

LAPORAN EKONOMI INDUSTRI ANALISIS INDUSTRI BAKSO MAS JOKO

(Disusun untuk Memenuhi Nilai Tugas Terstruktur Ekonomi Industri)

Dosen Pengampu:

Dr. Pujiati, M.Pd.

Meyta Pritandhari, S.Pd., M.Pd.



Disusun Oleh:

Kelompok 8

- | | | |
|----|----------------------------------|------------|
| 1. | M. Zinedine Yazid Zidane Siregar | 2213031087 |
| 2. | Rafifa Tu Zakia | 2213031044 |
| 3. | Wanty Nurkholifah | 2213031051 |

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C Tujuan Observasi	Error! Bookmark not defined.
D Manfaat Observasi	Error! Bookmark not defined.
BAB II PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A Jenis Observasi	Error! Bookmark not defined.
B Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
C Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
D Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
A Jenis Observasi	Error! Bookmark not defined.
B Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
C Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
D Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
E Jenis Observasi	Error! Bookmark not defined.
F Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
A Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B Saran	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang berperan penting dalam perekonomian masyarakat. UMKM menjadi sumber penghasilan bagi pemilik usaha serta membantu memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui secara langsung bagaimana UMKM dijalankan dan berkembang melalui pengamatan di lapangan.

Salah satu UMKM yang berkembang di bidang kuliner adalah usaha Bakso Malang. Bakso Malang banyak diminati masyarakat karena memiliki cita rasa yang khas, mudah diterima oleh berbagai kalangan, serta memiliki harga yang terjangkau. Hal tersebut membuat usaha bakso memiliki peluang yang cukup besar untuk terus berkembang, meskipun dijalankan dalam skala kecil.

Bakso Malang Mas Joko pada awalnya merupakan usaha kuliner berskala kecil yang dijalankan secara sederhana. Seiring berjalannya waktu, usaha ini mengalami perkembangan, baik dari segi jumlah pelanggan maupun tempat berjualan. Saat ini, Bakso Malang Mas Joko telah membuka usaha di rumah sendiri, sehingga kegiatan produksi dan penjualan dapat dilakukan secara lebih tetap. Usaha ini juga semakin dikenal oleh masyarakat sekitar dan ramai dikunjungi oleh pembeli, terutama pada jam-jam tertentu.

Melalui kegiatan observasi lapang ini, mahasiswa melakukan pengamatan langsung terhadap usaha Bakso Malang Mas Joko untuk mengetahui proses produksi, sistem penjualan, serta pengelolaan usaha yang dilakukan. Observasi ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana sebuah UMKM kuliner dapat bertahan dan berkembang dari usaha skala kecil hingga memiliki tempat usaha sendiri. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi UMKM di lapangan serta menjadi bahan pembelajaran yang relevan dengan teori yang diperoleh di perkuliahan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana struktur pasar usaha Bakso Malang di wilayah tempat Bakso Malang Mas Joko beroperasi?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Bakso Malang Mas Joko?
3. Bagaimana kinerja UMKM Bakso Malang Mas Joko ditinjau dari aspek produksi, pemasaran, dan daya saing usaha?
4. Faktor eksternal apa saja yang memengaruhi keberlanjutan UMKM Bakso Malang Mas Joko sebagai pelaku usaha kuliner?

C. Tujuan Observasi

1. Untuk mengetahui struktur pasar usaha Bakso Malang di wilayah tempat Bakso Malang Mas Joko beroperasi.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Bakso Malang Mas Joko dalam menarik dan mempertahankan konsumen.
3. Untuk mengetahui kinerja UMKM Bakso Malang Mas Joko ditinjau dari aspek produksi, pemasaran, dan daya saing usaha.
4. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang memengaruhi keberlanjutan usaha Bakso Malang Mas Joko sebagai pelaku UMKM kuliner.

D. Manfaat Observasi

1. Manfaat Akademis

Hasil observasi ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mahasiswa mengenai kegiatan usaha UMKM, khususnya di bidang kuliner. Observasi ini juga menjadi sarana untuk mengaitkan teori yang diperoleh di perkuliahan dengan praktik nyata yang terjadi di lapangan.

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha Bakso Malang Mas Joko, hasil observasi ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan terkait pengelolaan usaha, baik dari segi produksi, pemasaran, maupun daya saing usaha. Selain itu, observasi ini dapat memberikan gambaran sederhana mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha kuliner.

3. Manfaat bagi Pihak Lain

Hasil observasi ini diharapkan dapat menjadi referensi atau informasi tambahan bagi pihak lain yang tertarik untuk mempelajari atau mengembangkan usaha UMKM kuliner, khususnya usaha Bakso Malang. Selain itu, laporan ini juga dapat digunakan sebagai bahan bacaan untuk memahami kondisi UMKM di lingkungan sekitar.

BAB II

METODOLOGI OBSERVASI

A. Jenis Observasi

Observasi yang dilakukan dalam kegiatan ini merupakan observasi langsung (direct observation), yaitu mahasiswa hadir secara langsung di lokasi usaha Bakso Malang Mas Joko yang beralamat di Pinang Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Jenis observasi ini dipilih karena memungkinkan mahasiswa untuk melihat secara nyata aktivitas usaha yang berlangsung sehari-hari, baik pada proses produksi maupun kegiatan penjualan kepada konsumen.

Selama kegiatan observasi, mahasiswa mengamati secara langsung proses pembuatan Bakso Malang, mulai dari persiapan bahan baku, pengolahan bakso dan kuah, hingga proses penyajian kepada konsumen. Selain itu, dilakukan pula pengamatan terhadap peralatan yang digunakan, kebersihan area produksi dan tempat usaha, serta cara pelaku usaha mengelola kegiatan produksi secara sederhana di rumah sendiri.

Observasi juga mencakup aktivitas penjualan yang dilakukan oleh Bakso Malang Mas Joko, seperti cara melayani konsumen, sistem penetapan harga, serta kondisi usaha yang terlihat ramai pada jam-jam tertentu. Interaksi antara pemilik usaha dan konsumen juga menjadi bagian dari pengamatan untuk mengetahui bagaimana pelayanan diberikan dan bagaimana respon konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain pengamatan secara langsung, mahasiswa juga melakukan wawancara informal dengan pemilik usaha dan karyawan untuk memperoleh informasi tambahan mengenai sejarah berdirinya usaha, perkembangan usaha dari skala kecil hingga memiliki tempat usaha sendiri di rumah, strategi pemasaran yang diterapkan, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, observasi ini bersifat

menyeluruh dan memberikan gambaran yang utuh mengenai kegiatan usaha Bakso Malang Mas Joko sebagai pelaku UMKM kuliner.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui kegiatan observasi dan wawancara di lokasi usaha Bakso Malang Mas Joko di Pinang Jaya, Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung. Observasi dilakukan terhadap proses produksi Bakso Malang, mulai dari persiapan bahan baku, pengolahan bakso dan kuah, hingga proses penyajian kepada konsumen. Selain itu, pengamatan juga dilakukan terhadap sistem penjualan, penetapan harga, serta interaksi antara penjual dan konsumen.

Wawancara dilakukan secara informal dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, perkembangan usaha dari skala kecil hingga memiliki tempat usaha sendiri, strategi pemasaran yang diterapkan, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Data primer ini penting karena mencerminkan kondisi nyata dan terkini dari usaha Bakso Malang Mas Joko.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung yang dari informasi yang tersedia di media sosial atau sumber promosi Bakso Malang Mas Joko, seperti unggahan terkait menu, harga, dan aktivitas penjualan. Data sekunder ini digunakan untuk memberikan konteks tambahan serta sebagai bahan pembandingan dengan usaha kuliner sejenis di wilayah Bandar Lampung.

C. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan sesuai dengan tujuan observasi, digunakan beberapa instrumen dan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Lembar Observasi

Lembar observasi digunakan sebagai panduan dalam mencatat aktivitas yang diamati selama kegiatan observasi berlangsung. Lembar ini memuat indikator-indikator seperti proses pembuatan Bakso Malang, penggunaan bahan baku, peralatan yang digunakan, jumlah tenaga kerja, kondisi kebersihan tempat usaha, serta kualitas produk yang dihasilkan.

2) Kamera dan Ponsel

Kamera atau ponsel digunakan untuk mendokumentasikan kegiatan usaha Bakso Malang Mas Joko, seperti proses pengolahan dan penyajian bakso, kondisi tempat usaha di rumah, serta tampilan menu dan aktivitas penjualan. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti visual dari hasil observasi yang dilakukan.

3) Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara disusun untuk membantu pelaksanaan wawancara agar lebih terarah dan sistematis. Pertanyaan dalam pedoman wawancara meliputi sejarah berdirinya usaha Bakso Malang Mas Joko, perkembangan usaha dari skala kecil hingga saat ini, sistem penetapan harga, strategi pemasaran, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Umum Bakso Malang Mas Joko

Bakso Malang Mas Joko merupakan salah satu UMKM kuliner yang berkembang di kawasan perkotaan dan dikenal sebagai penyedia bakso khas Malang dengan cita rasa autentik. Usaha ini tumbuh seiring tingginya minat masyarakat terhadap kuliner bakso sebagai makanan favorit lintas usia dan kalangan. Dengan kuah kaldu yang gurih, pilihan isian yang beragam, serta harga yang terjangkau, Bakso Malang Mas Joko berhasil menarik pelanggan setia dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan usaha kuliner sejenis.

Lokasi Bakso Malang Mas Joko berada di daerah Kemiling- Bandar Lampung di area yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, baik masyarakat sekitar maupun pelanggan dari luar wilayah. Lokasi usaha yang berada dekat dengan kawasan permukiman dan aktivitas umum memberikan keuntungan tersendiri dalam menjangkau pasar harian. Dalam operasionalnya, Bakso Malang Mas Joko melayani penjualan secara langsung melalui warung makan, serta memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan kualitas rasa yang konsisten, pelayanan yang ramah, dan proses produksi yang terjaga kebersihannya, Bakso Malang Mas Joko terus berkembang sebagai UMKM kuliner yang mampu bersaing dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

B. Struktur Pasar Bakso Malang Mas Joko

1. Industri bakso di Kota Bandar Lampung, khususnya di Kecamatan Kemiling, bersifat kompetitif karena terdapat banyak pelaku usaha bakso, mulai dari pedagang kaki lima, warung kecil, hingga rumah makan bakso skala menengah.
2. Produk bakso tidak homogen, karena setiap pelaku usaha memiliki diferensiasi pada rasa kuah, jenis bakso (urat, halus, telur), kualitas daging, porsi, serta variasi menu pendamping.

3. Inovasi dalam penyajian, kebersihan tempat usaha, pelayanan, serta variasi menu menjadi faktor pembeda yang menentukan daya tarik konsumen terhadap masing-masing usaha bakso.
4. Bakso Malang Mas Joko merupakan salah satu usaha yang memiliki pelanggan tetap di wilayah Kemiling karena konsistensi rasa, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang ramah.
5. Persaingan usaha tidak hanya terjadi pada aspek harga, tetapi juga pada kualitas produk, cita rasa, kenyamanan tempat, serta pemanfaatan layanan pesan antar dan media digital.
6. Struktur pasar yang kompetitif mendorong Bakso Malang Mas Joko dan pelaku usaha lainnya untuk terus meningkatkan kualitas produk, menjaga kepercayaan konsumen, serta beradaptasi dengan tren pemasaran digital guna mempertahankan keberlanjutan usaha.

C. Startegi Pemasaran Bakso Malang Mas Joko

1. Produk (Product)

- a. Bakso Malang Mas Joko menggunakan daging sapi segar dan bahan baku berkualitas untuk menjaga cita rasa bakso yang gurih dan tekstur yang kenyal. Kuah kaldu dibuat dari rebusan tulang sapi tanpa bahan pengawet sehingga rasanya lebih alami dan sehat.
- b. Menyediakan variasi menu yang beragam seperti bakso halus, bakso urat, bakso telur, bakso tahu, siomay, mie kuning, dan mie bihun sehingga konsumen memiliki banyak pilihan sesuai selera.
- c. Penyajian makanan dibuat higienis dengan porsi yang konsisten dan tampilan menarik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan konsumen.

2. Harga (Price)

- a. Harga ditetapkan terjangkau dan kompetitif, sesuai dengan daya beli masyarakat Kemiling dan sekitarnya, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan mulai dari pelajar hingga keluarga.

- b. Perbedaan harga disesuaikan dengan jenis menu dan tambahan isian, seperti bakso telur atau bakso spesial yang memiliki harga sedikit lebih tinggi dibandingkan menu standar.
- c. Penetapan harga tetap mempertimbangkan biaya bahan baku, operasional, dan keuntungan yang wajar agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

3. Tempat / Distribusi (Place)

- a. Penjualan utama dilakukan melalui warung bakso yang berlokasi di Kemiling, Bandar Lampung, yang mudah dijangkau oleh konsumen lokal dan berada dekat kawasan permukiman.
- b. Selain makan di tempat, Bakso Malang Mas Joko juga melayani pembelian dibawa pulang (take away) untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin praktis.

4. Promosi (Promotion)

- a. Menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan WhatsApp untuk mempromosikan menu, membagikan foto produk, serta menginformasikan promo atau menu baru.
- b. Mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) dengan menjaga kualitas rasa dan pelayanan agar pelanggan merasa puas dan merekomendasikan kepada orang lain.
- c. Memberikan promo sederhana seperti potongan harga di hari tertentu, paket hemat, atau bonus minuman untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- d. Membangun citra sebagai bakso Malang enak, murah, dan mengenyangkan di kawasan Kemiling sehingga mudah diingat oleh konsumen.

D. Kinerja Usaha dan Daya Saing

1. Kinerja Usaha

- a. Bakso Malang Mas Joko mampu bertahan dan terus beroperasi di tengah persaingan usaha bakso dan kuliner sejenis yang cukup ketat di wilayah Bandar Lampung, khususnya Kecamatan Kemiling.
- b. Volume penjualan relatif stabil dan cenderung meningkat pada jam makan siang, sore hingga malam hari, serta pada akhir pekan dan hari libur.

- c. Konsistensi rasa kuah bakso, tekstur bakso yang kenyal, serta penggunaan bahan baku yang segar menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan usaha.
- d. Usaha ini semakin dikenal oleh masyarakat sekitar dan pelanggan tetap, baik melalui kunjungan langsung ke warung maupun melalui layanan pesan antar.
- e. Pelayanan yang cepat, ramah, dan kebersihan tempat usaha turut meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepercayaan konsumen.

2. Daya Saing

- a. Cita rasa khas Bakso Malang dengan pilihan isian yang beragam (bakso halus, bakso urat, tahu, siomay) menjadi keunggulan dibanding usaha bakso lainnya.
- b. Harga yang terjangkau dan sebanding dengan porsi serta kualitas produk membuat Bakso Malang Mas Joko mudah diterima oleh berbagai kalangan konsumen.
- c. Lokasi usaha yang strategis di kawasan Kemiling serta kemudahan akses layanan pesan antar memberikan nilai tambah dalam persaingan pasar.
- d. Hubungan baik dengan pelanggan tetap dan reputasi rasa yang konsisten memperkuat posisi Bakso Malang Mas Joko sebagai salah satu pilihan kuliner bakso di Bandar Lampung.

E. Faktor yang Mempengaruhi Usaha

1. Ketersediaan Bahan Baku

Usaha Bakso Malang Mas Joko sangat bergantung pada ketersediaan bahan baku utama seperti daging sapi, tulang untuk kaldu, mie, dan bahan pelengkap lainnya. Fluktuasi harga daging sapi di pasaran serta kualitas bahan baku yang tidak selalu stabil dapat memengaruhi biaya produksi dan konsistensi rasa bakso yang dihasilkan.

2. Persaingan

Persaingan usaha bakso di wilayah perkotaan, termasuk di Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung, tergolong tinggi karena banyaknya pelaku usaha sejenis, baik warung bakso skala kecil hingga rumah makan bakso yang sudah dikenal luas. Kondisi ini menuntut Bakso Malang Mas Joko untuk terus menjaga kualitas rasa, pelayanan, dan kebersihan agar tetap diminati konsumen.

3. Perubahan Preferensi Konsumen

Selera konsumen yang terus berkembang memengaruhi keberlanjutan usaha. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga kebersihan tempat, variasi menu (seperti bakso urat, bakso telur, atau bakso campur), serta kemudahan pemesanan melalui layanan pesan antar dan platform digital.

4. Regulasi

Adanya regulasi terkait keamanan pangan, kebersihan lingkungan usaha, dan perizinan UMKM menuntut Bakso Malang Mas Joko untuk menjaga standar higienitas dalam proses produksi dan penyajian. Kepatuhan terhadap aturan ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, usaha bakso di wilayah Bandar Lampung, khususnya di Kecamatan Kemiling, menunjukkan struktur pasar yang bersifat kompetitif. Hal ini ditandai dengan banyaknya pelaku usaha bakso, mulai dari pedagang gerobak, warung bakso sederhana, hingga rumah makan bakso yang lebih berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan usaha cukup ketat, di mana diferensiasi produk menjadi faktor utama dalam menciptakan keunggulan bersaing. Perbedaan rasa kuah, kualitas daging bakso, variasi isian, kebersihan tempat usaha, serta pelayanan menjadi karakteristik pembeda antar pelaku usaha. Fenomena ini sejalan dengan perkembangan industri kuliner bakso yang menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi mengikuti selera konsumen.

Bakso Malang Mas Joko merupakan salah satu UMKM kuliner yang mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan tersebut. Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, Bakso Malang Mas Joko berlokasi di kawasan Kemiling, Bandar Lampung, yang merupakan area permukiman dan memiliki aktivitas masyarakat yang cukup tinggi. Lokasi ini memberikan keuntungan strategis karena mudah diakses oleh konsumen lokal, khususnya warga sekitar, pelajar, dan pekerja. Berdasarkan hasil observasi, Bakso Malang Mas Joko memiliki diferensiasi produk melalui cita rasa kuah kaldu yang gurih dan konsisten, pilihan isian bakso yang beragam, serta porsi yang relatif mengenyangkan dengan harga terjangkau.

Strategi pemasaran Bakso Malang Mas Joko juga sejalan dengan tujuan observasi yang menitikberatkan pada analisis bauran pemasaran (4P). Usaha ini mengombinasikan penjualan secara offline melalui warung makan dengan pemanfaatan layanan pesan antar dan media digital. Konsumen yang datang langsung mendapatkan pengalaman makan di tempat dengan pelayanan yang ramah, sementara konsumen yang tidak sempat datang tetap dapat memesan melalui aplikasi atau media komunikasi daring. Kombinasi saluran pemasaran ini membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kemudahan akses bagi konsumen.

Dari sisi harga, Bakso Malang Mas Joko menetapkan harga yang kompetitif dan sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan. Strategi ini membuat usaha tetap mampu bersaing meskipun terdapat banyak alternatif produk substitusi di pasar. Konsistensi rasa, kebersihan, serta pelayanan yang stabil menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas pelanggan dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Namun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa Bakso Malang Mas Joko juga menghadapi sejumlah tantangan eksternal. Ketersediaan dan fluktuasi harga bahan baku seperti daging sapi, mie, dan bumbu menjadi faktor yang mempengaruhi biaya produksi. Selain itu, tingginya tingkat persaingan di usaha bakso menuntut pelaku usaha untuk terus menjaga kualitas dan melakukan inovasi agar tidak kehilangan pelanggan. Perubahan preferensi konsumen terhadap kebersihan tempat makan, variasi menu, serta kecepatan pelayanan juga menjadi tantangan yang harus dihadapi.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing, Bakso Malang Mas Joko perlu terus memperkuat kualitas produk dan pelayanan. Upaya seperti menambah variasi menu, meningkatkan kenyamanan tempat makan, memaksimalkan promosi melalui media sosial, serta menjaga konsistensi rasa dapat menjadi strategi jangka panjang yang efektif. Pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan efisiensi operasional juga penting agar usaha tetap mampu bersaing dalam pasar kuliner yang semakin kompetitif, sesuai dengan

tujuan dan manfaat observasi yang menekankan pemahaman strategi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap UMKM Bakso Malang Mas Joko di Kecamatan Kemiling, Bandar Lampung, dapat disimpulkan bahwa usaha bakso di wilayah tersebut berada dalam struktur pasar yang bersifat kompetitif. Hal ini ditunjukkan oleh banyaknya pelaku usaha sejenis yang menawarkan produk bakso dengan variasi rasa, harga, dan pelayanan yang beragam. Kondisi pasar yang kompetitif mendorong pelaku UMKM untuk terus melakukan diferensiasi produk dan meningkatkan kualitas layanan agar mampu bertahan dan bersaing.

Bakso Malang Mas Joko merupakan salah satu UMKM kuliner yang mampu mempertahankan eksistensinya melalui konsistensi kualitas produk, cita rasa kuah yang khas, serta variasi menu yang sesuai dengan selera konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan mencerminkan penerapan bauran pemasaran (4P), mulai dari penggunaan bahan baku berkualitas, penetapan harga yang terjangkau, lokasi usaha yang strategis, hingga pemanfaatan promosi melalui media sosial dan layanan pesan antar. Kombinasi strategi pemasaran offline dan online memberikan kemudahan akses bagi konsumen serta memperluas jangkauan pasar.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Observasi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan pada penulisan karya ilmiah di masa mendatang. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan kajian akademis maupun referensi praktis bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

LAMPIRAN

