang kuat, di mana konsistensi rasa dan menu menjadi salah satu elemen utama dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Dari perspektif teori pemasaran, keputusan untuk mempertahankan konsistensi produk dapat dipahami melalui konsep *brand differentiation*, yaitu bagaimana sebuah usaha menegaskan identitas uniknya dibandingkan pesaing. Meskipun strategi adaptasi terhadap perubahan selera konsumen sering kali dianggap sebagai bentuk inovasi, mempertahankan keaslian menu juga memiliki nilai strategis, terutama untuk segmen pasar yang menghargai orisinalitas dan konsistensi kualitas. Dalam hal ini, konsistensi produk berfungsi sebagai *positioning* yang membedakan usaha dimsum dari pesaing di kawasan yang sama (Siregar, 2024).

Namun demikian, pendekatan ini juga memiliki implikasi tertentu terhadap keberlangsungan usaha. Di satu sisi, konsistensi menjaga kesinambungan identitas bisnis dan memperkuat loyalitas konsumen lama. Di sisi lain, terdapat potensi keterbatasan dalam

menjangkau konsumen baru yang mungkin memiliki preferensi berbeda atau mengikuti tren kuliner yang berkembang. Oleh karena itu, konsistensi produk perlu diimbangi dengan strategi pemasaran yang tepat, seperti penguatan promosi atau peningkatan kualitas layanan, agar usaha tetap relevan di tengah perubahan dinamika pasar.

Dapat disimpulkan bahwa konsistensi menu dimsum di Kota Medan menjadi strategi utama dalam menjaga identitas dan daya ingat konsumen terhadap usaha. Strategi ini menempatkan diferensiasi sebagai modal utama dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis, meskipun dihadapkan pada risiko terbatasnya fleksibilitas dalam merespons perubahan selera pasar.

- d. Bagaimana kondisi perekonomian di daerah ini, apakah ramai atau cenderung sepi?

Berdasarkan hasil wawancara, informan menjelaskan bahwa kondisi perekonomian di sekitar lokasi usaha dapat dikategorikan cukup ramai. Hal ini ditunjang oleh letak usaha yang strategis, yakni berada di kawasan depan kampus dan dekat dengan pusat aktivitas masyarakat. Lokasi tersebut memberikan keuntungan tersendiri karena menciptakan arus konsumen yang relatif stabil, baik dari kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum yang beraktivitas di sekitar kawasan tersebut.

Secara teoritis, keberadaan usaha di wilayah dengan mobilitas tinggi memiliki korelasi positif terhadap potensi pertumbuhan bisnis, khususnya pada sektor kuliner. Literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas sosial-ekonomi cenderung memperbesar peluang terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume transaksi. Dalam konteks ini, keberadaan kampus menjadi *market driver* penting karena menghasilkan permintaan konsumen yang konsisten, sementara pusat aktivitas masyarakat memperluas jangkauan pasar usaha dimsum.

Lebih jauh, kondisi perekonomian yang cukup ramai juga mencerminkan adanya daya beli masyarakat yang relatif terjaga (Tarigan, 2025). Faktor ini berkontribusi signifikan terhadap keberlangsungan usaha, mengingat sektor kuliner sangat bergantung pada stabilitas pendapatan dan pola konsumsi masyarakat. Meskipun demikian, tingkat keramaian ini juga menghadirkan tantangan berupa meningkatnya intensitas persaingan dengan pelaku usaha sejenis yang beroperasi di area yang sama.

Dapat disimpulkan bahwa kondisi perekonomian lokal yang dinamis dan ramai menjadi faktor eksternal yang mendukung keberlanjutan usaha dimsum di Kota Medan.

Lokasi strategis yang terintegrasi dengan pusat aktivitas masyarakat tidak hanya menjaga stabilitas arus konsumen, tetapi juga memperkuat prospek usaha dalam menghadapi dinamika persaingan pasar kuliner.

e. Bagaimana cara Ibu menyesuaikan usaha ketika terjadi perubahan?

Hasil wawancara menunjukkan bahwa strategi utama penyesuaian usaha dilakukan melalui variasi menu. Informan menjelaskan bahwa apabila pada hari tertentu menu utama, yakni dimsum, mengalami penurunan minat konsumen, maka pada hari berikutnya ia menyediakan alternatif produk lain, seperti bakso atau makanan ringan yang berbeda. Pendekatan ini dilakukan untuk menjaga fleksibilitas usaha sekaligus memberikan variasi pilihan bagi konsumen tanpa menghilangkan identitas utama usaha sebagai penyedia dimsum.

Dari perspektif teori manajemen usaha kecil, strategi diversifikasi produk merupakan salah satu bentuk adaptasi yang umum dilakukan pelaku usaha mikro dan kecil untuk merespon perubahan permintaan pasar. Dengan menghadirkan variasi menu, pelaku usaha berupaya mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis produk serta meningkatkan peluang memperoleh konsumen baru. Hal ini sejalan dengan konsep *adaptive strategy*, di mana kelangsungan usaha ditentukan oleh kemampuan pelaku bisnis dalam menyesuaikan diri terhadap dinamika eksternal, termasuk perubahan preferensi konsumen dan fluktuasi pasar.

Lebih jauh, fleksibilitas usaha yang ditunjukkan melalui variasi menu juga berfungsi sebagai bentuk inovasi sederhana yang sesuai dengan kapasitas usaha kecil. Meskipun tidak dilakukan secara radikal, langkah ini menciptakan nilai tambah bagi konsumen karena adanya pilihan alternatif yang relevan dengan kebutuhan mereka. Namun demikian, konsistensi dalam mempertahankan identitas sebagai usaha dimsum tetap dijaga, sehingga inovasi yang dilakukan tidak mengaburkan citra utama usaha di mata pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi penyesuaian melalui diversifikasi produk mencerminkan upaya pelaku usaha dimsum di Kota Medan untuk menyeimbangkan antara konsistensi identitas bisnis dan fleksibilitas pasar. Pendekatan ini terbukti relevan dalam menjaga keberlangsungan usaha, terutama dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang cepat berubah.

f. Apakah ada pesaing baru yang menjadi tantangan bagi usaha ini?

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengonfirmasi bahwa kehadiran pesaing baru merupakan salah satu tantangan signifikan bagi keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan. Pesaing baru umumnya menggunakan strategi harga sebagai daya tarik utama untuk menarik konsumen. Misalnya, ketika usaha ini menetapkan harga jual sebesar Rp3.000 per porsi, beberapa pesaing baru berani menjual produk serupa dengan harga Rp2.000. Strategi penetrasi harga tersebut mengakibatkan sebagian konsumen lebih memilih beralih kepada kompetitor karena pertimbangan ekonomis.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *price competition* dalam literatur pemasaran, di mana harga sering kali menjadi faktor dominan dalam keputusan pembelian, khususnya pada pasar dengan sensitivitas harga yang tinggi seperti sektor kuliner skala mikro. Kehadiran pesaing dengan harga lebih rendah menimbulkan tekanan terhadap margin keuntungan dan memaksa pelaku usaha untuk mencari alternatif strategi diferensiasi yang tidak hanya berbasis harga, tetapi juga pada kualitas produk, variasi menu, maupun pelayanan.

Dari perspektif lingkungan bisnis, munculnya pesaing baru menggambarkan dinamika pasar yang terus berkembang serta rendahnya hambatan masuk (*barriers to entry*) pada industri kuliner sederhana. Situasi ini memperkuat pentingnya inovasi dan penguatan identitas merek sebagai strategi bertahan jangka panjang. Meskipun kompetisi berbasis harga dapat menggerus pangsa pasar, konsistensi dalam menjaga kualitas rasa, pelayanan yang ramah, serta loyalitas pelanggan tetap menjadi modal penting bagi pelaku usaha untuk mempertahankan keberlanjutan bisnisnya.

Dapat disimpulkan bahwa keberadaan pesaing baru yang menerapkan strategi harga agresif merupakan tantangan nyata bagi usaha dimsum di Kota Medan. Kondisi ini menegaskan bahwa daya saing usaha tidak dapat hanya bertumpu pada harga, tetapi harus diperkuat melalui strategi diferensiasi dan pengelolaan hubungan konsumen yang efektif guna menjaga keberlangsungan usaha di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat.

g. Menurut Ibu, apa yang paling mendukung usaha ini tetap bertahan?

Hasil wawancara menunjukkan bahwa faktor utama yang mendukung keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan adalah keberadaan mahasiswa dan pelajar sebagai konsumen inti. Lokasi usaha yang berada di sekitar kawasan pendidikan menciptakan arus konsumen yang relatif stabil, karena aktivitas akademik menghasilkan permintaan yang

berulang dan konsisten. Mahasiswa dan pelajar, dengan pola konsumsi yang cenderung rutin serta preferensi terhadap makanan praktis dan terjangkau, menjadi segmen pasar yang strategis bagi usaha ini.

Selain itu, keberadaan pelanggan tetap yang telah mempercayai rasa dan kualitas produk turut menjadi modal penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Fenomena ini sejalan dengan konsep *customer loyalty*, dimana kepercayaan konsumen terhadap konsistensi rasa dan mutu produk menciptakan ikatan jangka panjang yang mendukung stabilitas pendapatan (Salamatun et al., 2023) (Mahardika, 2024). Loyalitas pelanggan berperan tidak hanya dalam mempertahankan basis konsumen yang ada, tetapi juga dalam memperluas jaringan melalui *word of mouth marketing*, yang lazim terjadi di sektor kuliner skala kecil (Firmansyah & Fietroh, 2025). Dari perspektif lingkungan bisnis, kombinasi antara basis konsumen yang stabil (mahasiswa dan pelajar) serta pelanggan tetap yang loyal mencerminkan adanya fondasi pasar yang kuat. Kondisi ini berfungsi sebagai penyangga terhadap risiko fluktuasi permintaan akibat persaingan maupun perubahan tren konsumsi. Dengan demikian, dukungan lingkungan sekitar, khususnya ekosistem pendidikan, dapat dikatakan sebagai salah satu faktor eksternal yang memberikan kontribusi signifikan bagi keberlanjutan usaha.

Dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan terutama ditopang oleh dua faktor utama: (1) konsumen mahasiswa dan pelajar yang menyediakan permintaan stabil, serta (2) pelanggan tetap yang menaruh kepercayaan terhadap kualitas produk. Kedua faktor ini secara sinergis memperkuat daya tahan usaha dalam menghadapi dinamika persaingan dan perubahan lingkungan bisnis.

h. Seberapa penting peran lingkungan sekitar bagi keberlangsungan usaha ini?

Hasil wawancara menunjukkan bahwa lingkungan sekitar memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan. Lokasi usaha yang berada di depan kampus secara langsung menciptakan arus pembeli yang relatif stabil setiap harinya. Keberadaan mahasiswa dan pelajar sebagai konsumen utama menjadikan lingkungan sekitar tidak hanya sebagai faktor pendukung, melainkan sebagai elemen kunci yang mempengaruhi tingkat penjualan dan pendapatan usaha.

Dari perspektif teori kewirausahaan, lingkungan eksternal (*external environment*) merupakan salah satu determinan utama dalam keberhasilan usaha kecil dan menengah.

Faktor lingkungan mencakup kondisi geografis, sosial, ekonomi, maupun institusional yang dapat mendorong atau menghambat aktivitas bisnis. Dalam kasus ini, lokasi strategis yang terintegrasi dengan pusat aktivitas pendidikan memperkuat daya tarik usaha kuliner karena adanya konsumen potensial yang terus diperbarui setiap periode akademik.

Selain menciptakan stabilitas permintaan, lingkungan sekitar juga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha melalui efek jaringan sosial. Interaksi antara mahasiswa, pelajar, dan masyarakat sekitar berperan dalam menyebarkan informasi mengenai produk melalui *word of mouth*, yang terbukti efektif dalam meningkatkan eksposur usaha dengan biaya promosi minimal. Dengan kata lain, lingkungan sekitar tidak hanya memberikan manfaat ekonomis melalui stabilitas penjualan, tetapi juga manfaat sosial dalam memperluas basis konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa peran lingkungan sekitar sangat vital bagi keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan. Lokasi strategis di depan kampus berfungsi sebagai katalis yang memastikan arus konsumen terjaga, memperkuat daya saing usaha, serta menciptakan fondasi keberlanjutan bisnis di tengah dinamika persaingan pasar kuliner lokal.

i. Dapatkah Ibu menjelaskan lebih lanjut mengapa lingkungan sekitar begitu penting?

Berdasarkan hasil wawancara, informan menekankan bahwa lingkungan sekitar memiliki peranan vital dalam menunjang keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan. Semakin tinggi intensitas aktivitas di wilayah tersebut, semakin besar pula peluang usaha untuk memperoleh konsumen baru maupun mempertahankan pelanggan lama (Syahbana, 2008). Lingkungan yang ramai, strategis, serta berdekatan dengan pusat pendidikan dan aktivitas masyarakat menciptakan kondisi yang kondusif bagi pertumbuhan usaha.

Secara teoritis, pentingnya lingkungan sekitar dapat dijelaskan melalui konsep *location theory* dan *external environment analysis* (Kusumaningrum et al., 2024) (Suryani, 2015). Lokasi usaha yang berada dalam pusat keramaian dan dekat dengan target pasar potensial meningkatkan *foot traffic*, yaitu jumlah calon konsumen yang melewati dan memiliki kemungkinan melakukan transaksi. Dalam konteks usaha mikro di sektor kuliner, *foot traffic* merupakan variabel yang sangat menentukan, karena keterbatasan sumber daya menyebabkan usaha sangat bergantung pada kedekatan langsung dengan konsumen.

Lebih jauh, lingkungan sekitar juga berfungsi sebagai *supporting ecosystem* yang mempengaruhi keberlanjutan usaha. Lingkungan pendidikan, misalnya kampus, secara

berkelanjutan memperbarui basis konsumen melalui kehadiran mahasiswa baru setiap tahun, sehingga menciptakan pasar yang relatif stabil. Di sisi lain, keberadaan masyarakat umum yang beraktivitas di sekitar lokasi memperluas segmen konsumen dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu kelompok pasar tertentu.

Dapat disimpulkan bahwa lingkungan sekitar tidak hanya berperan sebagai faktor pendukung, tetapi merupakan salah satu determinan kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha dimsum di Kota Medan. Keramaian aktivitas di wilayah strategis ini menghasilkan peluang pasar yang berkelanjutan, memperkuat posisi usaha dalam persaingan, serta memberikan fondasi yang kokoh bagi stabilitas jangka panjang bisnis kuliner skala kecil.



Gambar 1. Proses Wawancara

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Studi kasus mengenai usaha dimsum di Kota Medan memperlihatkan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh yang sangat determinan terhadap keberlangsungan usaha kuliner berskala kecil. Faktor-faktor eksternal, seperti intensitas persaingan, dinamika preferensi konsumen, kondisi perekonomian lokal, serta posisi geografis yang strategis, terbukti berkontribusi signifikan dalam menjaga stabilitas maupun pertumbuhan usaha. Pertama, tingkat persaingan yang relatif tinggi di kawasan penelitian menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi diferensiasi melalui konsistensi kualitas produk, inovasi variasi menu, serta penetapan harga yang adaptif. Kedua, keberadaan institusi pendidikan, khususnya kampus dan sekolah, berfungsi sebagai basis pasar yang stabil, di mana mahasiswa dan pelajar menjadi segmen konsumen utama yang menopang kelangsungan usaha. Ketiga, dinamika lingkungan sekitar yang ramai dan terhubung dengan pusat aktivitas masyarakat berimplikasi positif terhadap intensitas kunjungan konsumen, meskipun pada saat yang sama turut meningkatkan risiko persaingan akibat hadirnya pelaku usaha baru dengan strategi penetrasi harga yang agresif. Selain itu, penelitian ini

menegaskan pentingnya fleksibilitas manajerial, khususnya dalam merespons perubahan selera konsumen dengan tetap mempertahankan identitas produk. Konsistensi kualitas dan keberadaan pelanggan tetap juga dapat dipandang sebagai *intangible assets* yang berperan penting dalam mendukung daya tahan usaha terhadap dinamika pasar.

Berdasarkan temuan di lapangan, biaya produksi memang menjadi tantangan utama bagi UMKM. Informan menekankan bahwa pengelolaan bahan baku, tenaga kerja, serta strategi menghadapi pesaing sangat menentukan keberlangsungan usaha. Jadi, bisa disimpulkan bahwa keberhasilan usaha kecil tidak hanya bergantung pada modal, tetapi juga pada kemampuan menekan biaya dan beradaptasi dengan kondisi pasar (Indarto, & Santoso, 2020). Temuan ini menegaskan urgensi strategi adaptasi, inovasi, serta pemanfaatan lingkungan eksternal yang mendukung, sehingga usaha kuliner berskala kecil mampu bertahan sekaligus berkembang di tengah intensitas persaingan yang semakin kompetitif.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, F. M. A. (2024). Metode kualitatif dan kuantitatif pada studi Islam. *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 2(2), 95–112. <https://doi.org/10.70367/arrasyiid.v2i2.23>
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *Dutacom*, 9(1), 43–43.
- Allurita, S., Setyowati, L., & Widyatama, K. (2024). Tantangan dan peluang ekonomi pedagang dimsum. *Perfect Education Fairy*, 2(3), 163–172. <https://doi.org/10.56442/pef.v2i3.846>
- Anwardin, K., Saufi, A., & Athar, H. S. (2021). Pengaruh daya saing, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keberlangsungan usaha. *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 6–10. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.29>
- Argioaptaro, H., & Ali, H. (2025). Penerapan manajemen strategik penjualan mobil berbasis SWOT di PT XYZ. *HRM Research: Human Resource Management and Business Journal*, 1(1), 25–37.
- Firmansyah, D., & Fietroh, M. N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan, word of mouth dan harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Kuroji Kabupaten Sumbawa. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 240–265.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen strategis*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Harun Al Rasyid, H. A. R., Anungputri, P. S. A., Herdiana, N., & Baradatu, K. S. C. (2023). Analisis sikap konsumen terhadap atribut produk dimsum Moresto di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(1), 1–14.
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha dan lingkungan usaha penentu kesuksesan usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 54–69. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>

- Indra, N. (2021). Peranan koperasi dan UMKM dalam ketenagakerjaan nasional di era new normal 2022. *Adaptasi dan Sinkronisasi Kebijakan Pembangunan Memanfaatkan Momentum New Normal Pasca Covid-19*, 95–108.
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3, 459–466. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4588>
- Kusumaningrum, H., Wijayanti, R., & Khusniyah, D. (2024). Menganalisis lingkungan eksternal organisasi (Menganalisis SWOT). *Cendekia: Jurnal Pendidikan dan Keagamaan*, 1(2), 55–65. <https://doi.org/10.69551/cendekia.v1i2.15>
- Mahardika, A. (2024). *Pengaruh perceived commitment dan customer experience terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening (Studi kasus pada konsumen Informa Kudus)* [Doctoral dissertation, STIE Bank BPD Jateng].
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi diferensiasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>
- Nugroho, M. Y., Prameswari, M. F., Ramadhan, F. G., & Walidah, Z. (2025). Strategi promosi untuk meningkatkan penjualan UKM Mbok Nyamil. *Aksime: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Akuntansi, Manajemen & Ekonomi*, 5(3), 1–15.
- Oki, K. K. (2022). *Perdagangan lintas batas Kabupaten Timor Tengah Utara dan Distrik Oekusi-Timor Leste*. Qiara Media.
- Salamatun Asakdiyah, S. E., Ridwan Hakiki, S. E., & Hetty Karunia Tunjungsari, S. E. (2023). Kepuasan pelanggan di era digital: Strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang. Takaza Innovatix Labs.
- Sarmila, S. (2025). *Pengaruh inovasi, teknologi, dan daya saing terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo* [Doctoral dissertation, IAIN Palopo].
- Siregar, M. (2024). *Analisis strategi mempertahankan eksistensi Kafe Ramen Sojoy Padangsidempuan* [Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan].
- Suryani, Y. (2015). Teori lokasi dalam penentuan pembangunan lokasi pasar tradisional (Telaah studi literatur). In *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, C* (pp. 152–163).
- Syabhana, A. A. (2008). Pengaruh intensitas persaingan, lokasi, kualitas pramuniaga, dan kesadaran akan harga terhadap strategi bisnis berbasis pelayanan dalam meningkatkan kinerja outlet (Studi pada outlet-outlet PT. Telkomsel Wilayah Kota Semarang) [Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro].
- Tarigan, J. S. (2025). Analisis dampak inflasi terhadap daya beli masyarakat perkotaan. *Circle Archive*, 1(7). <https://doi.org/10.71094/joeder.v1i3.143>