

Strategi Pengelolaan Ide dan Gagasan untuk UMKM Warung Bakso menuju Kesuksesan dalam Industri Kuliner

Suhendra¹, Natasia Theofani Margaret², Yefoni Valentina Banjar³, Putri
Kemala Dewi Lubis⁴

¹²³⁴Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Jl. William Iskandar Psr. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli
Serdang

hendra1januari@gmail.com¹, Natasiatheofani245@gmail.com²,
yefonivalentinabanjar14@gmail.com³, putrikemala@unimed.ac.id⁴

ABSTRACT

This study aims to explore and analyze the strategy of managing ideas and ideas to increase profitability in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) meatball stalls. The method used for this research adopts a qualitative analysis approach and library research method. The data used in this research is secondary, which is obtained from books, journals, articles, and other sources relevant to the strategy of managing ideas and ideas in the culinary industry. The data collection technique is done by collecting reading material related to the problem under study. The results showed that Indonesian culinary MSMEs have a strong reputation and heritage, but are experiencing changes. To increase profitability and competitiveness, effective business planning and development strategies are essential. Business planning involves analyzing the industry, customers, and competitors, and identifying short- and long-term goals. Business development involves identifying opportunities, formulating business alternatives, selecting the best, implementing and evaluating. Idea and idea management strategies such as operational cost management, setting the right pricing policy, and improving operational efficiency are necessary to increase profitability.

Keywords: management strategies, ideas and ideas, culinary industry

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis strategi pengelolaan ide dan gagasan untuk meningkatkan profitabilitas pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) warung bakso. Metode yang digunakan untuk penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis kualitatif dan metode kepustakaan (*Library Research*). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang relevan dengan strategi pengelolaan ide dan gagasan dalam industri kuliner. Teknik pengumpulan data dilakukan adalah dengan mengumpulkan materi bacaan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM kuliner Indonesia memiliki reputasi dan warisan yang kuat, namun mengalami perubahan. Untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing, strategi perencanaan dan pengembangan bisnis yang efektif sangat penting. Perencanaan bisnis melibatkan analisis industri, pelanggan, dan pesaing, serta identifikasi tujuan jangka pendek dan panjang. Pengembangan bisnis melibatkan identifikasi peluang, formulasi alternatif usaha, seleksi terbaik, pelaksanaan, dan evaluasi. Strategi pengelolaan ide dan gagasan seperti pengelolaan biaya operasional,

penetapan kebijakan harga yang tepat, dan peningkatan efisiensi operasional diperlukan untuk meningkatkan profitabilitas.

Kata Kunci: Strategi Pengelolaan, Ide dan Gagasan, Industri Kuliner

PENDAHULUAN

Pertumbuhan nilai tambah ekonomi kreatif diharapkan dapat menggerakkan perekonomian nasional sesuai dengan arah kebijakan dan strategi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Rencana Strategis Ekonomi Kreatif 2020-2024). Keberlangsungan usaha di industri kreatif saat ini mengalami penurunan, sekitar 60% mengalami dampak berat dan 40% lainnya mengalami dampak sedang (Kementerian Perindustrian, 2020). Inovasi yang tepat dan pengelolaan ide serta gagasan yang baik sangat diperlukan untuk menghidupkan kembali bisnis industri kreatif. Ada beberapa tantangan yang harus dihadapi industri kreatif. Pertama, industri kreatif dituntut untuk mampu terus menghasilkan produk kreatif terbaru karena sumber utama produk kreatif adalah ide-ide inovatif. Kedua, pelaku usaha kreatif harus menawarkan jasa dan produk yang dapat menjadi masukan bagi kegiatan inovasi pelaku usaha lainnya, baik di dalam maupun di luar sektor kreatif. Ketiga, segmen ini terus berubah dan menjadi entitas yang inovatif karena industri kreatif merupakan pengguna teknologi yang intensif (Rofaida, dkk 2019).

Industri kreatif adalah industri yang menggabungkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk memanfaatkan kreativitas dan daya cipta individu untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja. Industri kreatif dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan penciptaan atau pemanfaatan pengetahuan dan informasi dengan ciri utama peran strategis manusia melalui kreativitas, keterampilan, dan bakatnya. Input dan output dari ekonomi kreatif adalah gagasan (Howkins, 2013). Penciptaan nilai tambah berbasis ide dan kreativitas dapat diwujudkan melalui peranan industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri memanfaatkan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu (Departemen Perdagangan RI)

Saat ini dunia sedang memasuki era industri gelombang keempat yaitu ekonomi kreatif yang menekankan pada gagasan dan gagasan kreatif. Era industri ini merupakan perubahan dari tiga gelombang sebelumnya yang meliputi gelombang ekonomi pertanian, gelombang ekonomi industri, dan gelombang ekonomi informasi. Ekonomi kreatif digerakkan oleh industri kreatif, dimana industri kreatif diartikan sebagai industri yang muncul dari penggunaan kreativitas, keterampilan dan kemampuan individu untuk menciptakan kekayaan dan kesempatan kerja melalui pendekatan dan penggunaan kreativitas dan kecerdikan individu (UK DCMS Task). Force, 1998 di Kementerian Ekonomi Kreatif RI, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia). Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep ekonomi berbasis sumber daya kreatif yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Industri kuliner telah menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat dalam perekonomian dunia saat ini. Daya tariknya tidak hanya terletak pada cita rasa produk yang ditawarkan, namun juga pada kreativitas dan inovasi yang menjadi landasan utama menjaga daya saing. Dalam konteks ini, pengelolaan ide menjadi faktor kunci yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri kuliner.

Dalam suatu bisnis, baik dalam skala mikro maupun makro, strategi merupakan faktor kunci dalam perencanaan dan pengembangan bisnis. Bisnis sendiri merupakan gabungan berbagai bidang usaha yang dilakukan oleh orang atau kelompok yang tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan. Selain itu, bisnis juga memainkan peran penting dalam memastikan berfungsinya perekonomian negara. Bisnis biasanya mencakup semua kegiatan dan fasilitas yang terlibat dalam memproduksi barang atau penyediaan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Meski terlihat sederhana, namun sebuah bisnis harus mampu menghadapi tantangan dan juga peluang yang muncul serta memiliki landasan yang kuat untuk bertahan dalam pasar yang kompetitif.

Salah satu bentuk usaha yang sangat berpengaruh dalam perekonomian adalah usaha mikro, kecil dan menengah (MES). UKM memainkan peran penting dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. UKM mencakup berbagai jenis usaha, mulai dari skala kecil hingga menengah, dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa setelah tahun 1997-1998 sektor UMKM bertahan dan bahkan tumbuh selama krisis keuangan Asia tahun 2010, sementara usaha besar dan menengah menghadapi kesulitan. Hal ini menyoroti pentingnya UKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia.

Salah satu contoh UMKM yang berkembang pesat di Indonesia adalah Bakso UMKM. UMKM ini bergerak di bidang kuliner dan mengkhususkan diri pada bakso dengan berbagai macam rasa dan topping yang unik. Bakso merupakan makanan yang sangat populer di Indonesia dan mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakatnya. UMKM Bakso berkomitmen menyediakan bakso lezat yang memanjakan lidah pelanggan. Bisnis ini telah berjalan selama beberapa tahun dan terus berkembang pesat sehingga menunjukkan potensi yang besar dalam industri kuliner.

UMKM Bakso awalnya dimulai dengan modal terbatas, namun berkat dedikasi dan inovasi, bisnis ini mampu tumbuh dan berkembang secara pesat. Kunci keberhasilan bisnis warung Bakso UMKM adalah lokasi bisnis yang strategis dan konsistensi kualitas produk. Selain itu, pengelolaan sumber daya yang efektif dan strategi pemasaran yang tepat juga mendukung pertumbuhan bisnis ini. Meski memiliki potensi besar, bisnis UMKM Bakso menghadapi berbagai tantangan untuk meningkatkan keuntungan dan daya saingnya. Tantangan tersebut antara lain perencanaan strategi bisnis yang efektif, pengelolaan permodalan, pemilihan bahan baku yang berkualitas dan strategi promosi yang tepat untuk mendukung bisnis.

Analisis rinci terhadap kondisi bisnis, termasuk perencanaan dan pengembangan bisnis, termasuk penilaian kebutuhan modal dan strategi pemasaran yang inovatif, serta pengelolaan ide dan gagasan kreatif yang dituangkan dalam kreativitas bisnis warung bakso itu menjadi sangat penting untuk menjaga stabilitas dan kesuksesan bisnis.

Selain perencanaan yang matang, pengembangan bisnis juga penting untuk memperluas dan mempertahankan bisnis. Pengembangan bisnis melalui pengelolaan ide dan gagasan yang baik dan matang melibatkan serangkaian langkah untuk meningkatkan operasi bisnis dengan meningkatkan produk dan layanan, memasuki pasar baru dan berkolaborasi dengan pihak lain. Dengan terus melakukan inovasi dalam proses produksi, pelayanan dan manajemen, bisnis UMKM Bakso ini dapat tetap relevan di pasar yang dinamis dan mempertahankan minat pelanggan.

Pengelolaan ide serta gagasan dan pengembangan bisnis yang matang menjadi kunci utama bagi UMKM warung bakso untuk mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan industri kuliner yang ketat. Dengan menerapkan strategi dan kreativitas yang tepat, UMKM warung bakso dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnisnya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis kualitatif dan metode kepustakaan (Library Research). Metode kepustakaan merupakan jenis penelitian yang mengandalkan literatur seperti buku, catatan, dan hasil penelitian sebelumnya sebagai sumber data. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder, yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang relevan dengan strategi pengelolaan ide dan gagasan dalam industri kuliner.

Teknik pengumpulan data dilakukan adalah dengan mengumpulkan materi bacaan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, serta melakukan pencarian sumber bacaan melalui internet untuk mendapatkan referensi yang berkaitan dengan analisis strategi pengelolaan ide dan gagasan dalam industri kuliner. Penelitian ini juga menggunakan triangulasi data untuk memastikan bahwa temuan penelitian mencerminkan realitas yang ada. Ini melibatkan penggabungan data dari berbagai sumber dan metode untuk memvalidasi temuan penelitian. Dengan menggunakan metode penelitian ini, artikel dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang pentingnya strategi pengelolaan ide dan gagasan dalam industri kuliner, serta bagaimana pelaku bisnis dapat mengelola ide dan gagasan secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi

Strategi adalah suatu rencana tentang cara-cara pendayagunaan dan penggunaan potensi dan sarana yang ada untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari suatu sasaran kegiatan. Secara umum strategi dapat berupa garis-garis

besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga diartikan sebagai langkah untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya tidak lepas dari konsep manajemen strategi yaitu merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah-ubah (Sofyan,2015:4).

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah: a. Distinctive Competence: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki "Distinctive Competence" yang menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi b. Menurut Porter (Rangkuti, 2009:6) ada beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yang meliputi cost leadership, diferensiasi, focus.

Menurut Rangkuti (2009:6) strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe sebagai berikut: 1) Strategi Manajemen Strategi yang meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan strategi produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan strategi lainnya. 2) Strategi Investasi Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya. 3) Strategi Bisnis Strategi ini sering strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi- fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

UMKM warung bakso membutuhkan strategi untuk meningkatkan peluang keberhasilan dan mencapai tujuan bisnis mereka. Persaingan yang ketat dalam industri kuliner membuat warung bakso harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik pelanggan dan berdiri di tengah persaingan. Strategi membantu warung bakso memahami pasar dan pelanggan mereka dengan lebih baik, meningkatkan keuntungan, membangun merek yang kuat, dan mencapai tujuan bisnis. Jenis-jenis strategi yang dapat diterapkan meliputi strategi produk, harga, promosi, distribusi, dan layanan. Untuk mengembangkan strategi, warung bakso dapat melakukan analisis SWOT, menentukan tujuan bisnis, kembangkan strategi yang sesuai, implementasikan strategi dengan efektif, dan pantau serta evaluasi efektivitas strategi.

Pengelolaan

Pengelolaan merupakan terjemahan dari kata "*management*", terbawa oleh derasnya arus penambahan kata pungut ke dalam bahasa Indonesia, istilah Inggris

tersebut lalu di Indonesia menjadi manajemen, dengan kata kerja *to manage* yang secara umum berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina atau memimpin, juga mengatur, pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Dalam Kamus Bahasa Indonesia disebutkan bahwa pengelolaan berarti proses, cara atau perbuatan mengelola, sedangkan mengelola berarti mengendalikan atau menyelenggarakan.

Kata "Pengelolaan" dapat disamakan dengan manajemen, yang berarti pula pengaturan atau pengurusan. Pengelolaan diartikan sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap disebutkan bahwa pengelolaan adalah proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan.

Menurut Suharsimi Arikunta pengelolaan adalah substantif dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu dapat merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya.

Pengelolaan merupakan sebuah bentuk kerja sama dengan orang-orang secara pribadi dan kelompok demi tercapainya tujuan organisasi lembaga. Satu hal yang perlu diingat bahwa pengelolaan berbeda dengan kepemimpinan. Pengelolaan terjadi bila terdapat kerjasama antara orang pribadi maupun kelompok, maka seorang pemimpin bisa mencapai tujuan yang diharapkan tanpa perlu menjadi seorang manajer yang efektif. Istilah pengelolaan (manajemen) mengandung tiga pengertian, yaitu: pertama, manajemen sebagai suatu proses, kedua, manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen dan yang ketiga, manajemen sebagai suatu seni (suatu arti) dan sebagai suatu ilmu.

Menurut pengertian yang pertama yakni manajemen sebagai suatu proses, Dalam buku encyclopedia of the social sciences dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi. Sedangkan menurut pengertian yang kedua, manajemen adalah kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Dan menurut pengertian yang ketiga, manajemen adalah suatu seni atau ilmu adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.

Marry Parker Follet (1997) mendefinisikan pengelolaan adalah seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan. Dalam penyelesaian akan sesuatu tersebut, terdapat tiga faktor yang terlibat a. Adanya penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor-

faktor produksi lainnya. b. Proses yang bertahap mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengimplementasian, hingga pengendalian dan pengawasan. c. Adanya seni dalam penyelesaian pekerjaan Manajemen mencakup kegiatan untuk mencapai tujuan, dilakukan oleh individu-individu yang menyumbangkan upayanya yang terbaik melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pengelolaan yang efektif sangat penting bagi kelangsungan hidup dan kesuksesan UMKM warung bakso. Pengelolaan yang baik dapat membantu warung bakso beroperasi secara lebih efisien dan efektif, meningkatkan kualitas produk dan layanan, meningkatkan keuntungan, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis. Dalam pengelolaan warung bakso, perencanaan yang matang, mengatur alur kerja yang jelas, memanfaatkan teknologi, memastikan kualitas bahan baku, menjaga kebersihan dan sanitasi, memberikan layanan yang ramah dan profesional, menekan biaya, meningkatkan penjualan, menawarkan produk dan layanan yang unik, membangun citra merek yang kuat, mengikuti tren pasar, membangun tim yang kuat, mengembangkan strategi jangka panjang, dan menjaga kepuasan pelanggan adalah beberapa aspek yang penting untuk diperhatikan. Dengan demikian, warung bakso dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas, meningkatkan kualitas produk dan layanan, meningkatkan keuntungan, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis.

Peran Ide dan Gagasan dalam Meningkatkan Industri Kuliner UMKM Warung Bakso

Kata gagasan atau ide merupakan sebuah kata yang tentunya sudah tidak asing lagi bagi banyak orang. Kata ini banyak digunakan dalam berbagai bidang kehidupan. Gagasan atau ide adalah hasil dari proses kreatif yang dilakukan oleh manusia untuk mencari solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi. Gagasan atau ide dapat berasal dari berbagai sumber, seperti pengamatan, pengetahuan, pengalaman, imajinasi, atau inspirasi. Dikutip dari buku Bahasa Indonesia 1, Yohanni Johns, (2010), pengertian gagasan atau ide dapat disampaikan kepada orang lain melalui berbagai media, seperti lisan, tulisan, gambar, atau simbol. Gagasan atau ide dapat memiliki tujuan yang berbeda-beda, seperti menginformasikan, menghibur, mengajak, membujuk, atau mengkritik. Berikut adalah beberapa pengertian gagasan atau ide menurut para ahli untuk menjawab pertanyaan jelaskan pengertian gagasan atau ide.

Menurut Widyamartaya gagasan adalah kesan tersembunyi yang ada di dalam hati atau batin dan ingin disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Gagasan dapat berupa keinginan, pengamatan, pengetahuan, dan sebagainya yang proses penyampaian dapat dilakukan dengan cara pembahasan, pelukisan, pemaparan, dan pencitraan. Sedangkan menurut Suyono gagasan adalah informasi yang berisi kelengkapan data berupa fakta, data, dan komponen lainnya. Adanya pendukung tersebut diharapkan dapat memperjelas lagi isi dari gagasan yang ingin disampaikan

juga sekaligus menjadi langkah agar pembaca dapat yakin terhadap isinya. Secara umum, ada beberapa jenis gagasan yang bisa dikembangkan oleh seseorang. Yang pertama tentunya adalah gagasan dari pemecahan masalah. Kemudian ada juga gagasan dari perubahan sumber daya.

Ide dan gagasan memainkan peran penting dalam industri kuliner warung bakso, membedakan satu warung dengan yang lain. Dalam industri yang sangat kompetitif, ide dan gagasan yang kreatif dan inovatif dapat menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas pelanggan lama, dan meningkatkan keuntungan bisnis. Berikut beberapa peran penting ide dan gagasan dalam industri kuliner warung bakso. Ide dan gagasan juga dapat membantu menciptakan menu yang unik dan menarik. Variasi bakso dengan isian dan rasa yang berbeda, seperti bakso isi keju, bakso isi cabai, bakso isi jamur, dan lain sebagainya, dapat menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang baru. Selain itu, pelengkap bakso yang unik dan menarik, seperti pangsit goreng, siomay, tahu goreng, batagor, dan lain sebagainya, dapat meningkatkan pengalaman makanan pelanggan. Variasi kuah bakso dengan rasa yang berbeda, seperti kuah kaldu sapi, kuah kaldu ayam, kuah bening, kuah pedas, kuah kari, dan lain sebagainya, dapat menarik pelanggan yang mencari sesuatu yang berbeda. Minuman segar dan inovatif yang cocok dinikmati dengan bakso, seperti es the, es jeruk, es campur, dan lain sebagainya, dapat meningkatkan pengalaman makanan pelanggan.

Ide dan gagasan juga dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan. Suasana yang nyaman dan menarik di warung bakso dapat dibuat dengan dekorasi yang unik, musik yang asyik, dan pelayanan yang ramah. Fasilitas yang menarik bagi pelanggan, seperti Wi-Fi gratis, tempat duduk yang nyaman, dan area bermain anak, dapat meningkatkan pengalaman makanan pelanggan. Promosi menarik untuk menarik pelanggan, seperti diskon, paket hemat, dan hadiah menarik, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Acara menarik di warung bakso, seperti live music, pertunjukan seni, dan lomba makan bakso, dapat meningkatkan pengalaman makanan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Ide dan gagasan juga dapat membantu membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan. Menggunakan media sosial untuk mempromosikan warung bakso bagi para pembisnis, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun brand awareness, memberikan reward kepada pelanggan setia seperti poin yang bisa ditukar dengan hadiah menarik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Adakan program CSR untuk membantu masyarakat sekitar dan membangun citra positif warung bakso.

Ide dan gagasan juga dapat membantu mengikuti tren dan perkembangan kuliner. Teruslah mengikuti trend dan perkembangan kuliner terbaru, serta mencoba resep dan kreasi baru untuk menu bakso. Menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi untuk menghasilkan rasa yang lezat, dan jaga kebersihan dan kesehatan warung bakso. Dengan menerapkan ide dan gagasan yang kreatif dan inovatif, pemilik

usaha bakso dapat menjadikan warung bakso sebagai bisnis yang sukses dan menguntungkan.

Contoh ide dan gagasan kreatif untuk warung bakso termasuk warung bakso fusion yang padukan cita rasa bakso tradisional dengan cita rasa internasional, warung bakso DIY yang berikan pelanggan kesempatan untuk membuat bakso mereka sendiri, warung bakso online yang jual bakso secara online, warung bakso instagramable yang ciptakan desain interior warung bakso yang unik dan instagramable, dan warung bakso vegan yang tawarkan bakso vegan dengan bahan dasar nabati.

Untuk menghasilkan ide dan gagasan kreatif, pemilik usaha bakso dapat melakukan riset pasar untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan dan apa yang belum ada di pasaran. Berkreasilah dengan bahan-bahan untuk menciptakan rasa yang unik dan mengikuti trend budaya agar mendapatkan inspirasi dari budaya lain untuk mendapatkan ide-ide baru. Mendengarkan masukan dari pelanggan untuk mengetahui apa yang mereka sukai dan apa yang ingin mereka lihat di warung bakso juga menjadi salah satu kunci keberhasilan penerapan ide dan gagasan. Jangan takut untuk bereksperimen dan cobalah hal-hal baru. Dengan ide dan gagasan yang kreatif dan inovatif, pemilik usaha bakso dapat menjadikan warung bakso sebagai bisnis yang sukses dan menguntungkan.

Tantangan Utama dalam Persaingan Industri Kuliner

Dalam mengembangkan bisnisnya di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat, UMKM warung bakso menghadapi sejumlah tantangan utama yang perlu diatasi agar dapat bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan yang semakin sengit dengan pelaku usaha sejenis. Dengan banyaknya pemain di pasar, terutama dengan munculnya warung makan dan restoran baru, UMKM warung bakso harus mampu membedakan dirinya dari pesaing dengan menyajikan produk yang unik dan bernilai tambah bagi konsumen. Selain itu, faktor kualitas produk dan layanan menjadi kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan setia.

Selain persaingan, faktor ekonomi juga menjadi tantangan serius bagi UMKM warung bakso. Kenaikan harga bahan baku seperti beras, minyak goreng, dan bumbu-bumbu lainnya dapat memberikan tekanan terhadap profitabilitas usaha. Untuk mengatasi hal ini, UMKM perlu memiliki strategi pengelolaan biaya yang efektif, termasuk mencari alternatif bahan baku yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas produk. Selain itu, peningkatan harga jual yang terlalu drastis juga dapat mengurangi daya tarik konsumen, sehingga perlu dilakukan dengan hati-hati.

Tantangan lainnya adalah dalam hal pemasaran dan branding. UMKM warung bakso sering kali memiliki keterbatasan dalam hal promosi dan pemasaran, terutama jika tidak memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan kampanye besar-besaran. Oleh karena itu, mereka perlu mencari cara kreatif untuk mempromosikan bisnis mereka, seperti memanfaatkan media sosial dan kerjasama dengan influencer atau

komunitas lokal. Selain itu, membangun brand awareness yang kuat juga menjadi kunci untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik minat konsumen potensial.

UMKM warung bakso juga dihadapkan pada tantangan terkait dengan regulasi dan kepatuhan hukum. Meskipun bisnis mereka relatif kecil, tetapi mereka tetap harus mematuhi berbagai aturan dan peraturan terkait dengan izin usaha, perpajakan, dan peraturan kesehatan makanan. Mengabaikan hal ini dapat berpotensi merusak reputasi bisnis dan bahkan mengancam kelangsungan operasionalnya. Oleh karena itu, penting bagi UMKM warung bakso untuk selalu memperhatikan aspek kepatuhan hukum dalam setiap langkah bisnisnya. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini secara efektif, UMKM warung bakso memiliki peluang untuk berkembang dan sukses di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat. Dengan fokus pada diferensiasi produk, pengelolaan biaya yang efisien, pemasaran yang kreatif, dan kepatuhan hukum yang baik, UMKM warung bakso dapat membangun bisnis yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal.

Daya Saing dan Keberlanjutan Bisnis melalui Pengelolaan Strategi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor makanan, khususnya bisnis warung bakso, memiliki potensi besar untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Untuk mencapai hal ini, perencanaan strategis yang efektif sangatlah penting. Sebelum merumuskan strategi perencanaan, penting untuk melakukan analisis lingkungan, termasuk analisis pasar, persaingan, regulasi, dan penetapan tujuan dan sasaran.

UMKM warung bakso perlu menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan waktu tertentu (SMART). Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM warung bakso. Ini meliputi branding yang kuat, pemasaran digital, promosi dan penawaran khusus, serta inovasi produk dan layanan. UMKM warung bakso juga perlu terus melakukan inovasi pada produk dan layanan mereka, seperti variasi menu, layanan pengiriman, dan kemasan yang menarik.

Manajemen operasional dan juga pengelolaan ide dan gagasan yang efisien juga sangat penting untuk meningkatkan kreativitas kegiatan usaha, termasuk manajemen persediaan, pengendalian biaya, dan pelatihan karyawan. Tidak kalah pentingnya adalah melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja bisnis dan mengadaptasi strategi perencanaan sesuai kebutuhan dan perubahan pasar. Hal ini memastikan bahwa UMKM warung bakso tetap kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Faktor Keberhasilan Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Warung Bakso

Implementasi strategi pengelolaan ide dan gagasan bagi UMKM warung bakso dalam mencapai kesuksesan dalam industri kuliner dipengaruhi oleh beberapa faktor

yang kompleks dan saling terkait. Salah satu faktor utama adalah pengetahuan industri, dimana UMKM warung bakso harus memiliki pemahaman yang baik tentang tren, persaingan, dan preferensi konsumen dalam industri kuliner. Ini termasuk pemahaman tentang citra merek, harga yang bersaing, dan cara memposisikan produknya di pasar. UMKM warung bakso juga perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar mereka. Strategi ini mungkin melibatkan penggunaan media sosial, promosi lokal, kolaborasi dengan influencer atau mitra strategis, serta penggunaan teknik pemasaran digital lainnya. Selain itu, kualitas produk sangat penting dalam memenangkan hati konsumen.

Kualitas bahan baku, teknik memasak, dan penyajian yang menarik merupakan faktor-faktor penting yang perlu dipertimbangkan. Inovasi menu juga sangat penting untuk UMKM warung bakso. Mereka perlu memperbarui dan mengembangkan menu mereka secara berkala untuk tetap relevan dengan selera konsumen yang terus berubah. Manajemen keuangan yang efisien dan transparan juga penting untuk memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang. UMKM warung bakso perlu memantau pengeluaran dan pemasukan mereka dengan cermat, mengelola persediaan dengan efisien, dan meminimalkan pemborosan. Bermitra dengan pemasok yang handal untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan adalah langkah penting. Selain itu, bermitra dengan platform pengiriman makanan atau restoran lain untuk memperluas jangkauan pasar juga bisa menjadi strategi yang efektif.

Pelayanan pelanggan yang baik juga sangat penting. Pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas dan mendukung pertumbuhan bisnis. UMKM warung bakso perlu memperhatikan pelayanan pelanggan, termasuk waktu tunggu yang wajar, ketersediaan produk, dan respons terhadap umpan balik pelanggan. Adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis juga sangat penting. Industri kuliner dapat berubah dengan cepat, termasuk regulasi kesehatan, perubahan tren konsumen, dan situasi ekonomi. UMKM warung bakso perlu mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut untuk tetap bersaing dan berkembang. Keterlibatan pemilik dan karyawan juga sangat penting. Keterlibatan dan komitmen pemilik serta karyawan terhadap visi dan misi bisnis sangat penting. Semangat kerja yang tinggi, keterampilan komunikasi yang baik, dan kepemimpinan yang efektif dapat membantu memotivasi tim untuk mencapai tujuan bersama.

Evaluasi dan penyesuaian juga sangat penting. UMKM warung bakso perlu secara teratur mengevaluasi kinerja bisnis mereka, memantau pencapaian target, dan melakukan penyesuaian strategis jika diperlukan. Evaluasi ini dapat membantu mereka mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau peluang baru yang dapat dimanfaatkan. Dalam implementasi strategi pengelolaan ide dan gagasan, UMKM warung bakso harus mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencapai kesuksesan dalam industri kuliner.

Strategi Keuangan

Strategi keuangan yang dapat diterapkan oleh UMKM warung bakso untuk meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang dapat meliputi beberapa langkah. Pertama, pengelolaan kas yang efisien harus dilakukan dengan mengelola arus kas masuk dan keluar secara cermat. Hal ini melibatkan pemantauan secara berkala terhadap pembelian bahan baku, pengeluaran operasional, dan penerimaan pembayaran dari pelanggan. Kedua, analisis biaya harus dilakukan secara rutin untuk mengidentifikasi area-area di mana biaya dapat ditekan tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan. Hal ini dapat mencakup negosiasi harga dengan pemasok, pengoptimalan penggunaan bahan baku, dan pengurangan pemborosan.

Selanjutnya yang ketiga, diversifikasi produk dapat dilakukan dengan menambahkan variasi menu nasi goreng atau menawarkan makanan pendamping lainnya yang dapat menarik minat pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan per transaksi. Keempat, penggunaan teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, seperti penggunaan perangkat lunak manajemen inventaris, pembayaran digital, dan pemasaran online. Ini tidak hanya dapat menghemat waktu dan tenaga, tetapi juga membantu menjangkau pasar yang lebih luas.

Kelima, pembiayaan yang bijaksana harus dipilih, seperti pinjaman dari lembaga keuangan, pembiayaan modal ventura, atau bahkan program pembiayaan khusus untuk UMKM. Keenam, pengembangan rantai pasokan dapat dilakukan dengan memperkuat hubungan dengan pemasok bahan baku untuk memastikan pasokan yang stabil dan harga yang kompetitif. Selain itu, mengeksplorasi opsi untuk bekerja sama dengan petani lokal atau produsen bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok luar. Dan yang terakhir, pendekatan berkelanjutan dapat diadopsi dengan mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan, baik dari segi lingkungan maupun sosial. Ini dapat termasuk penggunaan bahan baku lokal dan organik, pengurangan limbah, dan partisipasi dalam inisiatif sosial di komunitas lokal. Dengan menerapkan strategi keuangan yang tepat, UMKM warung bakso dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang sambil tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Industri kreatif memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, namun saat ini sedang mengalami penurunan dengan 60% pelaku usaha mengalami dampak berat dan 40% lainnya mengalami dampak sedang. Untuk menghidupkan kembali industri kreatif, diperlukan inovasi yang tepat dan pengelolaan ide serta gagasan yang baik. Salah satu contoh industri kreatif yang memiliki potensi besar adalah industri kuliner, khususnya bisnis warung bakso. UMKM warung bakso memiliki potensi besar untuk berkembang dan mencapai kesuksesan yang signifikan. Dengan perencanaan strategis yang matang dan pengembangan bisnis yang terarah, warung bakso dapat meningkatkan kualitas

produk, layanan, dan pemasaran untuk menarik pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

Salah satu langkah yang penting adalah melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami tren konsumen, kebutuhan pasar, dan persaingan industri. Selain itu, kolaborasi dengan pemasok lokal untuk mendapatkan bahan baku berkualitas dan menjaga ketersediaan produk, serta memanfaatkan teknologi dalam memperluas jangkauan dan efisiensi operasional, juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi bisnis warung bakso menuju kesuksesan. Dengan demikian, UMKM warung bakso dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunta, Suharsimi. (1988). *Pengelolaan Kelas Dan Siswa*. CV Rajawali. Hlm. 8.
- Aryanti, A. N., Rahmi, P. P., Suryana, S., Hendrayati, H., & Rahayu, A. (2023). Industri kreatif unggul melalui strategi inovasi dan pentahelix collaboration: langkah pemulihan bisnis di covid-19. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 163-177.
- Departemen Perdagangan RI, [Http://IndustriKreatif-Depdag.Blogspot.Com/2007/10/Studi-Mapping-Industri-Kreatif.Html](http://IndustriKreatif-Depdag.Blogspot.Com/2007/10/Studi-Mapping-Industri-Kreatif.Html) (Diakses pada 30 April 2014).
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., & Rodliah, L. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Tahta Media Group.
- Howkins, John. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*.
- Johar, R., & Hanum, L. (2016). *Strategi belajar mengajar*. Deepublish.
- Kurniawan, M. T., Wardani, Y., Anggraeni, D. P., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Untuk UMKM Nasi Goreng (Nasgor In): Menuju Kesuksesan Kesuksesan Dalam Industri Kuliner. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Malik, I. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39-61.
- Maskhulin, P. I. A., Setyawan, W. P., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Memahami Dan Mengelola Risiko Bisnis Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 194-203.
- Nawawi, Hadari. (1989). *Organisasi Sekolah dan Pengelolaan Kelas*. PT Tema Baru. Hlm. 129.
- Pengertian Gagasan atau Ide Menurut Para Ahli. Diakses dari <https://m.kumparan.com/berita-terkini/pengertian-gagasan-atau-ide-menurut-para-ahli-2212HIfMFD6/full>, pada 10 Mei 2024, dari Kumparan.
- Rahayu, J. S., Syairudin, B., & Pertiwi, S. G. (2015). Perancangan Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Inovasi Pada Klaster Industri Kreatif Batik Laweyan. In

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 874-887 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.208

Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXII Program Studi MMT-ITS, Surabaya (Vol. 24).

Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112-121.

Rofaida, R., Suryana, Aryanti, A.N., Perdana, Y. (2019). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8 (3), 402-414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>

Sedyati, R. N., & Zulianto, M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Amecoffee Sidoarjo). *Jurnal Prospek*, 4(1), 299.