ZEBMAR
e-ISSN: 3031-6006

Zentrum Economic, Business, Management and Accounting Research

https://ejournal.zentrum.or.id/zebmar/index
Vol. 3 No. 2 Tahun 2026

PENDAMPINGAN ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS DAN PERUMUSAN STRATEGI ORGANISASI PADA UMKM KULINER WARUNG POJOK DAN WARUNG MASE

BUSINESS ENVIRONMENT ANALYSIS AND ORGANIZATIONAL STRATEGY FORMULATION ASSISTANCE FOR CULINARY MSMES: WARUNG POJOK AND WARUNG MASE

Aulia Novita Anggraini[1*], Aisyah Zhafirah Basir[2]

[1]Universitas Negeri Makassar, Indonesia, aulianovitagrn@gmail.com *
[2]Universitas Negeri Makassar, Indonesia, azhafirahbasir@gmail.com

(*Corresponding Author)

PENGUTIPAN:
Anggraini, A. N., & Basir, A. Z. (2026). Pendampingan Analisis Lingkungan Bisnis dan Perumusan Strategi Organisasi pada UMKM Kuliner Warung Pojok dan Warung Mase. *Jurnal Zentrum Mengabdi*, *3*(2), 99-107. https://doi.org/10.69657/nmg3nr94

Abstrak: Usaha kuliner skala mikro dan kecil menghadapi berbagai ketidakpastian lingkungan bisnis, terutama akibat perubahan harga bahan baku, persaingan, dan pola permintaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi lingkungan bisnis, ketidakpastian yang dihadapi, serta strategi organisasi yang diterapkan oleh Warung Pojok dan Warung Mase. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan harga bahan baku menjadi sumber ketidakpastian utama bagi kedua usaha. Meskipun memiliki kesamaan dalam pengelolaan, jenis menu, dan saluran penjualan *offline*, keduanya menerapkan respons strategi yang berbeda. Warung Pojok mempertahankan harga jual dengan sedikit menyesuaikan porsi, sedangkan Warung Mase menyesuaikan harga dan membatasi pengeluaran usaha. Kedua warung juga mengutamakan kualitas rasa, kebersihan, dan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengendalian biaya, pencatatan penjualan, dan pemantauan persediaan sebagai dasar pengambilan keputusan agar UMKM mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Kata kunci: Ketidakpastian lingkungan, strategi organisasi, UMKM kuliner, sistem pengendalian manajemen.

Abstract: *Micro and small culinary businesses face various forms of business environmental uncertainty, particularly due to changes in raw material prices, competition, and consumer demand patterns. This study aims to analyze the business environment, uncertainties, and organizational strategies implemented by* Warung Pojok *and* Warung Mase*. This research employs a descriptive qualitative approach with a comparative case study design. The findings indicate that rising raw material prices are the main source of uncertainty for both businesses. Although they share similarities in management, menu offerings, and offline sales channels, they adopt different strategic responses.* Warung

Pojok *maintains its selling prices by slightly adjusting food portions, whereas* Warung Mase *adjusts selling prices and limits business expenditures. Both businesses also emphasize taste quality, cleanliness, and customer service to retain customers. This study highlights the importance of cost control, sales recording, and inventory monitoring as a basis for decision-making to help* MSMEs *adapt to changes in their business environment.*

Keywords: *Environmental uncertainty, organizational strategy, culinary MSMEs, contingency theory, management control system.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner beroperasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Perubahan harga bahan baku, ketersediaan pasokan, persaingan, serta perubahan selera konsumen dapat mempengaruhi biaya dan pendapatan usaha. Ketidakpastian lingkungan menjadi penting bagi pengelola UMKM karena keputusan mengenai harga, menu, pemasok, dan pelayanan harus dibuat ketika informasi mengenai kondisi pasar tidak selalu stabil. Maharani & Kurniawanto (2026) menjelaskan bahwa ketidakpastian lingkungan UMKM kuliner dapat bersumber dari ketidakpastian pasar, teknologi, dan persaingan. Karena itu, kemampuan beradaptasi menjadi salah satu unsur penting dalam menjaga kinerja usaha.

Dalam perspektif sistem pengendalian manajemen, strategi bisnis perlu diterjemahkan ke dalam tindakan operasional dan pengukuran kinerja. Rachmawati *et al.* (2025) menemukan bahwa ketidakpastian lingkungan berkaitan dengan intensitas startgei diferensiasi produk, sementara penggunaan sistem pengendalian dan ukuran kinerjanya dapat mensukung pembelajaran organisasi serta kinerja bisnis. Pada usaha kecil, bentuk pengendalian tidak harus selalu formal dan kompleks. Pencatatan pemasukan, pengeluaran, pemantauan penjualan, pengawasan kualitas, dan evaluasi keputusan harian merupakan praktik sederhana yang relevan.

Dalam teori kontingensi menekankan bahwa tidak ada satu cara pengelolaan yang paling tepat untuk seluruh organisasi, efektivitas keputusan bergantung pada kesesuaian strategi, struktur, kepemimpinan, dan proses pengambilan keputusan dengan situasi yang dihadapi (Nudita & Suwandi, 2025). Pada UMKM yang pengelolaannya sederhana dan keputusan banyak berpusat pada pemilik, perubahan harga, pasokan, karakteristik pelanggan, serta kemampuan sumber daya menjadi faktor situasional yang perlu dipertimbangkan.

Warung Pojok dan Warung Mase dipilih sebagai objerk perbandingan karena keduangan merupakan usaha kuliner yang dikelola secara mandiri dan memiliki pengalaman menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Berdasarkan wawancara, Warung Pojok berdiri pada 2004 dan beroperasi di kawasan pasar dan dikelola oleh pemiliknya sendiri bersama istri, sedangkanWarung Mase berdiri pada tahun 2007 yang juga dikelola oleh pemilik bersama istri. Kedua usaha ini sama-sama menyebutkan peprubahan harga bahan baku sebagai gangguan utama, tetapi memiliki cara pandangan terhadap persaingan dan respon strategi yang berbeda.

Perbedaan tersebut menarik dikaji melalui perspektif Sistem Pengendalian Manajemn (SPM), khususnya bagaimana pemilik mengenali ketidakpastian dan menerjemahkannya menjadi strategi kepemimpinan biaya yang berhubungan positif dengan kinerja usaha kecil kuliner. Sementara itu Chasanah *et al.* (2022) menekankan pentingnya kualitas produk dan pelayanan bagi kinerja bisnis kuliner. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada bagaimana kondisi lingkungan bisnis dan ketidakpastian

yang dihadapi oleh Warung Pojok dan Warung Mase, serta strategi organisasi apa yang diterapkan masing-masing usaha untuk merespons kondisi tersebut

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus komparatif. Objek penelitian adalah UMKM kuliner Warung Pojok dan Warung Mase dengan Informan utama adalah pemilik masing-masing usaha. Pengumpulan data primer dilakukan pada 16 November 2026 melalui wawancara langsung dengan pemilik Warung Pojok dan Warung Mase serta observasi langsung terhadap kondisi tempat usaha dan aktivitas operasional yang berlangsung. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai usaha, persaingan, pemasok, perubahan harga bahan baku, strategi penetapan harga, pelayanan, pengembangan usaha, dan pemantauan kinerja.

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung keadaan usaha sebagai pelengkap dan pembanding informasi hasil wawancara. Data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah yang relevan dengan ketidakpastian lingkungan, strategi bisnis, kualitas produk, digitalisasi UMKM, dan sistem pengendalian manajemen.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data secara tematik, dan penarikan kesimpulan. Informasi dari wawancara dan observasi dikelompokkan ke dalam tema lingkungan eksternal, sumber ketidakpastian, strategi biaya, diferensiasi produk dan pelayanan, pemasaran, serta pengendalian operasional.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Warung Pojok mulai beroperasi pada 2004. Pemilik memulai usaha ketika merantau karena melihat peluang pada bisnis kuliner dan ingin menjalankan usaha secara mandiri bersama dengan istri. Lokasinya berada di kawasan pasar yang ramai aktivitas pegawai kantor, pedagang, dan masyarakat. Warung ini menyediakan empat pilihan menu, yaitu bakso, mi ayam, soto, dan gado-gado, serta menjual sekitar 85-100 mangkuk per hari, dengan waktu paling ramai sekitar pukul 12:00-14:00. bahan baku dibelli dari Pasar Terong dan pemilik telah memiliki langganan pemasok tersendiri untuk bahan baku yang dibeli.

Warung Mase berdiri pada 2007 karena pemilik melihat usaha kuliner sebagai peluang. Kegiatan usahanya dijalankan sendiri bersama istri tanpa pekerja tambahan. Pelanggan utamanya adalah karyawan kantor dan menu yang beragam seperti, bakso, mi ayam, soto, dan gado-gado memberi pilihan bagi pelanggan. Bahan baku diperoleh dari beberapa tempat/pemasok. Dalam sehari dapat menjual sekitar 100 mangkuk dan waktu ramai pada pukul 12:00-13:00.

Kondisi Lingkungan Bisnis dan Ketidakpastian

1. Persaingan dan pasar

   Warung Pojok menilai persaingan di sekitar lokasi cukup ketat karena banyak penjual makanan berada di kawasan pasar. Konsumen dapat membandingkan harga dan pilihan makanan dari pedagang lain. Sebaliknya, pemilik Warung Mase menyatakan bahwa persaingan tidak terlalu langsung karena setiap usaha memiliki menu dan pelanggan masing-masing, meskipun terdapat banyak penjual kuliner di sekitar lokasi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa persepsi persaingan dipengaruhi oleh kedekatan produk dan segmen pelanggan, bukan semata-mata jumlah pesaing. Karakteristik pengelolaan kedua usaha juga relatif serupa karena pemilik dan istri terlibat langsung dalam

kegiatan operasional, sehingga pengawasan sehari-hari dilakukan secara dekat dan keputusan utama terpusat pada keluarga pemilik.

2. Harga dan ketersediaan bahan baku

   Kedua usaha menyebut kenaikan harga bahan baku sebagai faktor yang paling sering mengganggu kegiatan usaha. Warung Pojok membeli bahan baku di Pasar Terong dari pemasok langganan, tetapi harga bahan baku tetap mengalami perubahan dan cenderung meningkat. Warung Mase membeli bahan baku dari beberapa tempat; stok bahan baku dapat berubah sesuai musim. Dengan demikian, ketidakpastian Warung Pojok lebih menonjol pada fluktuasi harga, sedangkan Warung Mase menghadapi kombinasi fluktuasi harga dan ketersediaan pasokan.

3. Perubahan selera dan pola permintaan

   Kedua usaha melayani pelanggan yang banyak beraktivitas di sekitar lokasi dan mengalami variasi pilihan makanan. Ketersediaan beberapa menu membantu pelanggan memilih alternatif ketika selera berubah. Puncak permintaan keduanya terjadi pada waktu makan siang, sehingga perubahan jumlah pembeli pada jam tersebut berpotensi memengaruhi kebutuhan persediaan dan kesiapan pelayanan.

4. Teknologi dan saluran pemesanan

   Warung Pojok dan Warung Mase sama-sama belum memiliki penjualan melalui *platform online* maupun layanan pesan antar daring. Seluruh transaksi penjualan dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang datang ke warung. Kondisi ini membuat jangkauan pasar kedua usaha terutama bergantung pada lokasi, pelanggan sekitar, dan kunjungan langsung. Digitalisasi dapat menjadi peluang pengembangan pada masa mendatang, tetapi belum menjadi strategi yang saat ini diterapkan oleh kedua warung. Rahayu (2026) menyatakan bahwa penggunaan aplikasi digital dan media sosial dapat membantu promosi serta memperluas jangkauan UMKM kuliner; temuan tersebut dapat menjadi pertimbangan pengembangan, bukan gambaran praktik penjualan kedua objek penelitian saat ini.

   Secara konseptual, kondisi kedua warung sejalan dengan Maharani & Kurniawanto (2026) bahwa ketidakpastian lingkungan UMKM kuliner berkaitan dengan dinamika pasar dan persaingan. Rachmawati *et al.* (2025) juga menunjukkan bahwa ketidakpastian dapat mendorong organisasi memperkuat pilihan strategi. Pada dua kasus ini, respons pemilik tampak bersifat langsung dan berdasarkan pengalaman operasional sehari-hari.

Strategi Organisasi yang Diterapkan

1. Strategi harga dan efisiensi biaya

   Warung Pojok memilih tidak menaikkan harga ketika bahan baku meningkat, melainkan sedikit mengurangi porsi makanan. Keputusan tersebut didasarkan pada daya beli pelanggan pasar dan kekhawatiran pelanggan berpindah ke pedagang lain yang lebih murah. Harga ditentukan dengan mempertimbangkan harga bahan baku, harga pesaing, lokasi, serta kemampuan konsumen. Warung Mase menyatakan bahwa harga jual pada umumnya disesuaikan ketika bahan baku naik. Pemilik juga membatasi pengeluaran usaha pada kondisi saat ini. Dengan demikian, Warung Pojok cenderung mempertahankan harga melalui penyesuaian porsi, sedangkan Warung Mase membuka ruang penyesuaian harga dan pengendalian pengeluaran.

   Upaya pengendalian biaya dan penentuan harga tersebut sebaiknya didukung oleh informasi yang memadai. Dwi Puryati (2022) menemukan bahwa

perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan adalah praktik akuntansi manajemen yang dijalankan oleh UMKM dan memengaruhi kinerja usaha. Selain itu, Putri *et al.* (2024) menunjukkan bahwa mutu informasi dan kemampuan mengambil keputusan berdampak positif terhadap laba UMKM kuliner di Bandung. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa pemilik kedua warung perlu memiliki pencatatan sederhana tentang harga beli, biaya produksi, penjualan, dan pengeluaran sebelum menentukan harga jual.

2. Strategi kualitas diferensiasi

Warung Pojok mempertahankan cita rasa sebagai ciri khas, menjaga keramahan pelayanan, serta memberikan kerupuk dan air dingin/es batu secara gratis selama persediaan tersedia. Keunggulan yang ditekankan ialah kombinasi harga terjangkau dan rasa yang konsisten. Warung Mase menempatkan rasa dan kebersihan sebagai cara utama menarik serta mempertahankan pelanggan, disertai harga yang dianggap kompetitif. Strategi ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan menjadi sumber nilai bagi pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan Chasanah *et al.* (2024), yang menemukan bahwa kualitas produk dan pelayanan berperan penting terhadap kinerja UMKM kuliner.

Konsistensi kualitas dapat dipahami melalui pendekatan *Total Quality Management* (TQM), yang menekankan fokus pada pelanggan, perbaikan berkelanjutan, dan pengelolaan kualitas produk maupun pelayanan. Zahrah & Nugraha (2022) menemukan bahwa penerapan TQM berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kecamatan Coblong, Bandung. Dalam konteks Warung Pojok dan Warung Mase, penerapan prinsip tersebut dapat dilakukan melalui konsistensi resep, kebersihan, keramahan pelayanan, dan perhatian terhadap masukan pelanggan.

Hikmah *et al.* (2024), melalui penelitian terhadap 100 UMKM kuliner di Sidoarjo, menemukan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, sedangkan efisiensi biaya operasional tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam model penelitian mereka. Hasil tersebut memperkuat alasan mengapa keputusan menjaga harga dan kualitas perlu dipertimbangkan bersama, bukan hanya menekan biaya.

3. Strategi produk dan respons terhadap konsumen

Kedua warung menyediakan empat jenis menu yang sama, yaitu bakso, mi ayam, soto, dan gado-gado. Oleh karena itu, variasi menu bukan pembeda utama antara kedua usaha. Persaingan lebih mungkin ditentukan oleh faktor seperti rasa, kebersihan, harga, porsi, kecepatan pelayanan, dan kedekatan lokasi dengan pelanggan. Kesamaan produk ini juga membuat pemantauan biaya dan penjualan per menu menjadi relevan agar pemilik dapat mengetahui menu yang paling diminati dan memberikan kontribusi terbaik bagi usaha.

Pangestuti & Sudrajat (2025) menjelaskan bahwa inovasi produk dan pemasaran pada UMKM kuliner sering muncul secara informal melalui respons terhadap permintaan konsumen dan pengamatan tren. Dari sisi operasional, Hutagalung *et al.* (2026) melalui studi kasus RM Minang Asli menyoroti pentingnya pengelolaan persediaan, alur kerja produksi, standar kebersihan, dan konsistensi rasa. Walaupun kondisi dan skala usaha yang diteliti berbeda, aspek aspek tersebut relevan sebagai bahan evaluasi operasional bagi kedua warung, terutama dalam mengatur persediaan bahan baku dan menjaga kualitas hidangan pada jam ramai.

4. Strategi pemasok dan pengembangan usaha

   Warung Pojok mempertahankan pembelian dari pemasok langganan di Pasar Terong. Hubungan langganan dapat membantu kesinambungan pengadaan, meskipun belum menghilangkan risiko kenaikan harga. Warung Mase menggunakan beberapa tempat pembelian bahan baku sehingga memiliki alternatif sumber pasokan, tetapi tetap menghadapi perubahan stok musiman. Kedua warung belum menerapkan penjualan online dan masih mengandalkan pembeli yang datang langsung. Karena itu, pengembangan usaha yang dapat dipertimbangkan antara lain memperkuat pelanggan *offline*, menjaga konsistensi menu, dan mengevaluasi peluang pemasaran digital secara bertahap tanpa menganggapnya sudah berjalan.

   Pertimbangan digitalisasi tersebut didukung oleh penelitian Santoso (2026) pada UMKM kuliner di Kota Makassar. Penelitian kualitatif tersebut menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* dan media sosial membantu pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas, mempermudah promosi, dan berkaitan dengan peningkatan penjualan serta pendapatan. Namun, temuan itu tidak berarti Warung Pojok atau Warung Mase otomatis akan memperoleh kenaikan pendapatan yang sama; keduanya perlu menilai kesiapan operasional, biaya *platform*, kapasitas produksi, dan kemampuan menangani pesanan sebelum mengadopsinya.

5. Pengendalian dan pemantauan usaha

   Kedua warung dikelola langsung oleh pemilik bersama istri sehingga pengawasan kegiatan harian dilakukan secara langsung oleh keluarga pemilik. Warung Pojok memantau pendapatan dan pengeluaran, sedangkan Warung Mase mengendalikan pengeluaran dengan membatasi belanja usaha. Praktik tersebut merupakan bentuk pengendalian informal yang bertumpu pada pemilik. Namun, hal ini belum menunjukkan adanya pencatatan terstruktur mengenai biaya per menu, margin keuntungan, persediaan, atau target penjualan.

   Dwi Puryati (2022) menjelaskan bahwa praktik akuntansi manajemen pada UMKM dapat dilakukan melalui perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan; ketiganya berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Putri *et al.* (2024) juga menemukan bahwa kualitas informasi dan kemampuan pengambilan keputusan berpengaruh positif terhadap laba UMKM kuliner di Bandung. Sementara itu, Suka *et al.* (2025) mengidentifikasi keterbatasan pengetahuan, sumber daya keuangan dan tenaga kerja, serta dukungan eksternal sebagai hambatan penerapan praktik akuntansi manajemen pada UMKM kuliner. Temuan ini memperkuat alasan bahwa rekomendasi pengendalian bagi kedua warung sebaiknya sederhana dan sesuai kapasitas pengelola.

Tabel 1. Tabel perbandingan Warung Pojok dan Warung Mase

Aspek	Warung Pojok	Warung Mase
Tahun berdiri	2004	2007
Pengelolaan	Pemilik bersama istri	Pemilik bersama istri
Bahan baku	Pasar terong;pemasok langganan	Beberapa tempat/pemasok dan stok bahan baku dipenngaruhi musim

Persaingan	Cukup ketat di kawasan pasar	Tidak terlalu ketat
Ketidakpastian utama	Kenaikan bahan baku	Kenaikan bahan baku dan perubahan ketersediaan bahan
Respon pada harga	Harga dipertahankan dengan porsi yang sedikit dikuarngi	Harga disesuaikan jika bahan baku naik dan pengeluaran dibatasi
Keunggulan yang ditekankan	Harga terjangkau, konsistensi cita rasa, dan keramahan pelayanan	Harga, cita rasa, dan kebersihan
Saluran penjualan	Penjualan secara langsung (*offline*)	Penjualan secara langsung (*offline*)
Pengendalian	Pemilik memantau pendapatan dan pengeluaran secara bersamaan	Pengeluaran dibatasi dan pemantauan dilakukan pemilik setiap hari
Menu	Bakso, mi ayam, soto, dan gado-gado	Bakso, mi ayam, soto, dan gado-gado

Berdasarkan perbandingan tersebut, kedua warung memiliki sejumlah kesamaan, yaitu dikelola oleh pemilik bersama istri, menjual empat menu yang sama, beroperasi secara *offline*, dan menghadapi kenaikan harga bahan baku. Perbedaannya terutama terlihat pada persepsi persaingan, sumber pasokan, serta respons terhadap kenaikan biaya. Warung Pojok lebih menonjolkan strategi mempertahankan harga dengan penyesuaian porsi, sedangkan Warung Mase cenderung menyesuaikan harga mengikuti perubahan biaya dan membatasi pengeluaran. Karena menu keduanya sama, kualitas rasa, kebersihan, harga, porsi, dan pelayanan menjadi faktor yang penting untuk mempertahankan pelanggan.

Jika dianalisis melalui teori kontingensi, perbedaan respons kedua warung dapat dipahami sebagai penyesuaian keputusan terhadap kondisi masing-masing. Walaupun kedua usaha memiliki kesamaan menu dan model penjualan *offline*, kondisi lokasi, pola pelanggan, dan pemasok yang digunakan tidak sepenuhnya sama. Warung Pojok yang merasakan persaingan langsung memilih menjaga harga agar tetap terjangkau, dengan konsekuensi penyesuaian porsi. Warung Mase yang memiliki beberapa sumber pembelian memilih mengendalikan pengeluaran serta menyesuaikan harga ketika biaya meningkat. Dengan demikian, strategi yang berbeda perlu dinilai berdasarkan kesesuaiannya dengan pelanggan, biaya, pasokan, dan sumber daya masing-masing.

Implikasi Bagi Sistem Pengendalian Manajemen

Hasil perbandingan menunjukkan bahwa pengendalian pada kedua UMKM telah berjalan melalui pengawasan langsung pemilik, tetapi belum tergambar sebagai sistem formal. Beberapa langkah sederhana yang dapat dipertimbangkan adalah: (1) mencatat harga beli bahan baku dan pemasok setiap minggu; (2) menghitung biaya bahan per menu dan memperbaruinya ketika harga berubah; (3) mencatat jumlah porsi terjual per menu, terutama pada jam makan siang; (4) memantau sisa bahan dan bahan yang terbuang; serta (5) mengevaluasi keluhan dan pembelian ulang pelanggan. Langkah

tersebut dapat membantu pemilik membedakan apakah tekanan usaha berasal dari kenaikan harga, pemborosan, perubahan permintaan, atau keputusan harga.

Pengendalian juga perlu disesuaikan dengan kondisi masing-masing usaha. Warung Pojok perlu memastikan bahwa penyesuaian porsi tidak menurunkan persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan. Warung Mase dapat memanfaatkan alternatif pemasok untuk mengurangi risiko pasokan musiman. Karena kedua warung menjual menu yang sama, pencatatan biaya bahan dan jumlah penjualan per menu dapat menjadi dasar untuk membandingkan efisiensi serta menentukan keputusan harga. Penerapan pencatatan tidak harus menggunakan aplikasi yang rumit; catatan harian yang konsisten dapat membantu pemilik mengambil keputusan berbasis informasi.

SIMPULAN

Warung Pojok dan Warung Mase menghadapi lingkungan bisnis kuliner yang tidak pasti, terutama akibat kenaikan harga bahan baku, perubahan ketersediaan bahan, serta dinamika permintaan konsumen. Kedua usaha sama-sama dikelola oleh pemilik bersama istri, menjual menu bakso, mi ayam, soto, dan gado-gado, serta mengandalkan penjualan *offline*. Perbedaan keduanya terlihat pada persepsi persaingan, sumber pasokan, dan respons terhadap kenaikan biaya. Warung Pojok merespons dengan mempertahankan harga dan sedikit mengurangi porsi, sedangkan Warung Mase cenderung menyesuaikan harga ketika biaya bahan baku meningkat serta membatasi pengeluaran.

Kedua usaha menerapkan strategi organisasi secara informal dan berpusat pada pemilik bersama istri. Kesamaan menu dan saluran penjualan membuat kualitas rasa, kebersihan, harga, porsi, dan pelayanan menjadi aspek penting dalam persaingan. Penguatan pengendalian sederhana melalui pencatatan biaya bahan baku, harga pemasok, penjualan per menu, dan evaluasi persediaan disarankan agar keputusan harga dan operasional lebih terukur. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan objek yang hanya melibatkan dua UMKM serta pengumpulan data lapangan dalam satu tanggal kunjungan, sehingga hasilnya bersifat deskriptif dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi ke seluruh UMKM kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Chasanah, U., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Halizah, S. N. (2022). Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Kuliner melalui Optimalisasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *At-Tasyri': Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, *3*. https://doi.org/10.55380/tasyri.v3i02.691

Chasanah, U., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Halizah, S. N. (2024). Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Kuliner melalui Optimalisasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *At-Tasyri: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah*, *3*(1), 85–100. https://doi.org/10.55380/tasyri.v3i01.695

Dwi Puryati. (2022). Praktik Akuntansi Manajemen pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, *9*(01), 124–135. https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.01.10

Hikmah, K. A., Supardi, S., & Febriansah, R. E. (2024). Analisis Biaya Operasional, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Kuliner di Sidoarjo. *Jurnal Manajerial*, *11*(03), 436. https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v11i03.7853

Hutagalung, G. O., Simamora, J. W., Simbolon, K. F., Putri, R., Hasibuan, N., Sahat, R., & Simanulang, P. (2026). ANALISIS MANAJEMEN PRODUKSI RM MINANG ASLI: STUDI KASUS UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KUALITAS HIDANGAN. *LAND Journal : Logistic and Accounting Development*, *7*(2), 2716–263. https://doi.org/10.47491/landjournal.v7i2.4610

Maharani, R. A., & Kurniawanto, H. (2026). Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan, Sistem Pengukuran Kinerja, dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Manajerial UMKM Kuliner di Surakarta. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, *6*(1), 541–551. https://doi.org/10.51903/jupea.v6i1.5393

Nudita, A., & Suwandi. (2025). Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi Implementasi Teori Kontingensi dalam Pengambilan Keputusan Manajerial pada UMKM. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *1*, 481–486. https://doi.org/10.63822/wvxf7766

Pangestuti, Y., & Sudrajat, B. (2025). Strategi Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner di Kecamatan Karangpucung. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *13*(1), 102–112. https://doi.org/10.35137/jmbk.v13i1.352

Putri, L. M., Afriady, A., & Burhany, D. I. (2024). Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemampuan Pengambilan Keputusan terhadap Laba UMKM (Survei Pada UMKM Kuliner Kota Bandung). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, *4*(3), 160–170. https://doi.org/doi.org/10.35313/ialj.v4i3.6070

Rachmawati, D., Gani, L., & Jermias, J. (2025a). Investigating the Effects of Environmental Uncertainty, Business Strategy and Management Control Systems on Organisational Learning and Performance. *Accounting and Finance*. https://doi.org/10.1111/acfi.70012

Rachmawati, D., Gani, L., & Jermias, J. (2025b). Investigating the Effects of Environmental Uncertainty, Business Strategy and Management Control Systems on Organisational Learning and Performance. *Accounting and Finance*, 1–21. https://doi.org/10.1111/acfi.70012

Rahayu, T. (2026). EFEKTIVITAS KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENDORONG DIGITALISASI UMKM DI TINGKAT LOKAL DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *15*(1), 1788–1803. https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2129

Santoso, S. H. (2026). STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KULINER BERBASIS LOKAL DI KOTA MAKASSAR MARKETING STRATEGY FOR LOCALLY BASED CULINARY MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN MAKASSAR CITY. *SIBATIK JOURNAL | VOLUME*, *5*(4), 1934–1944. https://doi.org/10.54443/sibatik.v5i4.4479

Suka, T. E. K. B. G., Simarmata, M. A. C. B., & Tobing, F. L. (2025). Kendala dan Tantangan Penerapan Praktik Akuntansi Manajemen (Studi kasus pada Toko Martabak ARUM Terang Bulan). *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *9*(1), 115–128. https://doi.org/0.24269/iso.v9i1.2990

Zahrah, A. F., & Nugraha, A. A. (2022). Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kinerja The Effect of Total Quality Management Implementation on Culinary Sector MSMEs Performance in Coblong Sub-district, Bandung Arie Apriadi Nugraha. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, *02*(02), 404–411.