



Strategi Bertahan UMKM Es Teh Jumbo di Kota Palembang

Khusnul Ari Nugroho¹, Paturahman Aditia², Fairuz Nadhif Abryant³, Anugerah Hafiz

Reval Hidayat⁴, Anggreany Husia⁵

Universitas Muhammadiyah Palembang^{1,2,3,4,5}

*Email arinugroho13042020@gmail.com, anugrahhidayat597@gmail.com, reanyhusia1012@gmail.com,
paturahmanaditia81@gmail.com, fairuznadhif36@gmail.com

Diterima: 05-07-2026 | Disetujui: 12-07-2026 | Diterbitkan: 14-07-2026

ABSTRACT

MSMEs are an important sector in the local economy, including in the city of silaberanti (PALEMBANG), particularly in the ready to drink beverage business, which is facing fierce competition and market trends. These conditions require MSMEs to have survival strategies in order to continue operating their businesses. This study aims to determine the survival strategies implemented by jumbo iced tea MSMEs and the factors that influence business resilience and customer loyalty. This study uses a qualitative approach. Data collection was conducted through in depth interviews and direct observation with business owners. The results of this study indicate that the resilience of jumbo iced tea MSMEs is influenced by consistent product quality, affordable and stable pricing, friendly service, and the ability of business owners to adapt to market conditions. In addition, the religious values held by business owners can play a role in shaping business resilience and calmness in making business decisions. These strategies are able to maintain customer trust and loyalty, so that the business continues to run and survive amid increasingly fierce competition. This study is expected to be a reference for other MSME entrepreneurs in designing sustainable business resilience strategies.

Keywords: MSMEs, survival strategies, business resilience, customer loyalty

ABSTRAK

UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian lokal, termasuk di Kota (PALEMBANG) khususnya pada bidang usaha kuliner minuman siap saji yang sedang menghadapi persaingan ketat atau tren pasar, kondisi tersebut menuntut UMKM untuk memiliki strategi bertahan agar tetap mampu menjalankan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bertahan yang diterapkan oleh UMKM es teh jumbo serta faktor faktor yang memengaruhi ketahanan usaha dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam dan observasi secara langsung dengan pemilik usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketahanan UMKM es teh jumbo penting dalam memperhatikan kualitas produk, penetapan harga yang terjangkau dan stabil, pelayanan yang ramah, serta kemampuan dalam beradaptasi dengan kondisi pasar. Selain itu nilai religius yang dimiliki pemilik usaha dapat berperan dalam membentuk ketahanan usaha dan ketenangan dalam mengambil keputusan bisnis tersebut. Strategi tersebut mampu mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sehingga usaha tetap berjalan dan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha UMKM lain dalam merancang strategi ketahanan usaha yang berkelanjutan.

Kata Kunci : UMKM, strategi bertahan, ketahanan usaha, loyalitas pelanggan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nugroho, K. A., Aditia, P. ., Abryant, F. N., Hidayat, A. H. R., & Husia, A. . (2026). Strategi Bertahan UMKM Es Teh Jumbo di Kota Palembang. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 4910-4917. <https://doi.org/10.63822/febf1c05>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi penyedia lapangan pekerjaan yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain itu, UMKM berperan dalam mendorong pemerataan pendapatan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan ekonomi daerah, serta menjadi penggerak aktivitas ekonomi lokal. Pemerintah Indonesia juga terus memberikan dukungan melalui berbagai kebijakan, seperti pelatihan kewirausahaan, bantuan permodalan, digitalisasi usaha, hingga pendampingan bagi pelaku UMKM agar mampu berkembang dan memiliki daya saing yang lebih baik di tengah perubahan kondisi ekonomi.

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan berbagai tantangan yang muncul. Globalisasi, digitalisasi, serta meningkatnya persaingan usaha membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan produk yang akan dibeli. Kondisi tersebut mendorong pelaku UMKM untuk terus melakukan inovasi, menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberlangsungan suatu usaha, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal, sumber daya manusia, maupun akses terhadap teknologi.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah usaha kuliner, khususnya minuman siap saji. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis minuman seperti es teh jumbo mengalami peningkatan popularitas karena menawarkan harga yang terjangkau, mudah dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat, serta sesuai dengan kebutuhan konsumen di daerah beriklim tropis seperti Indonesia. Di Kota Palembang, usaha minuman siap saji terus bermunculan dengan berbagai konsep dan inovasi sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Persaingan tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan pelanggan sekaligus menjaga keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Di sisi lain, pelaku UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan tren konsumsi masyarakat, meningkatnya biaya operasional, serta munculnya kompetitor baru dengan konsep bisnis yang serupa. Selain itu, perkembangan platform digital seperti media sosial dan layanan pesan antar berbasis aplikasi telah mengubah pola perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen kini mengharapkan pelayanan yang cepat, kualitas produk yang konsisten, harga yang kompetitif, serta kemudahan dalam melakukan pemesanan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memiliki strategi yang tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada upaya membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk, pelayanan yang baik, dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi.

Salah satu UMKM yang mampu bertahan di tengah persaingan tersebut adalah UMKM Es Teh Jumbo Silaberanti yang berlokasi di kawasan Plaju, Kota Palembang. Meskipun banyak usaha minuman sejenis bermunculan di sekitar lokasi, usaha ini masih mampu mempertahankan pelanggan dan menjalankan aktivitas usahanya secara konsisten. Berdasarkan hasil observasi awal, keberhasilan tersebut didukung oleh beberapa faktor, antara lain menjaga kualitas rasa produk, mempertahankan harga jual yang terjangkau, memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan, serta membangun hubungan yang baik dengan

konsumen. Selain itu, pemilik usaha juga menunjukkan kemampuan dalam mengelola usaha secara sederhana namun efektif sehingga mampu bertahan di tengah kondisi pasar yang dinamis.

Hal yang menarik dari UMKM Es Teh Jumbo Silaberanti adalah adanya nilai-nilai religius yang diterapkan dalam menjalankan usaha. Pemilik meyakini bahwa persaingan merupakan bagian yang wajar dalam dunia bisnis dan percaya bahwa setiap pelaku usaha telah memiliki rezekinya masing-masing. Sikap tersebut membentuk pola pikir yang positif dalam menghadapi persaingan sekaligus menjadi motivasi untuk terus menjaga kualitas produk dan pelayanan tanpa harus menjatuhkan usaha lain. Nilai-nilai tersebut menjadi salah satu karakteristik yang membedakan usaha ini dengan pelaku usaha sejenis.

Penelitian mengenai strategi bertahan UMKM telah banyak dilakukan sebelumnya dan menunjukkan bahwa kualitas produk, inovasi, pelayanan, serta pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Namun demikian, setiap UMKM memiliki karakteristik, kondisi lingkungan, serta strategi yang berbeda-beda sehingga diperlukan penelitian yang lebih spesifik sesuai dengan konteks usaha yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian mengenai UMKM Es Teh Jumbo Silaberanti menjadi penting karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai strategi bertahan yang diterapkan oleh pelaku usaha skala mikro dalam menghadapi persaingan bisnis minuman siap saji di Kota Palembang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bertahan yang diterapkan oleh UMKM Es Teh Jumbo Silaberanti dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ketahanan usaha, loyalitas pelanggan, serta peran kualitas produk, pelayanan, penetapan harga, dan adaptasi terhadap perkembangan pasar dalam mendukung keberlanjutan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, akademisi, maupun pemerintah sebagai referensi dalam merumuskan strategi pengembangan usaha mikro yang lebih berkelanjutan dan memiliki daya saing yang tinggi.

METODE PENELITIAN

Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Grounded Theory. Metode ini di pilih karena bertujuan untuk memahami dan membangun konsep teoritis melalui mengenai strategi bertahan UMKM es teh jumbo di Kota Palembang berdasarkan data empiris yang di peroleh dari lapangan langsung sehingga teori yang di hasilkan relevan dengan kondisi nyata yang di alami UMKM di Kota Palembang.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM es teh jumbo Silaberanti yang berlokasi di daerah Plaju, SUMATERA SELATAN. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM tersebut merupakan usaha minuman siap saji yang mampu bertahan di tengah persaingan usaha sejenis serta memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu strategi bertahan dan ketahanan usaha.

Waktu penelitian di lakukan pada tanggal 20 juni 2026 mulai pukul 16.30–17.25 WIB

Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian ini dilakukan oleh pemilik UMKM Es Teh Jumbo Ibu yuni, pemilik kedai es teh jumbo di area kampus Universitas Muhammadiyah Palembang, pemilihan subjek dilakukan secara purposive, dengan pertimbangan subjek memiliki pengalaman usaha di bidang UMKM, mampu menghadapi persaingan bisnis minuman, serta dapat menerapkan strategi untuk mempertahankan usahanya.

Objek Penelitian adalah strategi bertahan UMKM es teh jumbo di Kota Palembang yang meliputi :

- Menjaga kualitas produk
- Penetapan harga yang tetap stabil
- Pelayanan yang baik kepada pelanggan
- Kemampuan beradaptasi pada tren pasar dalam membentuk ketahanan usaha dan loyalitas pelanggan.

Jenis Data

Jenis data yang dilakukan penelitian menggunakan jenis data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam serta observasi secara langsung dengan pemilik usaha umkm es teh jumbo terhadap aktivitas operasional usaha
- b. Data Sekunder Data sekunder diperoleh melalui studi Pustaka, berupa penjual UMKM minuman siap saji, buku dan jurnal ilmiah serta dokumentasi situasi lapangan yang relevan.

Pengumpulan Data

1. **Wawancara** :Penulis melakukan wawancara guna untuk menggali informasi mengenai operasional UMKM, strategi pemasaran, tantangan, serta upaya adaptasi pelaku usaha. Wawancara yang dilakukan pada : Pemilik UMKM Es Teh Jumbo : Ibu Yuni
2. **Observasi** : Kegiatan observasi atau pengamatan data dilakukan secara langsung Observasi dilakukan pada bulan juni 2026. Tujuan observasi antara lain
 - Mengamati aktivitas operasional dan alur pelayanan.
 - Menilai fasilitas yang disediakan usaha seperti kebersihan, alat produksi, dan tampilan gerai.
 - Mengidentifikasi strategi bertahan, misalnya inovasi menu, sistem
 - promosi, pemanfaatan media digital, dan pola penjualan.
 - Mengamati pola kunjungan pelanggan serta jam ramai (peak hour).
3. **Studi Pustaka**; Studi pustaka dilakukan dengan menelusuri literatur terkait strategi UMKM bertahan, manajemen usaha, pemasaran digital, serta penelitian terdahulu mengenai UMKM minuman. Sumber berasal dari buku, jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan riset yang relevan melalui studi Pustaka.

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi, yang meliputi triangulasi sumber dan metode. Peneliti membandingkan hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang kepada informan guna memastikan kebenaran data yang diperoleh.

a. Triangulasi Sumber

Data dikumpulkan dari pemilik, karyawan, pelanggan, serta pihak paguyuban UMKM untuk memeriksa konsistensi informasi.

b. Triangulasi metode:

Penelitian menggunakan wawancara, observasi langsung, dan studi pustaka agar data saling melengkapi.

Tabel 1. Tabel Mind Mapping

Informasi: Pemilik kedai usaha UMKM es the jumbo (Ibu Yuni)

Informan	Pertanyaan	Konseptualisasi	jawaban
Pemilik Kedai	Bagaimana awal mula Ibu membuka usaha Es Teh Jumbo?	Pendirian Usaha	Awalnya saya hanya memiliki usaha fotokopi. Setelah pandemi COVID-19 pendapatan mulai menurun. Saat itu es teh jumbo sedang banyak diminati masyarakat, sehingga saya melihat peluang dan mencoba membuka usaha ini. Alhamdulillah sampai sekarang masih berjalan dengan baik."
	Bagaimana strategi, untuk tetap menarik pelanggan, meskipun terdapat usaha yang sama di lokasi ini?	Persaingan	"Yang paling penting menjaga kualitas rasa dan pelayanan. Walaupun banyak penjual lain, pelanggan tetap kembali karena sudah cocok dengan produk kami."
	apakah berjualan di outlet saja atau juga berjualan secara online seperti grabfood atau shopeefood gitu?	digitalisasi	Tidak kak, "Saat ini kami masih fokus melayani pembelian langsung dan promosi melalui WhatsApp. Ke depan kami berencana memanfaatkan platform digital."
	Apabila kenaikan dari bahan baku seperti gula atau teh. Bagaimana cara untuk mengatasi hpp nya?	Harga stabil	jika ada kenaikan pada gula atau teh hpp nya tetep sama RP. 3000. meskipun gula naik. Dulu pernah gula 1kg di harga Rp. 14.000. sampai Rp. 15.000. Kita tetep jual di harga RP. 3000.
	Tantangan apa yang dihadapi saat terjadi penurunan penjualan? Seperti pada saat perkuliahan sedang libur gitu? Apalagi di sebelah penjualan ada pesaingnya.	Sikap non-defensif, Nilai religious,	Kalau sepi sih Alhamdulillah enggak ya kak, meskipun di samping saya ada saingannya, tapi saya tetep percaya dan yakin bahwa rezeki yang di beri Tuhan sudah di atur. Ramenya penjual di sebelah pun tidak mengurangi rezeki saya. Sebaliknya sepinya saya pun juga tidak merugikan sebelah.
	Adakah pelanggan yang mengeluh selama berjualan es teh jumbo ini? Kalau ada bagaimana menanggapi keluhan tersebut?	Keterbatasan SDM Evaluasi produk	Alhamdulillah kalau di es tehnya ini belum ada, yang pernah ada tu yang di bagian es jeruk, seperti "buk, rasanya beda dari yang saya beli kemarin" terus saya jawab "aneh bagaimana?". Soalnya saya jual es nya bukan es teh saja tapi ada varian es lainny kak. Terus saya melakukan evaluasi saya cek rasanya, mungkin dari evaluasi saya terjadi ke anehan rasa karna beda tangan yang membuat, seperti beda karyawan soalnya kadang kan yang membuat karyawan saya yang masih belajar atau baru mulai kerja jadi belum terlalu paham dengan

			takarannya. Soalnya karyawan saya juga dari mahasiswa upgris juga, karna saya membuka lowongan part time gitu dari sore-malam, jadi bisa kuliah sambil bekerja. Soalnya saya pulang dulu sore jam lima an. Dan di gantikan karyawan saya.
	Apakah pembeli masih banyak yang datang kembali?		alhamdulillah masih kak, dengan cara saya melayani secara baik dengan produk yang menjaga berkualitas. InsyaAllah usahanya saya berkah dan lama. Masalah ramai atau sepi Biar Allah yang mengatur. Namun Alhamdulillah penjual saya bisa sampai 100-200 cup per harinya

HASIL PEMBAHASAN

1. Orientasi Ketahanan Usaha

Pada bagan pertama menunjukkan bahwa ketahanan usaha UMKM es teh jumbo di bangun melalui strategi bertahan yang bersifat defensive dan konservatif. Fokus usaha es teh jumbo ini lebih di arahkan untuk menjaga keberlangsungan operasional di bandingkan mendorong pertumbuhan usaha jangka panjang

2. Strategi Harga Sebagai Kekuatan Dan Kerentanan

Penetapan harga yang stabil menjadikan kekuatan utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Namun, secara kritis juga mengandung resiko karena ketergantungan pada margin keuntungan yang tipis dapat melemahkan ketahanan usaha ketika terjadi kenaikan biaya bahan baku.

3. Ketergantungan Pada Kualitas Produk Dan Individu

Kualitas rasa dan pelayanan menjadi pilar utama ketahanan usaha es teh jumbo. Tetapi pengendalian kualitas masih sangat bergantung pada keterampilan pemilik dan karyawan, sehingga berpoensi menimbulkan inkonsistensi pada produk dalam waktu jangka Panjang.

4. Peran Nilai Religius Dalam Mengambil Keputusan

Nilai religious ini memiliki fungsi sebagai penlyangga psikologis yang membentuk sikap nondefensif terhadap persaingan. Meskipun memberikan ketenangan dalam menjalankan usaha, sikap ini berpotensi menghambat keputusan strategis yang lebih inovatif.

5. Keterbatasan Digitalisasi Sebagi Titik Lemah Struktural

Pada es teh jumbo tersebut tidak menggunakan platfrom digital seperti shopefood dan grabfood karena menekan biaya operasional dan kompleksitas usaha. Namun, kondisi ini membatasi jangkauan pasar dan megurangi fleksibilitas usaha dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen.

6. Dampak Strategis Terhadap Loyalitas Pelanggan

Strategi bertahan yang di terapkan ini berhasil menciptakan loyalitas pelanggan dan pembelian ulang. Meski demikian, loyalitas ini masih bersifat lokal dan bergantung pada kedekatan geografis serta interaksi personal.

7. Karakter Ketahanan Usaha Yang Adaptif Namun Tidak Transformatif.

Secara keseluruhan, ketahanan usaha UMKM es teh jumbo ini bersifat adaptif mampu menyesuaikan diri dengana tekanan eksternal, tetapi belum bersifat transformative karena belum mendorong perubahan structural atau inovatif usaha tersebut

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa UMKM es the jumbo di Palembang telah menerapkan strategi bertahan yang efektif untuk mempertahankan kelangsungan usahanya tersebut di tengah persaingan pasar yang semakin ketat seperti menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, menetapkan harga yang stabil meskipun harga bahan baku naik. Strategi tersebut di perkuat oleh nilai religius dan berperan penting dalam membentuk sikap non defensive terhadap persaingan. Faktor utama yang memengaruhi ketahanan usaha adalah kualitas produk dan pelayanan, serta harga yang stabil meskipun margin keuntungan relative tipis. Namun, usaha ini masih menghadapi keterbatasan pada aspek digital seperti shopeefood dan grabfood. Strategi yang di terapkan memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan yang tetap melakukan pembelian ulang.

SARAN

Dalam penelitian tersebut di sarankan agar memanfaatkan platfrom seperti grabfood, shopeefod, gojek, maupun media sosial lainnya guna untuk memeperluas pasar dan meningkatkan visitabilitas usaha, upaya meningkatkan pengendalian kualitas produk juga perlu di lakukan melalui karyawan agar rasa tetap terjaga. Pengelolaan harga juga perlu di evaluasi secara berkala, mengingat harga bahan baku meningkat dapat berdampak pada berkelanjutan usaha jangka panjang. Dengan menerapkan saran tersebut diharapkan UMKM es the jumbo tersebut dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar dan bertransformasi menjadi bisnis yang lebih professional serta berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, R., et al. (2025). Analisis strategi bertahan sektor UMKM. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Guslina, D., et al. (2025). UMKM dan pertumbuhan ekonomi. Jurnal Ekonomi Indonesia.
- Iswara, M. A. K., & Mahyuni, P. (2024). Strategi UMKM mempertahankan pelanggan di era digitalisasi. Jurnal Manajemen.
- Munfaqiroh, M., Sandy Agung, A., & Sugiharto, P. (2022). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Ulfah, U., & Kurnia, K. (2021). Strategi bertahan usaha mikro di wilayah pariwisata Kota Padang di tengah pandemi COVID-19. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.