



PENDAMPINGAN USAHA BAKSO GOYANG LIDAH UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

Ita Purnama¹, Nurfitriah², Nurul Hidayanti³

e-mail : nurfitriah.stiebima21@gmail.com, nurulhidayandi.stiebima21@gmail.com

Abstract. *Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are the main businesses of the community in the economic activities in Indonesia, especially in the food industry. Meatballs are one of the typical foods of Indonesia that are very popular throughout the country. In Bima Regency, the goal of this service is to develop MSMEs in terms of product innovation and also increase the selling value of MSMEs. 'Baso Goyang Lidah' is one example of an MSME that requires assistance in product innovation. The methods used in community service activities are divided into three stages: the survey stage, the socialization of product variant development, and the maintenance and evaluation stage. This form of community service aims to develop and participate in assisting product innovation for 'Baso Goyang Lidah' MSMEs, so that it can increase the selling value and competitiveness of products that are not limited to the market.*

Keywords : *UMKM, meatball business shaking tongue, Bima district, entrepreneurship*

Abstrak. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bisnis masyarakat yang utama dalam kegiatan perekonomian di Indonesia terutama pada industri makanan. Bakso merupakan salah satu makanan khas Indonesia yang sangat populer di seluruh penjuru negeri. Di Kabupaten Bima, tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengembangkan UMKM dalam hal inovasi produk juga meningkatkan nilai jual UMKM. UMKM bakso goyang lidah merupakan salah satu contoh UMKM yang membutuhkan pendampingan inovasi produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat terbagi menjadi tiga tahapan yaitu tahapan survei, sosialisasi pengembangan varian produk, serta tahapan pemeliharaan dan evaluasi. Bentuk pengabdian kepada Masyarakat dengan tujuan mengembangkan dan turut serta dalam pendampingan inovasi produk terhadap UMKM bakso goyang lidah agar dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing produk yang tidak terbatas pada pasar.

Kata kunci: UMKM, Usaha Bakso Goyang Lidah, Kabupaten Bima, Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia merupakan bisnis masyarakat yang utama dalam kegiatan perekonomian. UKM merupakan pemercepat dalam pengembangan ekonomi masyarakat, terbukti dapat diandalkan sebagai bisnis pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan memungkinkan

PENDAMPINGAN USAHA BAKSO GOYANG LIDAH UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

dihimpunnya penerimaan negara berupa pajak. Peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional (Christiana et al., 2014) UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang. Pengaruh dari pengembangan UMKM di Indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. (Tambunan, 2009). Terutama industri makanan merupakan industri yang perkembangannya sangat positif dan memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Pramono, 2015).

Bakso merupakan salah satu makanan khas Indonesia yang sangat populer di seluruh penjuru negeri. Di Kabupaten Bima, terdapat sebuah restoran yang menyajikan bakso dengan cita rasa yang luar biasa. Restoran Bakso Kabupaten Bima menawarkan berbagai jenis bakso yang dapat memanjakan lidah konsumen. Dari bakso sapi, bakso ayam, hingga bakso ikan, semua disajikan dengan bumbu yang menggugah selera. Keunikan dari restoran ini adalah adanya bakso goyang lidah sila. Bakso ini memiliki tekstur yang kenyal dan menggigit, serta rasa yang lezat. Para remaja penggemar bakso pasti akan terpesona dengan kelezatannya.

Desa sila rato merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Bolo Kabupaten Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat Indonesia. Desa sila rato merupakan salah satu desa yang komposisi masyarakatnya sebagian besar bekerja sebagai wirausaha baik berskala besar maupun kecil. Seperti toko bangunan, benkel, es teh, Salome, bakso, rumah makan, restaurant, pangkas rambut, pedagang kaki lima, kios sembako, super market dan lain-lain.

Usaha bakso goyang lidah ini merupakan salah satu UMKM yang ada di desa sila rato yang bergerak pada bidang kuliner dan pangan, bakso goyang lidah diproduksi dengan menggunakan bahan-bahan pilihan yang terbaik dan tanpa menggunakan bahan pengawet. Usaha bakso goyang lidah ini didirikan sejak tahun 1988 dan sudah berjalan selama 36 tahun, dengan pemilik bernama Bapak susanto yang berlokasi di Jl. Lintas Sumbawa-Bima, Rato, Bolo, Bima, Nusa Tenggara Bar. 84161, Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama pemilik usaha, bakso goyang lidah ini menghadapi beberapa tantangan dalam meningkatkan daya saing produknya. Salah satunya yaitu dalam meningkatkan kualitas produk, bakso goyang lidah

harus terus meningkatkan kualitas produknya untuk memenuhi standar konsumen.

2.METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi empat fase: fase penelitian, fase pendampingan, dan fase retensi dan evaluasi.

Tahap pertama adalah tahap penelitian yang meliputi wawancara dan diskusi mendalam dengan mitra. Sekaligus sosialisasi untuk memberikan edukasi terhadap umkm terkait pengembangan produk. Tujuan dari fase ini adalah untuk menggali permasalahan mitra lebih dalam dan memberikan gambaran solusi yang akan diberikan nantinya. Tahap penelitian dan sosialisasi dilakukan pada tanggal 23 maret 2025 melalui kunjungan langsung ke UMKM Bakso Goyang Lidah.

Tahapan kedua yakni tahapan pendampingan UMKM terkait dengan pengembangan produk. Tahapan ini meliputi pelatihan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola usaha dan meningkatkan kualitas produk, serta pengembangan produk untuk meningkatkan kualitas dan variasi produk bakso goyang lidah dan juga pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk bakso goyang lidah dan meningkatkan penjualan. Tahap pendampingan dimulai tanggal 5 april – 22 mei 2025.

Tahapan ketiga adalah tahap pemeliharaan dan evaluasi. Selama fase pemeliharaan, pembaruan dilakukan kembali untuk memenuhi kebutuhan mitra. Fase ini juga berfungsi sebagai wadah bagi pelaksana untuk menilai kembali hasil kontribusi mitra dan pemangku kepentingan eksternal terkait program kerja, sehingga tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai.

3. HASIL

Sejarah dan Gambaran Umum Bakso Goyang Lidah

UMKM bakso goyang lidah merupakan unit usaha pada bidang kuliner dan pangan yang menyediakan berbagai variasi. UMKM bakso goyang lidah berdiri pada tahun 1988 dengan status pemilikan sendiri di daerah sila rato, Kabupaten Bima. Usaha bakso goyang lidah yang dirintis oleh Pak susanto telah berjalan selama 36 tahun ini tidak memiliki nama produk. Namun, semua orang sudah banyak mengetahui dan mengenal

PENDAMPINGAN USAHA BAKSO GOYANG LIDAH UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

serta memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda pada bakso umumnya. Usaha bakso goyang lidah Sampai saat ini masih belum ada visi-misi tertulis, namun dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa visi utama dari UMKM bakso goyang lidah yaitu menjadi unit usaha yang terus berkembang serta memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar. Misi unit usaha yaitu menjaga kualitas produk, menambah varian produk, serta memberikan pelayanan yang baik dan tidak mengecewakan pelanggan. Karyawan UMKM bakso goyang lidah sebanyak 6 orang sebagai penjual sekaligus yang memproduksi bakso goyang lidah.

Program pengabdian masyarakat ini dipraktikkan dengan penuh dedikasi di UMKM yang berlokasi di Desa Sila Rato, Kecamatan Bolo, Kabupaten Bima. Pusat perhatian utama kegiatan ini tertuju pada UMKM bakso goyang lidah yang bergerak dalam dunia kuliner. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada memberikan bantuan dalam pengembangan UMKM dengan tujuan mendorong pertumbuhan potensi UMKM di wilayah Desa Sila Rato, Kecamatan Bolo, Kabupaten Bima.

Orientasi utama dari kegiatan ini terletak pada pengembangan varian produk UMKM, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas produk, daya saing, dan penjualan, serta meningkatkan kemampuan usaha dan pendapatan.

Melalui kolaborasi antara penyelenggara pengabdian masyarakat dan UMKM, diharapkan tercipta output yang menggembirakan berupa peningkatan potensi dan kapasitas UMKM di Desa Sila Rato. Dengan fokus pada pengembangan varian produk, diharapkan UMKM, khususnya Bakso Goyang Lidah, dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan daya saing produknya.

Selain itu, program ini bertujuan tidak hanya untuk mengembangkan UMKM secara keseluruhan tetapi juga memberikan dampak positif pada ekosistem bisnis lokal. Dengan mendukung perkembangan varian produknya, diharapkan UMKM di Desa Sila Rato kedepannya dapat bersaing lebih baik di pasar.

Kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemilik UMKM terkait pengembangan produknya. Dengan demikian, diharapkan UMKM Bakso Goyang Lidah dan UMKM lainnya di wilayah tersebut dapat lebih mandiri dan berkelanjutan dalam mengelola aspek pemasaran dan perubahan varian produk mereka di era sekarang ini.

Dengan upaya kolaboratif ini, diharapkan bahwa hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya mencakup pengembangan bisnis UMKM secara individu

PENDAMPINGAN USAHA BAKSO GOYANG LIDAH UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK

tetapi juga memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi lokal serta peningkatan kualitas hidup masyarakat di sekitar Desa Sila Rato, Kecamatan Bolo, Kabupaten Bima.

1. Observasi UMKM

Kegiatan observasi merupakan langkah pertama yang dilakukan sebelum menjalankan keseluruhan program pendampingan pengembangan produk pada UMKM di Desa Sila Rato. Proses observasi dilaksanakan dengan mengunjungi setiap UMKM yang beroperasi di Desa Sila Rato, Kecamatan Bolo, Kabupaten Bima. Dari hasil observasi dan pemetaan potensi UMKM, beberapa di antaranya teridentifikasi sebagai calon penerima pendampingan lebih lanjut, di antaranya adalah usaha bakso goyang lidah. Bakso goyang lidah berlokasi di Jl. Lintas Sumbawa-Bima, Rato, Bolo, Bima, Nusa Tenggara Bar. 84161, Indonesia, dan telah berdiri sejak tahun 1988. Informasi yang diperoleh dari pemilik UMKM mengindikasikan bahwa produk unggulan dari bakso goyang lidah, yaitu bakso komplit, memiliki daya tarik yang tinggi di kalangan masyarakat.

*Pendampingan pengembangan produk Pada Umkm bakso goyang lidah
Sebagai Penunjang untuk meningkatkan daya saing produk*



Gambar 1. Sosialisasi meningkatkan daya saing produk di UMKM bakso goyang lidah

Sumber : Data Pribadi (2025)

Bakso goyang lidah selama ini belum memikirkan untuk mengembangkan varian produknya Karena bakso goyang lidah memilih fokus pada produk utamanya. Dengan demikian bakso goyang lidah perlu untuk mengembangkan varian produk, pengembangan resep dan pengujian produk baru untuk memastikan kualitas dan rasa yang baik. Oleh karena itu metode pengembangan varian produk ini merupakan metode yang cocok untuk diterapkan pada UMKM bakso goyang lidah dalam meningkatkan

kemampuan usaha untuk mendukung perkembangan produk baru.

2. Sosialisasi pengembangan varian produk

Langkah berikutnya dari hasil observasi yang telah dilakukan adalah implementasi kegiatan pembaharuan produk. Sosialisasi mengenai pengembangan varian produk ini ditargetkan untuk seluruh pelaku UMKM di Desa Sila Rato. Penyampaian materi dilakukan melalui pertemuan langsung, di mana kami secara langsung berkomunikasi dengan pemilik usaha bakso goyang lidah. Dalam sesi tatap muka ini, kami menjelaskan betapa pentingnya mengembangkan varian produknya dalam memengaruhi proses pemasaran yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya. Apabila produk telah berhasil dikembangkan dengan efektif, maka tahap pemasaran selanjutnya akan menjadi lebih lancar.

Dalam rangka sosialisasi pengembangan varian produk, kami menguraikan secara mendalam strategi pengembangan yang memiliki daya tarik tinggi di berbagai kalangan. Penekanan diberikan pada pentingnya menyesuaikan produk dengan tren yang sedang berkembang di kalangan masyarakat, sehingga dapat memperoleh perhatian dan interaksi yang maksimal dari audiens. Produk yang kreatif dan relevan dengan tren saat ini menjadi suatu keharusan untuk memastikan efektivitas dalam menjangkau target pasar.

3. Pengembangan varian produk

Pengembangan varian produk pada UMKM bakso goyang lidah dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya: mengembangkan rasa baru yang unik dan menarik, menambahkan bahan-bahan lain seperti keju, dan bahan-bahan lokal untuk meningkatkan keaslian produk.

UMKM bakso goyang lidah awalnya belum menambahkan varian produknya seperti bakso keju dan bakso mercon yang sedang tren saat ini, oleh karena itu, pihak pelaksana proyek memberikan pendampingan dalam proses pengembangan varian produknya. Selama pendampingan, penjelasan yang mendetail diberikan terkait jenis variannya yang sebaiknya dikembangkan.

Selain itu, pihak pelaksana juga memberikan pemahaman tentang pentingnya pengembangan varian produk. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan penjualan, menghadapi persaingan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan setelah berakhirnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, varian produk yang dikembangkan dapat terus aktif untuk meningkatkan nilai jual pada UMKM bakso goyang lidah.



Gambar 2. Gambar inovasi produk UMKM Bakso Goyang Lidah

Membicarakan tentang inovasi produk proses menciptakan atau mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan juga mengembangkan varian baru produk bakso yang unik berbeda dari produk yang sudah ada ini juga dapat membantu penjualan untuk meningkatkan pendapatan dan meningkatkan keunggulan kompetitif namun inovasi produk juga dapat memiliki risiko kegagalan, biaya yang tinggi dan pesaing yang ketat.

Dalam pendampingan pembuatan produk baru pada UMKM bakso goyang lidah , pelaksanaan inovasi produk baru merupakan proses mendukung dan memfasilitasi pengembangan produk dengan menyediakan sumberdaya keahlian,dan bimbingan yang di perlukan untuk memenuhi produksi standar kualitas dan keamanan yang diperlukan dan kebutuhan pasar, pengembangan konsep juga membantu dalam mengembangkan ide produk dan konsep yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Bakso salah satu produk pangan yang sangat di sukai masyarakat dan sudah menjadi produk unggulan dan ciri khas masyarakat. Hingga saat ini penjualan bakso masih dalam bentuk pangan kudapan sehingga kurang praktis untuk di bawa sebagai oleh-oleh. Selain itu bakso juga termasuk pangan yang mudah rusak sehingga perlu penanganan khusus dalam hal distribusi. Hingga saat ini bakso juga merupakan olahan yang sangat digemari anak-anak hingga orang dewasa, bahkan bakso terasa nikmat dinikmati kapanpun, pagi ,siang maupun malam. Bakso juga sering ditemukan dalam campuran mie ayam, sup, nasi goreng , dan capcay.

Banyak varian bakso di Indonesia, bukan hanya berbentuk bulat namun ada juga berbentuk kotak, dan hati. Bahan isian bakso juga berbagai macam variannya mulai dengan isian daging, telur, bahkan diisi dengan keju lumer, bahan pembuatan bakso juga bervariasi bisa menggunakan daging sapi, ikan, atau ayam.

Namun pada zaman moderen saat ini banyak bahan tambahan yang digunakan dalam campuran bakso. Dalam kegiatan ini penulis ingin memberikan inovasi produk baru kepada UMKM bakso goyang lidah karena konsumen cenderung ingin mencoba hal baru agar tidak itu-itu saja varian atau rasa dari bakso itu sendiri.

4. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa pengembangan varian produk pada UMKM bakso goyang lidah memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk terutama pada masa yang terus berkembang. Salah satu UMKM yang berada di Jl. Lintas Sumbawa-Bima, Rato, Bolo, kabupaten Bima, Nusa Tenggara Bar. 84161, Indonesia adalah bakso goyang lidah yang menjadi representasi dari banyak UMKM lainnya yang masih menghadapi kendala pengetahuan terkait pengembangan varian produknya. Oleh karena itu, pendampingan dalam hal inovasi produk menjadi suatu kebutuhan esensial agar dapat meningkatkan penjualan dan minat konsumen untuk mencoba produk baru tersebut.

Proses pendampingan yang diimplementasikan pada UMKM bakso goyang lidah mencakup inisiatif inovasi produk. Langkah-langkah ini diarahkan untuk membantu bakso goyang lidah agar dapat memahami dan memanfaatkan produk yang telah dikembangkan secara optimal. Inovasi produk bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk serta meningkatkan nilai jual.

Dengan diimplementasikannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan UMKM bakso goyang lidah dapat mengalami perkembangan yang positif. Melalui pemahaman dan penerapan inovasi produk yang tepat, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan daya saing produk dan meningkatkan nilai jual. Keseluruhan pendampingan pengembangan varian produk menjadi kunci untuk membuka peluang baru dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan bagi UMKM seperti bakso goyang lidah di jaman sekarang.

5. DAFTAR PUSTAKA

Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). DutaCom Journal,

9(1), 43–54. <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>

Christiana, Y., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2014). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Sentra Pesindon Kota Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 3(4), 1–10.

Fhadia Nur Baiti, Eka Putri Widyawati, Alfiya Farhah, Gusti Alif Aprilita, Nurul Arifin, & Rossi Dwika Heryani. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Umkm Pada Usaha Roti Anget Di Kabupaten Bogor. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 112–124. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i1.81>

Pramono, O. (2015). Formulasi Strategi Usaha Makanan Ringan. *Agora*, 3(2), 665–674. <https://media.neliti.com/media/publications/36472-ID-formulasi-strategi-usaha-makanan-ringan-tradisional-ny-gan-di-surabaya.pdf>

Prastiwi, Q. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Pabrik roti Alfaris Bakery Medan.

Sabigh, M. M., & Suranto, I. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Di UMKM Industri Roti. http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/106251%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/106251/2/NASKAH_PUBLIKASI.pdf