

**TANTANGAN USAHA PEDAGANG UMKM BAKSO SYAHID****Tatia Hervi Farinka Riyadi**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Siti Abibah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Suci Nabila Syahputri

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Syaqila Nain Lubis

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Zainarti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jln. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Medan Sumatera Utara, Indonesia

Korespondeensi Penulis: tatiahervifarinkariyadi@gmail.com

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the national economy, particularly in absorbing labor and providing employment opportunities for the community. One type of MSME that is growing rapidly in Indonesia is the culinary business, including meatballs. This study aims to analyze the various challenges faced by the Bakso Syahid MSME in running and maintaining its business sustainability. The research method used was a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were conducted through interviews, observation, and documentation. The results indicate that the Bakso Syahid MSME faces several key challenges, including limited business capital, fluctuating raw material prices, increasingly fierce business competition, limited marketing strategies, and obstacles in business management. This research is expected to provide a realistic picture of the condition of culinary MSMEs and serve as a consideration in formulating more sustainable business development strategies.

Keywords: MSMEs, business challenges, meatballs, business sustainability, culinary business

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan penyediaan lapangan usaha bagi masyarakat. Salah satu bentuk UMKM yang banyak berkembang di Indonesia adalah usaha kuliner, termasuk usaha bakso. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM Bakso Syahid dalam menjalankan dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Bakso Syahid menghadapi beberapa tantangan utama, antara lain keterbatasan modal usaha, fluktuasi harga bahan baku, persaingan usaha yang semakin ketat, keterbatasan strategi pemasaran, serta kendala dalam manajemen usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi UMKM kuliner serta menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan strategi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan

Kata Kunci: UMKM, tantangan usaha, bakso, keberlanjutan usaha, usaha kuliner

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Salah satu jenis UMKM yang berkembang pesat adalah usaha di bidang kuliner, khususnya makanan tradisional seperti bakso yang memiliki permintaan pasar yang relatif stabil.

Salah satu bentuk pengembangan pembangunan ekonomi ini tepat diakomodir dengan hadirnya para pelaku usaha berskala mikro, kecil, dan menengah. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang pemberlakuan atas usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), menjadi landasan payung hukum yang kuat untuk menjadi salah satu sektor ekonomi nasional yang harus diberdayakan dan dikembangkan untuk bisa memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

Bakso Syahid merupakan salah satu UMKM kuliner yang bergerak dalam penjualan bakso sebagai produk utama. Usaha ini tumbuh dan berkembang di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif. Meskipun memiliki pasar yang cukup luas, Bakso Syahid tetap menghadapi berbagai tantangan yang berpotensi menghambat perkembangan dan keberlanjutan usahanya.

Tantangan yang dihadapi UMKM umumnya tidak hanya berasal dari faktor internal, seperti keterbatasan modal dan manajemen usaha, tetapi juga dari faktor eksternal, seperti kenaikan harga bahan baku, perubahan selera konsumen, serta persaingan dengan usaha sejenis. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dan menyusun strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam tantangan usaha yang dihadapi oleh UMKM Bakso Syahid, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar perumusan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam mengenai tentang tantangan usaha yang dihadapi oleh UMKM Bakso Syahid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Modal Usaha

Modal usaha merupakan salah satu faktor fundamental dalam keberlangsungan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Bagi UMKM Bakso Syahid, keterbatasan modal menjadi tantangan utama yang memengaruhi hampir seluruh aspek operasional usaha. Modal tidak hanya dibutuhkan untuk memulai usaha, tetapi juga berperan penting dalam menjaga stabilitas produksi, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas skala usaha.

Keterbatasan modal pada Bakso Syahid terlihat dari masih minimnya kemampuan usaha dalam melakukan pengembangan sarana dan prasarana produksi. Peralatan yang digunakan

cenderung sederhana dan bersifat manual, sehingga kapasitas produksi belum dapat ditingkatkan secara optimal. Kondisi ini berdampak pada keterbatasan jumlah produksi harian, terutama ketika permintaan konsumen meningkat pada waktu-waktu tertentu seperti akhir pekan atau hari besar. Akibatnya, peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Selain itu, keterbatasan modal juga memengaruhi kemampuan usaha dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku. Harga daging sapi sebagai bahan utama bakso cenderung mengalami kenaikan dan tidak stabil. UMKM Bakso Syahid sering kali mengalami kesulitan dalam menyediakan stok bahan baku dalam jumlah besar karena keterbatasan dana. Hal ini menyebabkan usaha harus membeli bahan baku dalam jumlah kecil dengan harga yang relatif lebih mahal, sehingga biaya produksi meningkat dan margin keuntungan menjadi semakin sempit.

Tantangan modal usaha juga berdampak pada aspek pemasaran dan inovasi produk. Keterbatasan dana membuat Bakso Syahid belum mampu mengalokasikan anggaran khusus untuk kegiatan promosi, baik secara konvensional maupun digital. Padahal, di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, strategi pemasaran yang efektif sangat dibutuhkan untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Kurangnya modal juga menghambat inovasi, seperti pengembangan varian menu baru atau peningkatan kemasan produk agar lebih menarik dan memiliki nilai tambah.

Lebih lanjut, keterbatasan akses terhadap sumber permodalan formal menjadi kendala tersendiri. UMKM Bakso Syahid masih mengandalkan modal pribadi atau modal hasil perputaran keuntungan usaha. Akses ke lembaga keuangan seperti perbankan sering kali terkendala oleh persyaratan administrasi, jaminan, serta keterbatasan pencatatan keuangan yang belum tertata dengan baik. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik umum UMKM di Indonesia yang masih menghadapi kesenjangan akses pembiayaan formal.

Dengan demikian, tantangan modal usaha tidak hanya menjadi persoalan finansial semata, tetapi juga berimplikasi luas terhadap produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha Bakso Syahid. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan permodalan, baik melalui peningkatan manajemen keuangan internal, pemanfaatan program pembiayaan UMKM, maupun dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Fluktuasi Harga Bahan Baku

Fluktuasi harga bahan baku merupakan salah satu tantangan eksternal yang signifikan bagi keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner. Bagi UMKM Bakso Syahid, bahan baku utama seperti daging sapi, tepung, bumbu, dan bahan pelengkap lainnya memiliki peran vital dalam proses produksi. Ketidakstabilan harga bahan baku tersebut secara langsung memengaruhi struktur biaya produksi dan tingkat keuntungan usaha.

Daging sapi sebagai bahan baku utama bakso dikenal memiliki harga yang relatif tinggi dan cenderung berfluktuasi. Kenaikan harga daging sapi sering dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ketergantungan pada pasokan impor, peningkatan permintaan pada momen tertentu, serta kondisi distribusi dan kebijakan pemerintah. Bagi UMKM Bakso Syahid yang memiliki keterbatasan modal, fluktuasi harga ini menjadi tantangan besar karena usaha tidak

memiliki kemampuan untuk menyimpan stok bahan baku dalam jumlah besar sebagai bentuk antisipasi terhadap kenaikan harga.

Ketika terjadi kenaikan harga bahan baku, UMKM Bakso Syahid dihadapkan pada dilema antara menaikkan harga jual atau mempertahankan harga agar tetap terjangkau oleh konsumen. Peningkatan harga jual berisiko menurunkan daya beli dan loyalitas pelanggan, sementara mempertahankan harga dapat mengakibatkan penurunan margin keuntungan bahkan berpotensi menimbulkan kerugian. Kondisi ini menunjukkan bahwa fluktuasi harga bahan baku tidak hanya berdampak pada aspek keuangan, tetapi juga pada strategi pemasaran dan keberlangsungan usaha secara keseluruhan.

Selain itu, fluktuasi harga bahan baku juga berdampak pada konsistensi kualitas produk. Dalam kondisi tertentu, pelaku UMKM cenderung mencari alternatif bahan baku dengan harga lebih murah untuk menekan biaya produksi. Namun, langkah ini berisiko menurunkan kualitas rasa dan tekstur bakso yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Bagi Bakso Syahid, menjaga kualitas produk merupakan aspek penting untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat.

Permasalahan fluktuasi harga bahan baku semakin diperparah oleh lemahnya posisi tawar UMKM dalam rantai pasok. UMKM seperti Bakso Syahid umumnya membeli bahan baku dalam skala kecil sehingga tidak memiliki daya tawar yang kuat terhadap pemasok. Akibatnya, harga beli bahan baku relatif lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha berskala besar. Hal ini sejalan dengan karakteristik umum UMKM di Indonesia yang masih menghadapi keterbatasan akses terhadap rantai pasok yang efisien dan stabil.

Dengan demikian, fluktuasi harga bahan baku merupakan tantangan struktural yang memerlukan perhatian serius. Upaya yang dapat dilakukan oleh UMKM Bakso Syahid antara lain dengan melakukan perencanaan biaya produksi yang lebih matang, menjalin kerja sama jangka panjang dengan pemasok, serta meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah dalam menjaga stabilitas harga pangan dan bahan baku juga sangat diperlukan guna menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM kuliner.

Persaingan Usaha

Persaingan usaha merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner. Tingginya minat masyarakat terhadap usaha makanan menjadikan bidang ini relatif mudah dimasuki oleh pelaku usaha baru.

Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat, termasuk dalam usaha bakso yang memiliki banyak pelaku dengan produk sejenis. UMKM Bakso Syahid harus berhadapan dengan berbagai usaha bakso lain yang menawarkan variasi rasa, harga yang kompetitif, serta lokasi usaha yang strategis.

Persaingan usaha yang ketat menuntut Bakso Syahid untuk mampu mempertahankan keunggulan kompetitif, terutama dari segi kualitas produk dan pelayanan. Namun, keterbatasan sumber daya yang dimiliki UMKM sering kali menjadi hambatan dalam melakukan diferensiasi produk secara signifikan. Banyak pesaing yang menawarkan inovasi menu, kemasan yang lebih menarik, hingga fasilitas tempat makan yang lebih nyaman, sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan. Hal ini menyebabkan loyalitas konsumen menjadi relatif rendah dan mudah berpindah ke usaha lain yang dianggap lebih menarik.

Selain persaingan antar pelaku UMKM sejenis, Bakso Syahid juga menghadapi persaingan dengan usaha kuliner berskala lebih besar, seperti warung bakso modern dan gerai makanan cepat saji. Usaha berskala besar umumnya memiliki keunggulan dalam hal modal, sistem manajemen, serta strategi pemasaran yang lebih terencana. Mereka mampu menawarkan harga yang bersaing melalui skala ekonomi dan promosi yang lebih masif, baik melalui media konvensional maupun digital. Kondisi ini mempersempit ruang gerak UMKM seperti Bakso Syahid dalam merebut pangsa pasar.

Persaingan harga menjadi salah satu aspek yang paling terasa. Dalam upaya menarik konsumen, sebagian pelaku usaha cenderung menetapkan harga jual yang relatif rendah. Bagi Bakso Syahid, strategi perang harga bukanlah pilihan yang mudah karena keterbatasan modal dan tingginya biaya produksi, khususnya akibat fluktuasi harga bahan baku. Jika harga jual diturunkan, maka keuntungan usaha akan semakin menipis dan berpotensi mengganggu keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Lebih lanjut, persaingan usaha juga semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Konsumen saat ini cenderung memilih usaha kuliner yang mudah diakses secara digital, baik melalui media sosial maupun layanan pesan antar online. UMKM Bakso Syahid yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital menghadapi tantangan tambahan dalam bersaing dengan usaha lain yang lebih adaptif terhadap perkembangan tersebut. Dengan demikian, persaingan usaha merupakan tantangan kompleks yang memerlukan strategi adaptif dan berkelanjutan. UMKM Bakso Syahid perlu mengembangkan keunggulan kompetitif berbasis kualitas rasa, konsistensi produk, dan kedekatan dengan konsumen. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia serta pemanfaatan strategi pemasaran sederhana namun efektif dapat menjadi langkah penting dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin dinamis

Keterbatasan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan dan daya saing usaha, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemasaran tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, tetapi juga berperan dalam membangun citra usaha dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, UMKM Bakso Syahid masih menghadapi keterbatasan dalam penerapan strategi pemasaran yang efektif, sehingga berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan tingkat penjualan.

Salah satu bentuk keterbatasan strategi pemasaran yang dihadapi Bakso Syahid adalah masih dominannya metode pemasaran konvensional, seperti mengandalkan lokasi usaha dan promosi dari mulut ke mulut. Meskipun strategi ini cukup efektif dalam menjangkau konsumen sekitar, namun daya jangkaunya relatif sempit dan kurang mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, pemasaran konvensional saja tidak lagi memadai untuk meningkatkan visibilitas usaha secara berkelanjutan.

Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital juga menjadi hambatan utama dalam pengembangan strategi pemasaran. Bakso Syahid belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi. Padahal, perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat, di mana konsumen semakin bergantung pada informasi digital dalam memilih produk kuliner. Kurangnya pemanfaatan pemasaran digital menyebabkan usaha sulit bersaing dengan pelaku

usaha lain yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Selain itu, keterbatasan modal usaha turut memengaruhi strategi pemasaran yang diterapkan. UMKM Bakso Syahid belum memiliki alokasi anggaran khusus untuk kegiatan promosi, seperti pembuatan konten digital, pemasangan iklan, atau kerja sama dengan platform layanan pesan antar. Akibatnya, kegiatan pemasaran cenderung dilakukan secara sporadis dan tidak terencana, sehingga kurang mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan dan brand awareness.

Keterbatasan strategi pemasaran juga tercermin dari belum optimalnya upaya diferensiasi produk. Bakso Syahid masih mengandalkan produk bakso sebagai menu utama tanpa pengembangan identitas merek yang kuat. Tanpa strategi branding yang jelas, produk sulit dikenali dan dibedakan dari pesaing yang menawarkan produk sejenis. Kondisi ini menyebabkan konsumen lebih sensitif terhadap faktor harga dibandingkan nilai unik yang ditawarkan oleh usaha.

Dengan demikian, keterbatasan strategi pemasaran merupakan tantangan penting yang perlu segera diatasi agar UMKM Bakso Syahid dapat bertahan dan berkembang. Penguatan kapasitas pemasaran melalui pemanfaatan media digital, perencanaan promosi yang lebih terstruktur, serta pembangunan citra merek yang konsisten menjadi langkah strategis yang dapat dilakukan. Selain itu, dukungan pelatihan pemasaran dari pemerintah dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Manajemen Usaha

Manajemen usaha merupakan aspek penting dalam menentukan efektivitas dan keberlanjutan suatu usaha, termasuk pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Manajemen usaha mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap seluruh aktivitas usaha agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai secara optimal. Namun, dalam praktiknya, UMKM Bakso Syahid masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan manajemen usaha.

Salah satu permasalahan utama dalam manajemen usaha Bakso Syahid adalah pengelolaan keuangan yang belum terstruktur dengan baik. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana dan belum terpisah secara jelas antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Kondisi ini menyulitkan pemilik usaha dalam mengetahui secara pasti tingkat keuntungan, biaya operasional, serta arus kas usaha. Akibatnya, pengambilan keputusan usaha sering kali dilakukan berdasarkan perkiraan, bukan berdasarkan data keuangan yang akurat.

Selain manajemen keuangan, manajemen operasional juga menjadi tantangan tersendiri. Proses produksi, pengadaan bahan baku, dan pelayanan konsumen masih sangat bergantung pada pengalaman dan kebiasaan sehari-hari, tanpa adanya standar operasional prosedur (SOP) yang tertulis. Ketiadaan SOP menyebabkan kualitas produk dan pelayanan berpotensi tidak konsisten, terutama ketika usaha menghadapi peningkatan permintaan atau keterbatasan tenaga kerja. Hal ini dapat berdampak pada kepuasan konsumen dan citra usaha secara keseluruhan.

Dari sisi manajemen sumber daya manusia, UMKM Bakso Syahid umumnya dikelola oleh jumlah tenaga kerja yang terbatas, bahkan sering kali melibatkan anggota keluarga. Pembagian tugas belum dilakukan secara sistematis, sehingga satu orang dapat merangkap beberapa fungsi sekaligus, mulai dari produksi, pelayanan, hingga pencatatan keuangan. Kondisi ini membuat efektivitas kerja menjadi kurang optimal dan meningkatkan risiko kelelahan

kerja, yang pada akhirnya dapat menurunkan produktivitas usaha.

Keterbatasan manajemen usaha juga terlihat pada aspek perencanaan jangka panjang. Bakso Syahid lebih berfokus pada keberlangsungan usaha harian dibandingkan dengan perencanaan pengembangan usaha di masa depan. Kurangnya perencanaan strategis menyebabkan usaha sulit untuk berkembang, misalnya dalam membuka cabang baru, meningkatkan kapasitas produksi, atau memperluas jaringan pemasaran. Hal ini sejalan dengan karakteristik umum UMKM yang masih bersifat subsisten dan berorientasi pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek.

Dengan demikian, manajemen usaha menjadi tantangan krusial bagi UMKM Bakso Syahid. Peningkatan kemampuan manajerial, terutama dalam pengelolaan keuangan, operasional, dan sumber daya manusia, sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Penerapan prinsip-prinsip manajemen sederhana namun sistematis dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko usaha, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Keterbatasan modal menjadi tantangan utama UMKM Bakso Syahid karena menghambat pengembangan sarana produksi, peningkatan kapasitas usaha, serta kemampuan menghadapi fluktuasi harga bahan baku. Kondisi ini juga membatasi kegiatan pemasaran dan inovasi produk, sehingga daya saing usaha sulit meningkat. Oleh karena itu, penguatan permodalan sangat diperlukan untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Fluktuasi harga bahan baku, khususnya daging sapi, menjadi tantangan utama bagi UMKM Bakso Syahid karena meningkatkan biaya produksi dan menekan keuntungan usaha. Kenaikan harga bahan baku menimbulkan dilema antara menaikkan harga jual atau mempertahankan daya beli konsumen, serta berisiko menurunkan kualitas produk. Lemahnya posisi tawar UMKM dalam rantai pasok semakin memperberat kondisi ini, sehingga diperlukan perencanaan biaya dan efisiensi produksi yang lebih baik.

Persaingan usaha menjadi tantangan utama bagi UMKM Bakso Syahid akibat banyaknya pelaku usaha sejenis dan masuknya usaha kuliner berskala besar. Persaingan terjadi pada aspek harga, kualitas produk, inovasi, dan strategi pemasaran, sementara keterbatasan modal dan sumber daya membuat diferensiasi usaha sulit dilakukan. Selain itu, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menuntut Bakso Syahid untuk lebih adaptif agar mampu mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Keterbatasan strategi pemasaran menjadi tantangan bagi UMKM Bakso Syahid karena masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum optimal memanfaatkan media digital. Kurangnya pengetahuan teknologi dan keterbatasan modal menyebabkan promosi dan branding belum terencana dengan baik, sehingga jangkauan pasar dan daya saing usaha menjadi terbatas. Oleh karena itu, penguatan pemasaran digital dan pengembangan identitas merek diperlukan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha.

Manajemen usaha menjadi tantangan bagi UMKM Bakso Syahid karena pengelolaan keuangan, operasional, dan sumber daya manusia belum dilakukan secara sistematis. Pencatatan keuangan yang sederhana, ketidadaan SOP, serta keterbatasan tenaga kerja menyebabkan efektivitas dan konsistensi usaha kurang optimal. Selain itu, minimnya perencanaan jangka panjang menghambat pengembangan usaha, sehingga diperlukan peningkatan kemampuan

manajerial untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha.

UMKM Bakso Syahid disarankan meningkatkan pengelolaan modal dan pencatatan keuangan agar akses pembiayaan lebih terbuka. Untuk menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan persaingan usaha, diperlukan efisiensi produksi serta konsistensi kualitas produk. Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital dan penerapan manajemen usaha sederhana perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2022). *Dampak Fluktuasi Harga Pangan terhadap UMKM Sektor Kuliner*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Penguatan Pemasaran UMKM di Era Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Tambunan, T. (2017). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.