

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM BAKSO SAPI UNTUK
MENINGKATKAN DAYA SAING**

(Studi Kasus pada Pondok Bakso Di Kota Solok)

Nidia Angreni Das¹, Siska Yulia Defitri², Dara Aprilia³, Dian Humaira⁴, Hamidah Rahmatu⁵, Khairatul Medinah⁶, Marsha Syaidina Wenda⁷, Nadia Ananda Putri⁸, Nurrahmi Nabilla⁹, Rahma Fitri¹⁰, Rifa Efendi¹¹, Sherly Maharani¹², Silvi Aprilia¹³, Wildan Kholid¹⁴

ProdiS1-Akuntansi Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok

Email: dasnidiaangreni@gmail.com¹, siskayd023@gmail.com²,

Apriliadara088@gmail.com³, dianhumaira14@gmail.com⁴,

Stabigo07@gmail.com⁵, khairatulmedinah0224@gmail.com⁶,

marshasyaidina80@gmail.com⁷, nadianandaptr553@gmail.com⁸,

nrrhminbilla.am@gmail.com⁹, fitri824@gmail.com¹⁰

rifaependi0404@gmail.com¹¹, maharanisherly273@gmail.com¹²,

silvi280617@gmail.com¹³, kholiqwildan1@gmail.com¹⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis UMKM bakso sapi dalam meningkatkan daya saing di Kota Solok, dengan studi kasus pada Pondok Bakso. Pendekatan kualitatif digunakan dengan wawancara mendalam kepada pemilik usaha dan observasi langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan pemanfaatan media sosial menjadi faktor penting dalam memperkuat posisi bisnis. Selain itu, inovasi menu dan kemitraan lokal turut mendukung keberlanjutan usaha. Tantangan yang dihadapi

Article History

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagirism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :
**10.9765/Krepa.V218
.3784**

Plagirism Checker No
234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

<p>meliputi keterbatasan modal, persaingan ketat, dan keterampilan manajerial yang terbatas. Rekomendasi diberikan agar pelaku UMKM meningkatkan kapasitas manajemen dan memperluas jaringan distribusi. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi UMKM serupa dalam mengembangkan daya saing secara berkelanjutan.</p> <p>Kata Kunci: UMKM, bakso sapi, strategi pengembangan, daya saing, diferensiasi, inovasi, Kota Solok.</p>	<p>NonCommercial 4.0 International License</p>
--	--

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional, termasuk dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah industri kuliner, terutama usaha bakso sapi yang telah menjadi bagian dari budaya kuliner masyarakat Indonesia.

Di Kota Solok, perkembangan UMKM kuliner menunjukkan tren positif seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap produk makanan siap saji yang terjangkau dan berkualitas. Pondok Bakso, sebagai salah satu pelaku UMKM bakso sapi di kota ini, menghadapi tantangan untuk

terus berinovasi dan mengembangkan usahanya agar mampu bersaing di tengah kompetisi yang semakin ketat, baik dari sesama UMKM maupun dari restoran cepat saji berskala nasional.

Meningkatkan daya saing UMKM tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga strategi bisnis yang efektif. Strategi pengembangan bisnis mencakup berbagai aspek seperti inovasi produk, manajemen pemasaran, efisiensi operasional, dan pemanfaatan teknologi digital (Raharjo et al., 2020). Oleh karena itu, UMKM seperti Pondok Bakso perlu menyusun strategi yang tepat untuk memperluas pasar dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Salah satu strategi yang penting adalah diferensiasi produk. Dalam konteks usaha bakso, diferensiasi dapat dilakukan melalui variasi rasa, bahan tambahan yang unik, penyajian yang menarik, serta penyesuaian terhadap preferensi lokal. Menurut Susanti dan Prasetyo (2019), inovasi produk menjadi faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan usaha kuliner berbasis UMKM di tengah perubahan selera konsumen.

Selain inovasi produk, penggunaan media digital untuk promosi dan pemesanan juga menjadi keharusan dalam era digitalisasi UMKM. Pemanfaatan media sosial dan platform digital terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas pangsa pasar UMKM, termasuk di daerah non-metropolitan seperti Solok (Kusuma & Puspitasari, 2021). Pondok Bakso perlu mengoptimalkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau konsumen lebih luas.

Aspek lain yang penting dalam pengembangan UMKM adalah manajemen operasional yang efisien, seperti pengelolaan bahan baku, kontrol kualitas, dan pelayanan pelanggan. Menurut Putra et al. (2022), efisiensi operasional dapat membantu UMKM mengurangi biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan, yang pada akhirnya memperkuat daya saing.

Dukungan dari lingkungan eksternal, seperti pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan komunitas UMKM juga turut berperan dalam pengembangan bisnis. Program pelatihan, akses permodalan, dan fasilitasi promosi dari pemerintah Kota Solok menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan Pondok Bakso dalam memperkuat kapasitas usahanya (BPS, 2023).

Namun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam hal perencanaan bisnis, akses teknologi, dan keterbatasan sumber daya manusia. Studi oleh Handayani dan Sari (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki strategi bisnis yang terdokumentasi dengan baik, sehingga sulit untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja usahanya secara berkelanjutan.

Melalui studi kasus pada Pondok Bakso di Kota Solok, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang telah diterapkan serta mengevaluasi sejauh mana strategi tersebut berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan memberikan rekomendasi strategi yang relevan berdasarkan kondisi lokal.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam pengembangan strategi bisnis UMKM kuliner di daerah. Selain itu, hasil studi ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku UMKM lainnya dalam merancang strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan dan kompetitif di era persaingan global.

TINJAUAN TEORI

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangan bisnis bakso sapi di Kota Solok untuk meningkatkan daya saing dalam umkm serta rekomendasi strategi yang dapat meningkatkan strategi pengembangan bisnis, sehingga dapat mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

1. Analisis Situasi

Pondok Bakso Beken

Yang beralamat di jl. Tembok raya, nan balimo kec, tj harapan Kota Solok, didirikan pada tahun 2009. pondok bakso ini memproduksi 10kg daging sapi setiap harinya untuk membuat bakso sapi. sistem penjualannya dilakukan secara langsung di pondok bakso tersebut. Mengusung konsep warung modern yang menyasar anak muda dan pelajar. Memiliki menu bakso yang bervariasi dan ada juga menu makanan lainnya dengan pelayanan cepat dan tempat yang bersih. Pendekatan ini memungkinkan pelanggan untuk merasakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan langsung terhubung dengan produk yang mereka beli.

Pondok Bakso Mas Joko

Yang beralamat di jl. Adityawarman, kp. Jawa, kec, tj. harapan kota solok, didirikan pada tahun 1988. Pondok bakso ini memproduksi 6kg daging sapi setiap harinya untuk membuat bakso sapi. Sistem penjualannya dilakukan secara langsung di pondok bakso tersebut. Di Usaha keluarga dengan resep turun-temurun. Mengandalkan rasa otentik, harga terjangkau, dan pelanggan setia dari kalangan keluarga dan pekerja lokal. Pendekatan ini memungkinkan

pelanggan untuk merasakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan langsung terhubung dengan produk yang mereka beli.

Pondok Bakso Bunting

Yang beralamat di jl. Lkr. Utara No. km 2, RW. Ampang kualo, kp. Jawa, kec. Tj. Harapan, Kota Solok, bakso ini memproduksi 5kg daging sapi setiap harinya untuk membuat bakso sapi. System penjualanya dilakukan secara langsung di pondok bakso tersebut. Inovatif dalam variasi produk seperti bakso isi pedas, bakso keju, dan bakso jumbo. Aktif mempromosikan melalui media sosial, dan menargetkan anak muda serta pemburu kuliner unik. Pendekatan ini memungkinkan pelanggan untuk merasakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan langsung terhubung dengan produk yang mereka beli.

2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat beberapa kategori Permasalahan atau kendala yang terjadi dan dapat mempengaruhi kinerja serta keberlangsungan UMKM Pondok bakso sapi Kota Solok. Kendala yang dialami oleh UMKM dapat dirangkum dalam beberapa poin sebagai berikut:

A. Strategi Pemasaran yang Kurang Optimal

Strategi pemasaran yang kurang optimal merupakan salah satu kendala utama dalam pengembangan bisnis UMKM bakso sapi, seperti yang terlihat pada beberapa pondok bakso di Kota Solok. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti spanduk, selebaran, atau promosi dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan media digital secara

maksimal. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi terbatas dan tidak mampu menarik segmen konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Selain itu, belum adanya kehadiran di platform pemesanan makanan online seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood semakin mempersempit akses konsumen terhadap produk mereka. Identitas merek yang lemah misalnya tidak memiliki logo yang menarik, slogan yang mudah diingat, atau tampilan tempat usaha yang khas juga membuat usaha sulit dikenali dan diingat oleh pelanggan. Di sisi lain, pelaku UMKM juga jarang menyediakan promo menarik, diskon, atau program loyalti yang dapat mendorong pelanggan untuk datang kembali.

B. Persaingan yang Semakin Ketat

Persaingan yang semakin ketat menjadi salah satu tantangan utama dalam pengembangan bisnis UMKM bakso sapi di Kota Solok. Munculnya berbagai usaha sejenis, baik dari pelaku UMKM lokal maupun dari waralaba nasional dengan merek yang sudah dikenal luas, membuat pasar bakso menjadi sangat kompetitif. Banyaknya pilihan bagi konsumen menyebabkan mereka menjadi lebih selektif dalam menentukan tempat makan, tidak hanya berdasarkan rasa, tetapi juga pada aspek pelayanan, kenyamanan, harga, hingga keunikan produk. Selain itu, kemajuan teknologi juga memudahkan pesaing untuk mempromosikan produknya secara digital, sementara sebagian UMKM masih tertinggal dalam hal pemanfaatan media online. Kondisi ini menyebabkan UMKM bakso sapi yang tidak mampu beradaptasi berisiko kehilangan pelanggan dan sulit berkembang. Tanpa strategi yang inovatif dan diferensiasi produk yang kuat, pelaku usaha akan sulit bersaing dan mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran kompetitor

yang terus tumbuh. Oleh karena itu, UMKM perlu terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran untuk tetap relevan dan unggul dalam persaingan pasar.

C. Solusi Permasalahan

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pondok bakso sapi di Kota Solok, baik dalam aspek operasional maupun pasar, beberapa solusi strategis dapat diterapkan.

1. **Solusi untuk strategi pemasaran,** Untuk mengatasi strategi pemasaran yang kurang optimal pada UMKM bakso sapi di Kota Solok, seperti Pondok Bakso Beken, Pondok Bakso Mas Joko, dan Pondok Bakso Bunting, diperlukan pendekatan pemasaran yang lebih modern dan terarah. Salah satu solusi utama adalah memanfaatkan media sosial secara aktif, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk mempromosikan produk secara visual dan menarik. Konten yang konsisten, seperti foto makanan, video proses pembuatan, hingga testimoni pelanggan, dapat meningkatkan daya tarik dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, UMKM perlu bergabung dengan platform layanan pesan antar makanan seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood agar produk mereka lebih mudah diakses oleh konsumen yang tidak bisa datang langsung. Identitas merek juga perlu diperkuat melalui pembuatan logo, slogan, kemasan menarik, dan desain tempat makan yang khas sehingga mudah diingat oleh pelanggan. Menawarkan berbagai promo seperti diskon, paket hemat, atau program loyalti juga efektif untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan

pelanggan tetap. Di sisi lain, pelaku usaha perlu memahami target pasar dengan lebih baik melalui survei pelanggan, sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Kolaborasi dengan influencer atau food vlogger lokal juga bisa menjadi cara yang efektif untuk memperluas eksposur usaha. Terakhir, pelaku UMKM disarankan mengikuti pelatihan pemasaran digital yang diselenggarakan oleh pemerintah atau platform daring, guna meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola promosi secara profesional. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, diharapkan UMKM bakso sapi di Kota Solok mampu meningkatkan daya saing dan berkembang secara berkelanjutan.

2. **Solusi untuk persaingan yang ketat**, Dalam menghadapi persaingan yang semakin sengit, pelaku UMKM bakso sapi di Kota Solok perlu menerapkan berbagai strategi pengembangan yang tepat dan berkelanjutan. Salah satu langkah penting adalah dengan menghadirkan produk yang memiliki keunikan, seperti menciptakan varian bakso baru, misalnya bakso isi keju, bakso super pedas, bakso bakar, atau menu paket khusus untuk keluarga. Keberagaman produk ini dapat menjadi daya tarik tersendiri dan membedakan usaha dari kompetitor lainnya. Di samping itu, menjaga kualitas rasa dan konsistensi produk merupakan hal krusial agar pelanggan merasa puas dan kembali berkunjung. Dalam hal promosi, para pelaku usaha harus mulai memaksimalkan media digital sebagai sarana pemasaran, termasuk memanfaatkan platform pemesanan makanan online

seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, bekerja sama dengan influencer lokal atau menjalankan promosi menarik seperti diskon atau giveaway dapat menjadi strategi efektif dalam menarik pelanggan baru. Tidak kalah penting, pelaku UMKM juga perlu meningkatkan kapasitas dan pengetahuan usaha melalui pelatihan atau pendampingan dari lembaga pemerintah atau komunitas bisnis agar mampu bersaing secara profesional. Dengan kombinasi inovasi produk, peningkatan pelayanan, dan strategi pemasaran yang modern, UMKM bakso sapi di Kota Solok akan memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dan tetap bertahan dalam persaingan usaha yang kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Pondok Bakso Kota Solok, Sumatra Barat. Proses pengabdian ini dimulai pada tanggal 16 Juli 2025 dengan menggunakan metode kuantitatif. Tim pengabdian melakukan wawancara serta mendokumentasikan kegiatan melalui foto dan video.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Observasi Langsung di Lokasi: Tim pengabdian melakukan perjalanan ke lokasi usaha Pondok Bakso di Kota Solok untuk mengamati proses operasional dalam kondisi normal.
2. Observasi dan Penilaian Awal: Sebelum melakukan wawancara, tim pengabdian melakukan observasi dan penilaian langsung terhadap aktivitas operasional pondok bakso guna mendapatkan gambaran yang lebih mendalam.

3. Wawancara Terfokus: Tim pengabdian melakukan wawancara terfokus dengan pemilik usaha, untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai sistem perusahaan, risiko yang dihadapi, serta kendala yang pernah atau sedang dialami.
4. Analisis Temuan: Setelah wawancara, tim pengabdian menganalisis informasi yang diperoleh untuk mengidentifikasi kendala dan risiko yang dihadapi oleh Pondok Bakso di Kota Solok.
5. Rekomendasi: Berdasarkan hasil analisis, tim pengabdian menyusun rekomendasi untuk mengatasi kendala dan risiko yang teridentifikasi, termasuk strategi pemasaran yang dapat diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan di UMKM Pondok Bakso Kota Solok, Sumatera Barat. Melalui observasi dan wawancara, teridentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, baik dari segi operasional maupun pasar. Masalah operasional yang ditemukan mencakup kenaikan harga bahan baku tepung dan daging yang dapat mempengaruhi biaya produksi serta ketidakstabilan tenaga kerja yang berpotensi mengganggu jadwal produksi. Di sisi lain, masalah pasar juga menjadi tantangan, di mana persaingan ketat dengan penjual bakso yang sudah ada dan perubahan preferensi konsumen terhadap produk menjadi faktor yang perlu diperhatikan.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang ditemukan, di beberapa pondok bakso yang ada di kota solok mengambil

langkah-langkah strategis guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pertama, diversifikasi sumber bahan baku menjadi kunci untuk mengurangi dampak fluktuasi harga yang dapat mempengaruhi biaya produksi. Selain itu, pengelolaan stok yang efisien melalui sistem manajemen inventaris memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan harga rendah saat membeli bahan baku. Penggunaan media sosial dan teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas merek. Membangun program loyalitas pelanggan merupakan strategi yang efektif untuk mempertahankan pelanggan yang ada, sekaligus menarik pelanggan baru.

inovasi produk dan peningkatan kualitas juga harus menjadi focus utama untuk memenuhi harapan konsumen yang terus berkembang. Dengan dukungan berkelanjutan dari pihak terkait, Pondok Bakso dapat mengatasi tantangan yang ada dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema strategi pengembangan bisnis UMKM bakso sapi dalam meningkatkan daya saing di Kota Solok, dengan studi kasus pada Pondok Bakso. Pelaku usaha yang terlibat dalam program ini mendapatkan pemahaman lebih baik tentang pentingnya keagenan dalam memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan efisiensi distribusi, serta memperkuat hubungan dengan konsumen. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek pemasaran dan manajemen keuangan.

Selain itu, kegiatan ini juga berhasil mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses informasi dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Dengan pendampingan yang diberikan, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya strategi berbasis data dan teknologi untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola bisnis mereka secara lebih profesional.

Berikut adalah beberapa dokumentasi terkait dengan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan di beberapa pondok bakso yang ada di Kota Solok.



Foto Bersama Pemilik Bakso Beken



Foto Bersama Pemilik Bakso Mas Joko



Foto Bersama Pemilik Bakso Bunting

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2023). *Statistik UMKM Kota Solok Tahun 2022*. Badan Pusat Statistik Kota Solok.
- Handayani, N., & Sari, M. A. (2020). Analisis perencanaan strategi bisnis pada UMKM sektor makanan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 8(2), 77-85.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Tahunan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: KemenkopUKM.
- Kusuma, D. P., & Puspitasari, M. (2021). Digital marketing untuk penguatan UMKM pada era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 2(4), 25-32.
- Putra, A. P., Wulandari, D., & Hidayat, M. (2022). Efisiensi operasional dan dampaknya terhadap daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 40-52.
- Raharjo, S., Handayani, S. R., & Setyowati, D. (2020). Strategi pengembangan UMKM berbasis inovasi dan teknologi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 55-68.
- Susanti, R., & Prasetyo, H. (2019). Inovasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 12-20.