

MENELAAH KETERKAITAN 5 SEKTOR EKONOMI UNGGULAN DI KOTA PAYAKUMBUH

Rita Indriyanti¹, Syifa Alisya², Umi Anisa³, Vina Verliana⁴, Yulia Novita⁵

Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

12211325143@students.uin-suska.ac.id, 12211321187@students.uin-suska.ac.id,
12211321350@students.uin-suska.ac.id, 12211321619@students.uin-suska.ac.id,
yulia.novita@uin-suska.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah keterkaitan antara 5 sektor ekonomi unggulan di Kota Payakumbuh, yaitu Sentra Tenun Balai Panjang, Pabrik Chokato, IKM Rendang, Anyaman, dan Pasar Ibh Payakumbuh. Dengan pendekatan geografi ekonomi dan analisis spasial, penelitian ini mengidentifikasi distribusi dan interaksi antar sektor, serta faktor geografis yang mempengaruhi perkembangan ekonomi lokal. Hasil penelitian menunjukkan adanya sinergi antar sektor melalui pemanfaatan sumber daya lokal, jaringan distribusi, dan inovasi berbasis budaya. Namun, tantangan seperti keterbatasan teknologi dan akses pasar masih menjadi hambatan utama. Studi ini memberikan rekomendasi strategis bagi penguatan sektor unggulan guna mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan di Payakumbuh.

Kata Kunci: Sektor unggulan, ekonomi lokal, Payakumbuh, geografi ekonomi, UMKM

Abstract

This research aims to examine the interconnectedness between the 5 key economic sectors in Payakumbuh City, namely the Balai Panjang Weaving Center, Chokato Factory, IKM Rendang, Anyaman, and Payakumbuh Ibh Market. With an approach to economic geography and spatial analysis, the study identifies the distribution and interaction between sectors, as well as geographical factors that influence local economic development. The results of the study show synergies between sectors through the use of local resources, distribution networks and culture-based innovation. However, challenges such as technological limitations and market access remain major obstacles. The study provides strategic recommendations for strengthening the flagship sector to support sustainable economic development in Payakumbuh.

Keywords: *Leading sector, local economy, Payakumbuh, economic geography, UMKM*

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 886

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Kota Kota Payakumbuh terletak di dataran tinggi Sumatera Barat dan dikenal sebagai salah satu simpul perekonomian regional di wilayah tersebut. Letaknya yang strategis, berada pada jalur utama lintas Sumatera serta dekat dengan pusat-pusat pertanian produktif di Kabupaten Limapuluh Kota, menjadikannya pusat perdagangan dan distribusi yang penting. Kota ini juga dikenal dengan dinamika sosial ekonomi yang khas, ditopang oleh sektor-sektor unggulan seperti industri rumah tangga, agroindustri, dan jasa kreatif, terutama kuliner dan

sulaman. Dalam konteks geografi ekonomi, peran lokasi dan kondisi fisik wilayah menjadi kunci dalam memahami bagaimana pola-pola aktivitas ekonomi berkembang. Pendekatan spasial yang digunakan dalam geografi ekonomi bertujuan untuk menganalisis distribusi geografis aktivitas ekonomi serta faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti aksesibilitas, topografi, dan jaringan infrastruktur. Kota Payakumbuh menawarkan contoh nyata bagaimana suatu wilayah dengan keterbatasan sumber daya alam secara relatif dapat tumbuh menjadi pusat ekonomi regional melalui pemanfaatan potensi lokal dan penguatan sektor unggulan.

Menurut Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Payakumbuh (2023), sektor-sektor ekonomi yang menjadi daya tarik utama investasi di kota ini meliputi: kuliner khas seperti rendang dan galamai, industri sulaman dan bordir khas Minang, serta sektor perdagangan dan jasa UMKM. Kota ini juga telah dinobatkan sebagai bagian dari Jejaring Kota Kreatif Indonesia oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, khususnya dalam bidang kuliner. "Payakumbuh adalah kota kreatif berbasis budaya, kekuatan ekonomi rumah tangga menjadi jantung utama perekonomian kota ini," ungkap Kepala Dinas Perdagangan Payakumbuh dalam wawancara pada portal resmi SumbangProv.go.id (2022). Berdasarkan data dari BPS Kota Payakumbuh (2022), sektor perdagangan besar dan eceran menyumbang lebih dari 25% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) kota ini. Disusul oleh sektor industri pengolahan yang sebagian besar adalah skala kecil dan rumah tangga. Sulaman dan makanan olahan seperti rendang dan kerupuk sanjai bukan hanya produk konsumsi lokal, tetapi telah menjadi komoditas ekspor yang menyasar pasar nasional dan internasional. Ini menandakan adanya pergeseran dari ekonomi berbasis primer menuju ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi, yang sejalan dengan perkembangan global.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penyelidikan yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial dan masalah manusia dalam konteks spesifik, lebih fleksibel serta terbuka, memungkinkan peneliti untuk menjelajahi perspektif subjektif partisipan dan memahami fenomena dari sudut pandang mereka sendiri. Metode ini menggunakan studi kasus di Kota Payakumbuh. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pelaku usaha, serta studi literatur dan data sekunder dari BPS dan Dinas terkait. Selain itu, dilakukan analisis keterkaitan antar sektor melalui identifikasi rantai pasok, jaringan distribusi, dan pola kolaborasi antar pelaku ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sentra Tenun Balai Panjang



Gambar 1. Sentra Tenun Balai Panjang

Tenun Balai Panjang merupakan salah satu warisan budaya Minangkabau yang masih bertahan hingga kini dan menjadi bagian penting dari sektor ekonomi kreatif di Kota Payakumbuh. Produk ini mulai dikenal lebih luas pada tahun 2015, seiring dengan adanya upaya pelestarian budaya lokal melalui pengembangan industri rumah tangga. Sejak saat itu, Tenun Balai Panjang berkembang menjadi identitas lokal yang khas dan menjadi daya tarik bagi pasar domestik. Jenis tenun yang dihasilkan umumnya berupa bahan dasar pakaian seperti kain untuk outer dan kemeja. Di samping itu, pengrajin juga memproduksi songket khas Balai Panjang, yang memiliki nilai estetika tinggi serta bernilai jual cukup tinggi.

Sentra produksi Tenun Balai Panjang terpusat di satu kawasan yang terdiri dari beberapa unit usaha rumahan. Ketiga unit ini digabungkan dalam satu sistem produksi terkoordinasi, sehingga memperkuat posisi Balai Panjang sebagai pusat kerajinan tenun di Payakumbuh. Keberadaan sentra ini memperlihatkan potensi ekonomi lokal yang terbangun dari kekuatan komunitas dan tradisi. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam usaha ini sekitar 20 orang, yang tersebar di berbagai titik di kawasan Balai Panjang. Para pengrajin bekerja dari rumah masing-masing, dan hasil produksi kemudian dikumpulkan untuk dijual atau dipasarkan bersama. Beberapa tahun terakhir, selain menjual kain mentah, mereka juga mulai memproduksi barang jadi seperti pakaian siap pakai, sebagai bentuk adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang semakin variatif.

Nama "Tenun Balai Panjang" sendiri diambil dari nama lokasi asal produk tersebut. Penamaan ini menunjukkan keterikatan yang kuat antara produk dengan tempat asalnya, sehingga memperkuat nilai geografis dan identitas lokal dari produk tenun tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep geografi ekonomi tentang keterkaitan antara produk lokal dan ruang produksi. Dalam hal perkembangan usaha, para pengrajin mengungkapkan bahwa sejak awal berdirinya hingga sekitar tiga tahun pertama, penjualan mengalami peningkatan signifikan. Hal ini disebabkan oleh gencarnya promosi dan upaya pengenalan produk baru kepada konsumen. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, tren penjualan cenderung stabil karena keterbatasan inovasi dan jumlah tenaga kerja yang terbatas. Jika jumlah pekerja bisa ditambah, diperkirakan produksi dan omzet pun akan meningkat.

Distribusi produk tenun ini telah mencapai berbagai provinsi di Indonesia, terutama di Pulau Jawa, Sumatera Utara, dan Riau. Jangkauan ini memperlihatkan bahwa Tenun Balai Panjang tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Namun demikian, sistem pemasaran masih bersifat konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital. Strategi pemasaran yang paling dominan saat ini adalah penjualan langsung ke konsumen. Beberapa reseller memang dilibatkan, namun hanya untuk produk yang kurang laku. Para pelaku usaha lebih memilih berinteraksi langsung dengan pelanggan karena dianggap lebih efektif dalam membangun loyalitas konsumen. Kendala yang dihadapi adalah belum tersedianya sistem penjualan daring secara optimal karena terbatasnya pemahaman terhadap prosedur dan ketentuan dari marketplace.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi industri tenun ini adalah keterbatasan tenaga kerja terampil. Proses menenun membutuhkan ketelitian dan keterampilan khusus, sehingga tidak semua orang bisa terlibat dengan mudah. Sayangnya, banyak generasi muda di kawasan tersebut lebih memilih bekerja di sektor lain seperti kuliner, yang dianggap lebih cepat menghasilkan dan tidak memerlukan keahlian khusus. Meskipun demikian, pemerintah daerah telah memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan dan pembinaan setiap tahunnya. Namun, efektivitas program ini masih tergantung pada minat dan partisipasi masyarakat itu sendiri. Tanpa komitmen dari masyarakat lokal, pengembangan industri kreatif seperti Tenun Balai Panjang tidak akan berjalan optimal. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, pengrajin, dan masyarakat menjadi kunci keberlanjutan sektor unggulan ini.

2. Industri Chokato Payakumbuh



Gambar 2. Industri Chokato Payakumbuh

Pabrik Coklat Chokato merupakan salah satu bentuk hilirisasi produk pertanian yang berhasil dikembangkan di Kota Payakumbuh. Awalnya, pada tahun 2006, kegiatan pengembangan kakao di daerah ini dilakukan oleh kelompok tani dengan dukungan bibit dari pemerintah. Ketika pada tahun 2011 pemerintah kembali merencanakan distribusi bibit, keterbatasan lahan menjadi kendala. Maka dari itu, dilakukan inovasi dengan membangun industri pengolahan, yang kemudian dikenal sebagai Chokato. Pendirian pabrik pada awal 2012 menjadi tonggak penting yang mendorong eksistensinya di pasar nasional dan bahkan internasional. Chokato tidak hanya menghasilkan produk coklat, tetapi juga berperan dalam proses edukasi dan pemurnian produksi berbasis kakao lokal. Proses pengolahan dilakukan secara menyeluruh, dimulai dari panen buah kakao, pengambilan biji, fermentasi selama 5 hingga 6 hari dengan bantuan bakteri alami dari suhu ruangan, hingga proses penjemuran untuk menurunkan kadar air menjadi sekitar 7-8 persen. Setelah itu, biji disangrai dan dikupas kulitnya untuk memperoleh bagian inti yang disebut *nib*, yaitu komponen utama coklat.

Keunikan produksi Chokato terletak pada pemanfaatan bagian inti biji kakao, bukan ampasnya sebagaimana sering terjadi di beberapa tempat lain di Indonesia. Di luar negeri, ampas biji kakao biasanya diolah menjadi pupuk atau pakan ternak. Di Chokato, *nib* digiling hingga membentuk pasta coklat dengan kadar lemak tinggi yang dikenal sebagai *cocoa mass*, kaya akan lemak baik atau HDL. Kandungan ini menjadikan produk coklat Chokato memiliki nilai gizi yang tinggi dan aman untuk dikonsumsi secara rutin dalam jumlah wajar. Dalam proses selanjutnya, coklat dapat diarahkan menjadi dua bentuk produk, yakni coklat bubuk yang memerlukan proses penghilangan lemak, atau coklat batangan yang mempertahankan lemak kakao sebagai bahan utama. Salah satu alasan kenapa komposisi coklat kemasan di Indonesia terkesan kompleks hingga terdiri dari tiga baris bahan, adalah karena penambahan bahan campuran. Padahal, secara prinsip, pembuatan coklat murni hanya membutuhkan coklat dan sedikit tambahan lemak.

Menariknya, meskipun Eropa dikenal sebagai penghasil coklat terbaik, banyak konsumen di sana kurang memahami bentuk asli buah kakao. Pengalaman ini menggambarkan bahwa Indonesia, sebagai negara penghasil biji kakao, memiliki peluang besar untuk meningkatkan nilai tambah melalui pengolahan di dalam negeri. Terlebih lagi, dalam lima tahun ke depan, harga biji kakao diprediksi akan terus meningkat secara global, menjadikan industri seperti Chokato sebagai peluang strategis. Chokato memasarkan produknya langsung dari pabrik, dengan konsumen utama berasal dari wilayah Sumatera dan sebagian besar dari luar Sumatera Barat, seperti Riau. Salah satu alasan tidak dibukanya gerai khusus adalah karena masih rendahnya tingkat literasi masyarakat lokal terhadap produk coklat premium.

Sebagian besar masyarakat menganggap semua jenis coklat itu sama, tanpa memahami perbedaan kandungan dan kualitas. Harga jual produk coklat Chokato berkisar sekitar 100 ribu rupiah per kilogram, yang tergolong tinggi untuk pasar lokal. Namun, permintaan dari luar daerah tetap stabil. Selain mengandalkan penjualan langsung di pabrik, pengiriman dilakukan ke Kalimantan, Jawa, dan Bali melalui jasa logistik seperti J&T dan lainnya. Strategi pemasaran yang digunakan lebih banyak mengandalkan metode *word of mouth* atau dari mulut ke mulut, yang dinilai lebih efektif, terutama oleh pelanggan yang telah mencoba produk secara langsung.

3. IKM Rendang Ikosero



Gambar 3. IKM Rendang Ikosero

Industri Kecil Menengah (IKM) rendang di Kota Payakumbuh merupakan salah satu pusat produksi makanan tradisional yang telah berkembang pesat dan menjadi bagian penting dari identitas ekonomi lokal. Berdasarkan keterangan narasumber, IKM ini memiliki akar sejarah panjang yang dimulai sekitar tahun 1970-an, menjadikannya salah satu industri tertua dalam kategori produk olahan daging di Sumatera Barat. Secara geografis, terdapat wilayah yang dikenal sebagai “Kampung Rendang”, di mana sekitar 16 pelaku usaha rendang aktif memproduksi dalam satu kecamatan. Wilayah ini kemudian diakui oleh pemerintah pusat, khususnya Kementerian Koperasi dan UKM, yang membentuk program pemberdayaan dalam bentuk empat kelompok industri, salah satunya adalah kelompok rendang.

Seiring berjalannya waktu, semangat kolektif pelaku usaha mendorong terbentuknya Sentra IKM Rendang pada tahun 2017, sebagai upaya untuk memperbesar kapasitas produksi dan memperkuat daya saing produk rendang secara nasional maupun global. Pada tahun 2018, sentra ini mulai mendapatkan dukungan fasilitas dapur modern, yang kemudian memperkuat kapasitas produksi massal dan standarisasi produk. Kota Payakumbuh kemudian memproklamkan diri sebagai *City of Rendang* pada tanggal 17 Desember 2018. Penamaan ini tidak hanya sebagai strategi branding, tetapi juga sebagai bentuk identitas budaya-ekonomi lokal. Inisiatif ini lahir dari hasil keputusan rapat paripurna DPRD Kota Payakumbuh dan menjadikan Sungai Agam sebagai pusat pengembangan kawasan kuliner tematik. Manajemen Sentra IKM Rendang berada di bawah UPTD Pusat Layanan Usaha Terpadu, dan produk unggulannya diberi label “Ikosero” yang telah dikenal sebagai identitas kolektif para pelaku industri. Upaya ekspansi dilakukan dengan menjalin kontrak dagang ke luar negeri. Pada tahun 2020, IKM Rendang sempat menjalin kerja sama dagang dengan Malaysia dan Arab Saudi untuk ekspor dalam jumlah besar. Namun, pandemi COVID-19 menghambat realisasi kontrak tersebut. Kendati demikian, pada tahun 2022, ekspor perdana berhasil dilakukan ke Kota Hamburg, Jerman, dengan produk rendang yang dijual hampir dua kali lipat dari harga lokal.

Selain aktivitas produksi dan perdagangan, IKM Rendang juga turut berperan dalam pelestarian budaya melalui pendirian *School of Rendang* pada tahun 2021. Lembaga ini

berfokus pada tiga misi utama: pengembangan inkubator bisnis kuliner, penguatan literasi budaya lokal, dan promosi wisata gastronomi. Program ini menasar peserta didik dari berbagai jenjang, mulai dari TK hingga SMP, untuk mengenalkan dan melestarikan budaya merandang sebagai warisan tak benda. Sebagai bagian dari inisiatif kebudayaan, setiap tanggal 17 diadakan kegiatan rutin memasak rendang bersama yang diusulkan menjadi Hari Marandang Nasional. Hingga tahun 2025, jumlah pelaku IKM Rendang telah mencapai sekitar 40 unit usaha yang tersebar di Kota Payakumbuh. Kehadiran IKM ini tidak hanya menopang ekonomi lokal, tetapi juga menjadi model integrasi antara pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Meski menghadapi tantangan global seperti krisis logistik dan fluktuasi permintaan, Sentra IKM Rendang terus memperkuat posisinya di pasar domestik dan internasional sebagai representasi unggulan industri kuliner Minangkabau.

4. Anyaman Bambu



Gambar 4. Hasil Anyaman Bambu

Sektor unggulan anyaman bambu di Payakumbuh merupakan salah satu kegiatan ekonomi kreatif yang sangat berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Kerajinan anyaman bambu di Payakumbuh, khususnya di Nagari Koto Baru Simalanggang dan Nagari Aua Kuniang, telah berkembang pesat sejak tahun 1990-an dan menjadi sumber pendapatan alternatif yang signifikan bagi masyarakat, terutama ketika pendapatan dari sektor pertanian tidak mencukupi. Produk anyaman bambu yang dihasilkan memiliki nilai ekonomi tinggi dan beragam, mulai dari alat rumah tangga hingga kerajinan seni yang unik dan berbeda dari daerah lain.

Selain sebagai sumber penghasilan, anyaman bambu juga menjadi identitas budaya dan ikon daerah yang mendukung sektor pariwisata melalui event-event seperti Festival Payakumbuh Botuang. Festival ini menampilkan seni dan budaya berbasis bambu yang menarik wisatawan lokal maupun mancanegara, sekaligus mempromosikan produk kerajinan bambu dan mendorong tumbuhnya industri ekonomi kreatif berbasis bambu di Payakumbuh. Pemanfaatan bambu sebagai bahan baku lokal yang mudah didapat memungkinkan produksi dengan biaya rendah dan potensi keuntungan yang tinggi, meskipun masih menghadapi tantangan dalam teknologi produksi dan pemasaran yang saat ini mulai diatasi dengan strategi digital.

Dengan demikian, sektor anyaman bambu di Payakumbuh tidak hanya berkontribusi pada peningkatan ekonomi rumah tangga masyarakat, tetapi juga memperkuat nilai budaya dan daya tarik wisata daerah, menjadikannya sektor unggulan yang strategis untuk pengembangan ekonomi lokal.

5. Pasar Ibuluh



Gambar 5. Pasar Ibuluh Payakumbuh

Pasar Ibuluh merupakan pusat aktivitas ekonomi rakyat terbesar di Kota Payakumbuh. Terletak strategis di kawasan yang mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kecamatan, pasar ini tidak hanya melayani kebutuhan harian warga lokal, tetapi juga menjadi titik temu aktivitas perdagangan antarwilayah, khususnya dari Kabupaten Lima Puluh Kota dan daerah tetangga lainnya. Sebagai pasar tradisional yang tetap eksis di tengah modernisasi, Pasar Ibuluh memperlihatkan daya tahan ekonomi informal yang kuat dan adaptif terhadap dinamika zaman.

Dari segi struktur, pasar ini terbagi dalam beberapa zona utama yang memisahkan jenis komoditas, seperti bahan pangan segar, hasil pertanian, daging, tekstil, serta barang kelontong. Pembagian zona ini mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sekaligus menciptakan keteraturan dalam distribusi ruang dagang. Selain itu, banyak pelaku usaha kecil yang menggantungkan penghasilannya dari aktivitas harian di pasar ini, baik sebagai pedagang tetap, buruh angkut, hingga pengelola lapak musiman. Dengan begitu, Pasar Ibuluh memiliki peran besar dalam menyerap tenaga kerja sektor informal.

Keberadaan Pasar Ibuluh juga mendorong pertumbuhan ekonomi di sektor pendukung lainnya, seperti transportasi, jasa logistik lokal, hingga warung makan dan penginapan. Arus barang masuk dan keluar yang tinggi menjadi indikator aktifnya perputaran ekonomi, terlebih pada hari pasar atau menjelang hari besar keagamaan. Masyarakat dari luar kota turut datang untuk berdagang maupun berbelanja, menjadikan Pasar Ibuluh sebagai simpul penting dalam jaringan distribusi barang di kawasan Payakumbuh dan sekitarnya. Meski demikian, Pasar Ibuluh menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan lahan parkir, pengelolaan sampah, dan kebutuhan renovasi infrastruktur yang lebih modern. Pemerintah daerah telah melakukan beberapa upaya revitalisasi, termasuk penyediaan los pasar yang lebih layak dan memperbaiki sistem drainase.

KESIMPULAN

Dari 5 sektor ekonomi unggulan di Kota Payakumbuh saling terkait erat melalui jaringan distribusi, pemanfaatan sumber daya lokal, dan inovasi berbasis budaya. Sinergi ini menjadi kunci pertumbuhan ekonomi kota, meskipun masih dihadapkan pada tantangan teknologi dan akses pasar. Penguatan kolaborasi antar sektor, peningkatan kapasitas UMKM, serta dukungan infrastruktur digital menjadi strategi utama untuk mendorong pembangunan ekonomi berkelanjutan di Payakumbuh.

Tetapi Sektor unggulan di Payakumbuh yang sangat menonjol adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM) Rendang yang dikenal dengan nama IKOSERO. IKOSERO merupakan produk rendang yang diproduksi oleh Koperasi Produksi Sentra Rendang Payo dengan menggunakan peralatan modern dan standar kualitas yang terjaga, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar lokal maupun internasional. Pemerintah Kota Payakumbuh secara aktif mendukung

pengembangan IKM rendang ini melalui pembentukan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pusat Pelayanan dan Pengembangan Rendang yang berfungsi sebagai pusat produksi dan pembinaan para pelaku usaha rendang di daerah tersebut.

IKOSERO tidak hanya menjadi ikon kuliner khas Payakumbuh, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dengan menyediakan lapangan kerja dan membuka akses pasar yang lebih luas, termasuk ekspor ke negara-negara seperti Arab Saudi dan Malaysia. Produk rendang dari IKOSERO telah mendapatkan izin edar dari BPOM dan terus dikembangkan dengan berbagai varian seperti rendang daging, rendang jamur, rendang telur, dan pasta rendang yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Dukungan pemerintah dan kerja sama dengan berbagai pihak menjadikan IKOSERO sebagai salah satu sektor unggulan yang strategis untuk pengembangan industri kreatif dan ekonomi lokal di Payakumbuh.

SARAN

Pemerintah daerah perlu meningkatkan pelatihan teknologi digital dan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM. Diperlukan promosi terpadu dan penguatan branding produk unggulan Payakumbuh di tingkat nasional maupun internasional. Kolaborasi lintas sektor harus terus didorong melalui event kota kreatif dan kemitraan usaha. Pengembangan infrastruktur distribusi dan pemasaran berbasis digital menjadi prioritas untuk memperluas pasar produk lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada dosen pengampu Ibu Yulia Novita S.Pd,I., M.Par. yang telah memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan tugas akhir semester ini

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2012). *Analisis Statistik Sosial: Bonus Demografi dan Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. p. 12.
- Badan Pusat Statistik (2012). *Analisis Statistik Sosial: Bonus Demografi dan Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. p. 12.
- Badan Pusat Statistik Kota Payakumbuh. (2022). *Kota Payakumbuh dalam angka 2022*. BPS Kota Payakumbuh. <https://payakumbuhkota.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik Kota Payakumbuh. (2023). *Kota Payakumbuh dalam angka 2023*. BPS Kota Payakumbuh. <https://payakumbuhkota.bps.go.id>
- Bappeda Kota Payakumbuh. (2023). *Identifikasi Isu Strategis Ranwal RPJPD Kota Payakumbuh 2025-2045: Aspek Ekonomi dan SDA*. <https://bappeda.payakumbuhkota.go.id>
- Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Payakumbuh. (2023). *Kota Payakumbuh miliki sektor ekonomi unggulan dan potensi investasi besar*. <https://payakumbuhkota.go.id>
- Sumbar Prov.go.id. (2023). *Potensi Ekonomi Payakumbuh dan Agroindustri Daerah*. <https://sumbarprov.go.id>