



Tantangan dan Strategi dalam Berwirausaha Warung Bakso dan Mie Ayam pada Era Digital

Alvin Pratama

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan

Korespondensi penulis: alvnprtm21@gmail.com

ABSTRACT

People who have high levels of creativity and innovation in their lives are synonymous with entrepreneurship. The forms of entrepreneurship in society are very diverse, especially culinary traders who start their own businesses. Entrepreneurship in the culinary sector has great opportunities and promising results for business actors, including meatball and chicken noodle stall businesses which are popular and are the favorite food of every group. Meatball stall businesses are mushrooming in various places, one of which is the Sri Rama meatball and chicken noodle shop on Jalan Perjuangan, Medan Perjuangan District. This research aims to analyze and identify the challenges and entrepreneurial strategies carried out by the owner of the Sri Rama meatball and chicken noodle stall. The research method used is a qualitative descriptive method through several data collection techniques, namely observation, interviews and literature review. Based on the research results, it was found that the Sri Rama Chicken Meatball and Noodle shop business is one of the most popular meatball stalls around Medan Perjuangan District. There are several obstacles faced, one of which is uncertain market conditions. Having survived until now reaching 5 years, the stall owner has implemented a number of strategies, such as maintaining the image of the meatball taste and innovating by creating new meatball variants that attract consumers.

Keywords: *Entrepreneurship, Meatballs, Chicken Noodles, Strategy, Challenges*

ABSTRAK

Orang-orang yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidupnya sangat identik dengan wirausaha. Bentuk dari wirausaha di lingkungan masyarakat sangat beragam, khususnya pedagang kuliner yang merintis usahanya sendiri. Wirausaha dalam bidang kuliner memiliki peluang besar dan hasil yang menjanjikan bagi pelaku usahanya, termasuk usaha warung bakso dan mie ayam yang populer dan menjadi makanan favorit tiap kalangan. Usaha warung bakso menjamur di berbagai tempat, salah satunya usaha warung bakso dan mie ayam Sri Rama di Jalan Perjuangan, Kecamatan Medan Perjuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi tantangan dan strategi wirausaha yang dijalankan oleh pemilik warung bakso dan mie ayam Sri Rama. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan kajian pustaka. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa usaha warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama termasuk warung bakso yang populer di sekitar Kecamatan Medan Perjuangan. Ada beberapa kendala yang dihadapi, salah satunya kondisi pasar yang tidak menentu. Bertahan hingga kini menyentuh 5 tahun, pemilik

Received November 16, 2023; Revised Desember 19, 2023; Accepted Januari 30, 2024

*Alvin Pratama, alvnprtm21@gmail.com

warung menerapkan sejumlah strategi, seperti mempertahankan citra rasa bakso dan berinovasi dengan menciptakan varian bakso baru yang menarik hati konsumen.

Kata kunci: Wirausaha, Bakso, Mie Ayam, Strategi, Tantangan

LATAR BELAKANG

Kewirausahaan merupakan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena ia dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian di pasar. Ini harus dilihat sebagai bentuk proses menuju kewirausahaan sejati.

Wirausaha memiliki peran penting dalam mendukung kemajuan suatu negara. Semakin maju suatu negara maka semakin banyak orang yang terdidik dengan berbagai lapangan pekerja yang diperebutkan. Oleh karena itu, sosok wirausaha sangat diperlukan untuk mengatasi permasalahan pengangguran tersebut. Secara umum, wirausaha diartikan sebagai seseorang yang menjalankan bisnis dalam bidang tertentu. Menjadi seorang wirausaha memiliki tanggung jawab yang jauh lebih besar daripada pekerja biasa.

Bentuk dari wirausaha di lingkungan masyarakat sangat beragam, khususnya pedagang kuliner yang merintis usahanya sendiri. Dari banyaknya usaha yang ada di tengah-tengah masyarakat, usaha warung bakso dan mie ayam menjadi yang cukup sering ditemui. Usaha warung bakso merupakan salah satu usaha industri kecil yang bergerak di bidang pengolahan makanan cepat saji. Usaha ini juga merupakan makanan yang sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Usaha warung bakso ini telah ada sejak lama dan berkembang di banyak daerah, khususnya di kota Medan, Sumatera Utara.

Usaha warung bakso sangat familier di Medan sehingga membutuhkan inovasi yang tak terhitung oleh setiap pemiliknya. Beberapa hal, seperti strategi, hingga kemampuan menyesuaikan dengan selera konsumen juga harus diperhatikan oleh usaha warung semacam ini. Terlebih lagi, sekarang ini banyak terdapat usaha warung bakso di kota Medan sehingga kondisi persaingan pasar saat ini semakin ketat. Persaingan terjadi pada semua jenis usaha termasuk persaingan di usaha warung bakso.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin meneliti strategi dan tantangan yang dihadapi oleh pemilik warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama di Jalan Perjuangan, Kec. Medan Perjuangan. Penelitian ini diharapkan dapat memecah strategi yang dilakukan atau mengetahui langkah pemilik usaha bakso dalam menghadapi berbagai situasi.

KAJIAN TEORITIS

1. Konsep dan Hakikat Kewirausahaan

Secara definitif, kewirausahaan merupakan kemampuan memproduksi produk, menjual produk, dan membangun pangsa pasar sendiri. Usaha tidak hanya berjualan, tetapi menuntut banyak kemampuan, setidaknya-tidaknya dapat menghasilkan suatu produk, dapat menjual produk tersebut kepada konsumen, dan dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan (Budi & Fensi, 2018). Kewirausahaan merujuk pada sifat, watak dan karakteristik yang melekat pada setiap individu yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan dan mengembangkan gagasan kreatif dan inovatif dalam setiap kegiatan yang produktif.

Jiwa dan sikap kewirausahaan dapat dimiliki oleh setiap orang, asalkan selalu membiasakan berfikir kreatif dan bertindak inovatif. Dalam hal ini, kewirausahaan pada hakikatnya merujuk kepada kemampuan kreatif dan inovatif sebagai dasar, kiat dan kekuatan untuk memanfaatkan setiap peluang menuju sukses. Wirausaha mengacu kepada kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses (Rahim & Basir, 2019). Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

Orang-orang yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidupnya sangat identik dengan wirausaha. Seorang wirausahawan tidak hanya dapat berencana, berkata-kata tetapi juga berbuat, merealisasikan rencana-rencana dalam pikirannya ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada sukses (Indriyani & Margunani, 2019). Maka dibutuhkan kreatifitas, yaitu pola pikir tentang sesuatu yang baru, serta inovasi, yaitu tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru. Beberapa konsep kewirausahaan seolah identik dengan kemampuan para wirausahawan dalam dunia usaha. Padahal, dalam kenyataannya, kewirausahaan tidak selalu identik dengan watak/ciri wirausahawan semata, karena sifat-sifat wirausahawan pun dimiliki oleh seorang yang bukan wirausahawan.

Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing (Kusmintarti et al., 2017).

2. Wirausaha Kuliner

Wirausaha dalam bidang kuliner adalah salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dan hasil yang menjanjikan bagi pelaku usahanya. Bisnis kuliner adalah suatu bisnis yang bergerak dalam bidang makanan baik dalam hal pembuatan,

penyajian hingga penjualan suatu produk tertentu kepada pelanggan. Seiring berjalannya waktu bisnis kuliner pun menjadi bervariasi, seperti kuliner internasional, kuliner daerah, hingga kuliner-kuliner unik hasil kreasi pelaku usaha itu sendiri (Nuram dini & Gunawan, 2022). Maraknya bisnis kuliner yang dikembangkan di berbagai tempat memaksa para pelakunya untuk mampu bersaing agar dapat bertahan, baik dalam segi produk yang ditawarkan, strategi penjualan, hingga pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan.

Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain (Adiristi & Hermawan, 2022). Seperti halnya tarian, kuliner adalah bagian dari identitas budaya Indonesia. Kuliner merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kuliner saat ini merupakan bagian dari industri kreatif yang sudah memiliki pasar yang luas di Indonesia (Hamdi & Yadewani, 2019).

Usaha kuliner adalah kegiatan perdagangan makanan dan minuman yang dilakukan perorangan atau sekelompok orang dengan perencanaan yang terorganisir agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Nurbaya et al., 2020). Untuk memulai usaha dalam sektor kuliner tidak diperlukan biaya atau modal yang besar. Usaha kuliner terus mengalami perkembangan karena selalu ada ide dan inovasi terbaru. Ide-ide dan inovasi dalam usaha kuliner ini biasanya disebut sebagai tren kuliner. Keberadaan tren kuliner ini dapat menjadi daya tarik bagi banyak masyarakat luas untuk mencoba menu-menu dengan resep dan inovasi yang baru (Nurmala et al., 2022).

Usaha kuliner bisa beragam bentuknya di tengah-tengah lingkungan masyarakat. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut.

- a) Usaha tempat makan merupakan sebuah usaha yang menyediakan sebuah bangunan untuk menjual produknya dan dapat menerima pesanan untuk makan ditempat. Usaha tempat makan dalam skala UMKM dengan modal di bawah 250 juta dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu usaha restoran, usaha warung makan, dan usaha gerobakan/kaki lima.
- b) Usaha rumahan merupakan usaha yang dijalankan oleh pemilik usaha yang dijalankan di rumah sendiri. Dalam usaha rumahan artinya dari proses produksi sampai pemasaran dilakukan dari dalam rumah (Nasution et al., 2021). Usaha rumahan tidak menerima pemesanan untuk makan di tempat. Usaha rumahan biasanya akan memanfaatkan media sosial dan platform online untuk menjalankan usahanya seperti GoFood dan GrabFood . Jenis usaha rumahan, di antaranya katering dan *frozen food*.

3. Usaha Warung Bakso dan Mie Ayam

Bisnis makanan adalah bisnis yang tidak akan pernah mati, karena bersifat cepat habis dan dibutuhkan orang banyak. Semua orang pasti membutuhkan makan dan juga hampir rata-rata bisa membuat makanan, apalagi dengan perkembangan saat

ini dapat dengan mudah mendapatkan resep-resep dan cara-cara dari media komunikasi (Lisa et al., 2021). Hal tersebut merupakan pendukung untuk memulai bisnis makanan walaupun tidak sedikit yang gagal, tetapi banyak juga yang kemudian sukses. Apalagi jika konsep usahanya disesuaikan dengan kemampuan permodalan dengan menjual beberapa produk saja, dan ditangani sendiri (Sudarismiati et al., 2016). Salah satunya adalah usaha bakso.

Usaha bakso dan mie ayam merupakan usaha yang populer dan umum ditemui. Usaha ini bervariasi, baik dalam bentuk warung atau pun gerobakan di pinggir jalan. Bakso adalah jenis makanan yang berupa bola-bola yang terbuat dari daging dan tepung (Sa et al., 2023). Makanan ini biasanya disajikan dengan kuah dan mie. Bahan-bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan bakso adalah daging, bahan perekat, bumbu dan es batu atau air es. Biasanya jenis bakso di masyarakat pada umumnya diikuti dengan nama jenis bahan seperti bakso ayam, bakso ikan dan bakso sapi atau bakso daging. Cita rasa yang khas dan tekstur yang kenyal menyebabkan bakso banyak, dari anak-anak hingga orang dewasa. Bukan hanya rasanya yang nikmat harganya juga terjangkau bagi kalangan atas, menengah, maupun ke bawah.

Bakso dalam perkembangannya menjadi populer di seluruh belahan bumi, termasuk Indonesia. Sehingga kondisi ini membuka peluang bisnis bakso yang menjanjikan bagi yang bergerak dalam bisnis tersebut. Bisnis bakso adalah usaha yang membutuhkan modal yang relatif kecil dan tidak memerlukan modal terlalu besar (Dewi et al., 2021). Peralatan yang diperlukan sederhana, proses pembuatan mudah, dan resiko kegagalan rendah. Hal tersebut memungkinkan siapa saja bisa melakukannya, baik skala besar maupun industri rumahan. Biasanya, usaha warung bakso memiliki beberapa variasi menu lainnya, termasuk mie ayam.

METODE PENELITIAN

a) Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini berlangsung di warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama yang berada di Jalan Perjuangan, Sei Kera Hilir I, Kec. Medan Perjuangan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan pada hari Senin, 27 November 2023.

b) Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Penelitian studi kasus akan mampu memberikan kejelasan terhadap sebuah kasus yang mendalam dan akurat. Studi kasus juga terbuka terhadap orang lain dalam menafsirkan sebuah konteks atau kasus sehingga hasil yang dicapai akan lebih akurat dan komprehensif.

c) Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) mengenai suatu masalah. Pendekatan ini berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya yang terjadi. Penggunaan pendekatan ini ditujukan untuk

menggambarkan perilaku manusia, peristiwa lapangan, serta kegiatan-kegiatan tertentu secara terperinci dan mendalam.

d) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data pokok yang langsung dikumpulkan peneliti dari objek penelitian, yaitu hasil wawancara bersama pemilik warung bakso. Sementara itu, sumber sekunder adalah sumber data tambahan yang menurut peneliti menunjang data pokok, serta sumber data yang bersifat kepustakaan atau berasal dari berbagai literatur, di antaranya buku, jurnal, surat kabar, dokumen pribadi dan lain sebagainya.

e) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang sangat urgen dari penelitian itu sendiri. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

- Observasi atau pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.
- Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.
- Kajian pustaka (*library research*) yang berfungsi untuk membangun konsep atau teori yang menjadi dasar studi dalam penelitian.

f) Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan analisis data akan dilakukan secara kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

- Pengumpulan data (*data collection*) merupakan data keseluruhan yang diambil untuk memecah data menjadi bagian, lalu memilah data yang akan diambil untuk dijadikan bahan dari penelitian yang sedang berlangsung. Pengumpulan data merupakan data yang diperoleh dari studi pustaka.
- Reduksi data (*data condensation*) merupakan suatu bentuk analisis untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data untuk menghasilkan kesimpulan akhir.
- Penyajian data (*display data*) merupakan kegiatan penyusunan secara sistematis untuk menghasilkan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang diambil yaitu dari kata-kata, kalimat, teks, dan lain sebagainya, dari data tersebut maka dapat diambil kesimpulannya.
- Data kesimpulan (*conclusion/verification*) merupakan bagian yang tidak terpisah dari bagian analisis. Teknik yang peneliti gunakan untuk menganalisis semua data yang didapatkan dari data yang terkumpul melalui pencarian literatur yang akan disajikan dalam bentuk data naratif serta ditarik kesimpulan dari data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, diperoleh beberapa temuan dalam usaha warung bakso yang dijalankan oleh narasumber. Beberapa poin penting tersebut dipaparkan sebagai berikut ini.

a) Perkembangan usaha warung bakso dan mie ayam

Pemilik warung yang menjadi narasumber, yaitu Mas Agus dan Mbak Sri memaparkan bahwasanya usaha yang dirintis olehnya sudah berjalan sejak 5 tahun terakhir. Semua konsep yang disediakan, baik menu, penataan tempat, dan lainnya masih dipertahankan dari awal hingga sekarang. Namun, warung yang ditempati sebenarnya berawal dari tempat lain. Dalam 4 tahun pertama, pemilik warung berdagang di tempat sewa yang berjarak sekitar 100 meter dari lokasi sekarang.

Karena harga sewa tempat yang cukup mahal, yaitu Rp11,5 juta per tahun, pemilik warung memutuskan untuk pindah ke lokasi yang ditempati hingga sekarang. Perkembangan usaha warung bakso dan mie ayam ini penuh dengan lika-liku. Pada awalnya, pemilik usaha menyebutkan bahwa penghasilan yang diperoleh hanya mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari karena banyak pengeluaran, termasuk sewa tempat. Namun, sejak berganti tempat, hasil yang diperoleh lumayan menjanjikan bahkan pemilik warung bisa membeli sepeda motor baru dan memperindah warung usahanya.

b) Tantangan yang dihadapi oleh pemilik warung

Selama 5 tahun menekuni usaha sebagai pedagang bakso dan mie ayam, banyak kendala yang dihadapi. Narasumber menyebutkan bahwasanya kendala tersebut datang dari berbagai segi, seperti pengeluaran hingga kondisi yang tidak menentu. Berdasarkan hasil observasi, sekitar lokasi penelitian tidak ditemukan warung bakso yang serupa. Estimasi terdekat berada pada jarak sekitar 1 km sehingga tidak adanya kompetisi yang sangat ketat di wilayah tersebut.

Beberapa hambatan yang dihadapi oleh pemilik usaha warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama dipaparkan berdasarkan poin-poin berikut ini.

- Kondisi harga bahan-bahan baku yang kerap mengalami kenaikan dan tidak menentu. Dengan situasi seperti ini, pemilik usaha harus menaikkan harga jual produknya agar mampu menutupi pengeluaran yang ada. Sebagai contoh, narasumber pernah menjual mie bakso dengan harga Rp7 ribu. Harga tersebut sangat terjangkau sehingga dengan cepat mengangkat popularitas dari usaha mereka. Namun, karena kenaikan sejumlah bahan baku di pasar, harga mie bakso harus naik menjadi Rp8 ribu saat ini.
- Pergantian tempat berdagang hingga pandemi Covid-19 sangat mengganggu usaha yang dijalankan. Menurut narasumber, saat pandemi berlangsung, warung miliknya hanya diizinkan beroperasi hingga pukul 21.00 WIB. Oleh sebab itu, omset yang diperoleh menurun drastis sehingga narasumber sempat memiliki rencana untuk menutup usahanya. Namun, hal tersebut tak terealisasi karena keterpaksaan kondisi dan dukungan keluarga.

c) Strategi pemilik usaha warung dalam menjalankan bisnisnya

Keberlangsungan usaha warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama selama 5 tahun melewati berbagai proses. Narasumber menjelaskan bahwa mereka tak memiliki strategi yang signifikan dalam menjalankan usahanya. Pemilik usaha warung bakso tersebut

selalu mempertahankan citra rasa agar melekat di hati pelanggan. Selain itu, keluarga mereka juga sebagian besar berjualan bakso. Dengan demikian, narasumber dapat melakukan berbagai konsultasi dan diskusi apabila ada masalah yang terjadi dalam usahanya.

Pemilik usaha ini juga berinovasi dengan menciptakan berbagai varian menu bakso dan mie ayam. Varian tersebut meliputi bakso biasa, bakso mercon, hingga bakso urat yang dikombinasikan dengan mie instan atau bihun. Inovasi semacam ini dapat menarik pelanggan yang penasaran dan akhirnya selalu merasa tertarik untuk datang ke tempat tersebut. Harga yang ditawarkan juga relatif murah dan terjangkau, dari Rp8 ribu hingga belasan ribu. Itu sebabnya banyak siswa atau mahasiswa yang singgah untuk menikmati bakso di warung tersebut.

Pembahasan Penelitian

Karena banyak peminatnya, usaha jualan bakso seolah tidak pernah mati. Terlebih lagi, usaha ini tidak membutuhkan biaya yang cukup besar untuk modalnya. Bahan dan peralatan untuk membuatnya pun mudah didapat. Dari sisi bisnis, potensi usaha bakso sangat menjanjikan karena pangsa pasarnya sudah jelas tersedia. Pelaku usaha bakso juga bisa meraih margin keuntungan yang lebih besar dengan rasa yang lezat, inovasi dalam pembuatan dan penyajian, serta kualitas dan pelayanan yang baik.

Meski telah banyak yang menekuni usaha berjualan bakso, peluang usaha yang satu ini masih cukup cemerlang dan memiliki potensi yang bagus bagi siapa saja yang ingin memulainya dengan perencanaan yang baik dan sungguh-sungguh. Selain itu, ketekunan hingga tidak putus asa dalam melakukan usaha sangat berkontribusi. Palsunya, seperti dalam penelitian ini, narasumber sempat ingin menyerah karena tidak mencapai hasil yang diinginkan. Namun, karena mental wirausaha yang ia miliki, rencana tersebut gagal terlaksana.

Realitas semacam ini sejalan dengan temuan Pradana & Safitri (2020) yang menjelaskan bahwasanya dalam membangun bisnis, tidak hanya dibutuhkan *value creation* atau pembentukan suatu nilai. Kemampuan dalam memproduksi juga harus diperhatikan, baik hal teknis maupun mental. Keduanya sangat mempengaruhi motivasi seseorang dalam berwirausaha. Walaupun *business leadership*-nya tajam, jika tidak ada kompetensi mental untuk maju bertempur, maka akan kalah alias menyerah di tengah jalan.

Di sisi lain, bakso memang sudah lama akrab dengan lidah orang Indonesia. Semua kalangan, tua muda, laki-laki perempuan dari anak-anak, remaja, sampai yang dewasa hampir semuanya suka makan bakso. Maka dari itu, jangkauan pasar dan konsumen usaha jualan bakso ini terbukti sangat luas, sehingga potensi keuntungannya pun juga cukup menjanjikan. Bakso bisa dikreasikan mengikuti perkembangan tren kuliner. Seiring dengan perkembangan di dunia kuliner, banyak kreasi baru atau inovasi di bidang ini yang jadi populer.

Inovasi merupakan kata kunci utama dalam wirausaha. Wirausahawan yang kerap berinovasi memiliki kesempatan untuk berkembang pesat. Inovasi juga perlu diterapkan saat berjualan, termasuk bakso dan mie ayam. Hal ini sejalan dengan temuan Engin et al., (2020) yang memaparkan bahwa salah satu bentuk mentalitas berani adalah keberanian untuk mengolah sebuah inovasi. Ia bisa dimulai tanpa melakukan penundaan sedikit pun. Banyak terobosan dan ide-ide yang terlintas ketika sedang beraktivitas harian, mengikuti kelas motivasi, atau mengikuti kegiatan yang lain. Kemunculan suatu

ide harus mendapat tempat yang layak. Penundaan akan mengakibatkan kehilangan ide karena otak memiliki keterbatasan dalam menyimpan memori.

Rekomendasi Solusi yang Ditawarkan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, usaha warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama sudah sangat sukses. Berdasarkan informasi yang diperoleh, omset per harinya bisa mencapai 1 juta hingga 1,5 juta. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pelanggan yang berkunjung per harinya. Meski begitu, ada beberapa solusi yang ditawarkan untuk memberikan warna baru dan nuansa berbeda kepada usaha ini, di antaranya sebagai berikut.

- a) Terus berinovasi dengan sesuatu yang baru dan berbeda untuk menarik hati pelanggan. Hal ini bisa dimulai dari varian bakso yang dijual. Referensi terkait bakso sangat banyak di internet dengan nama-nama yang unik dan menarik, seperti bakso mangkuk hingga bakso kuah.
- b) Memberikan promo berupa diskon pada hari-hari tertentu kepada pelanggan yang sudah menetap. Baik itu hari pembukaan warung atau hari besar lain, pemberian promo bisa dilakukan dalam rangka meningkatkan popularitas yang dimiliki.
- c) Bermitra dengan layanan ojek online, seperti GoFood atau GrabFood. Di kota besar, khususnya Medan, usaha seperti warung bakso banyak bermitra dengan layanan ojek online untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini sangat bagus untuk diterapkan.
- d) Gencar melakukan promosi di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik warung bakso menjelaskan bahwa tidak pernah mempromosikan usahanya melalui media sosial. Kenyataannya, usahanya mampu berjalan dengan lancar. Apabila ditambah dengan promosi yang unik di media sosial, peningkatan jumlah pelanggan dapat terjadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kewirausahaan, termasuk berdagang bakso dan mie ayam memiliki berbagai kendala dan strategi yang bisa diterapkan. Usaha warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama merupakan salah satu warung bakso yang populer di lingkungan sekitarnya. Ada beberapa kendala yang dihadapi, salah satunya kondisi pasar yang tidak menentu. Bertahan hingga kini menyentuh 5 tahun, pemilik warung menerapkan sejumlah strategi, seperti mempertahankan citra rasa bakso dan berinovasi dengan menciptakan varian bakso baru yang menarik hati konsumen. Penggunaan strategi yang tepat dan efektif membantu keberlangsungan usaha bakso tersebut.

Bakso adalah salah satu makanan yang paling digemari masyarakat, dari anak-anak hingga dewasa. Harga per porsi pun biasanya relatif terjangkau bagi banyak orang. Bagi pemilik warung Bakso dan Mie Ayam Sri Rama, diharapkan dapat terus mempertahankan berbagai konsep yang ada. Kondisi realitas yang kerap menghambat proses wirausaha harus disikapi atau ditindaklanjuti dengan berbagai tindakan yang relevan dan bisa mempertahankan minat para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiristi, S. P., & Hermawan, Y. (2022). Strategi Bertahan Usaha Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1>
- Budi, B., & Fensi, F. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i1.1128>
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(2), 6. <https://doi.org/10.31258/jip.17.2.6-13>
- Engin, M., Putri, O. T., & STIE Surakarta. (2020). Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Kewirausahaan Pada Kesuksesan Inovasi Produk Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Kewirausahaan Dan Usaha Kecil Menengah*, 23(4), 1–16. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/jurnal/PS_B1_029_PURGIANTONO.pdf
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 110–116. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2867>
- Indriyani, L., & Margunani, M. (2019). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 848–862. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28315>
- Kusmintarti, A., Riwijanti, N. I., & Asdani, A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Kewirausahaan dengan Sikap Kewirausahaan sebagai Mediasi. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.18382/jraam.v2i2.160>
- Lisa, L., Fauzi, R. N., Anggreani, N., Aisyah, N. R., Larasati, L., Sahetapy, M. S., & Supriadi, I. (2021). Pendampingan Kewirausahaan Melalui Analisis Kelayakan Usaha Bakso Pak Ji. *Media Mahardhika*, 19(3), 534–541. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.276>
- Nasution, A. M. U., Lailikhatmisafitri, I., & Marbun, P. (2021). Keberhasilan Usaha Kuliner Dilihat Dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1219–1229. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>
- Nuramdini, H., & Gunawan, C. (2022). Gambaran Kemampuan Inovasi (Innovation Capability) Para Pelaku Usaha Kuliner di Sukabumi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(6), 526–531. <https://doi.org/10.32493/fb.v4i2.152-158.23597>
- Nurbaya, N., Chandra, W., & Ansar, A. (2020). Perubahan Sistem Pelayanan Makanan pada Usaha Kuliner Selama Masa Pandemi COVID-19 dan Era Kebiasaan Baru di

Kota Makassar. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 6(Khusus), 61.
<https://doi.org/10.33490/jkm.v6ikhusus.335>

Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>

Pradana, B. I., & Safitri, R. (2020). Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap Minat Wirausaha. *Iqtishoduna*, 16(1), 73–82.
<https://doi.org/10.18860/iq.v16i1.6797>

Rahim, A. R., & Basir, B. (2019). Peran Kewirausahaan Dalam Membangun Ketahanan Ekonomi Bangsa. *Jurnal Economic Resource*, 1(2), 130–135.
<https://doi.org/10.33096/jer.v1i2.160>

Sa, A., Fadilah, R., & Bastomi, M. (2023). *Analisis kreatif persediaan usaha mikro kecil menengah by Goeboeg Dau*. 4(1), 0–3.

Sudarismiati, A., Hamdun, E. K., & Ibrahim, M. Y. (2016). Analisis strategi bisnis untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha bakso pak mul desa Trebungan kecamatan Mangaran kabupaten Situbondo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 14(1), 1–20.