



## Analisis Strategi Pengembangan UMKM Bakso Balungan Sa'pore Menggunakan Pendekatan Servo Analysis (SERVO) di Kabupaten Purbalingga

Farhan Ardiansyah<sup>1</sup>, Marwoto Hadi Susanto<sup>2</sup>, Retni Hareni<sup>3</sup>, Aoliya Riza<sup>4</sup>,  
Yoiz Shofwa Shafrani<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Universitas Islam Negeri, Jl. A. Yani No.40A, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia,  
53126

Penulis Korespondensi: [sharkgreen08@gmail.com](mailto:sharkgreen08@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the business development strategies of the Bakso Balungan Sa'pore MSME, located on Jl. Serma Salamun, Dusun V, Pekiringan, Karangmoncol District, Purbalingga Regency, Central Java, using the Servo Analysis (SERVO) approach. The method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through direct observation and interviews with the business owner. The results of the study indicate that this business has fairly good potential, with average daily sales reaching 150 portions; however, there remains a gap between the actual and ideal conditions, as the targeted sales of 200 portions per day have not yet been achieved. Additionally, limitations in utilizing social media as a promotional tool result in a narrow market reach. Based on the SERVO analysis, this business has strengths in the value aspect specifically, taste quality and affordable prices and is supported by family-based human resources; however, it still has weaknesses in the strategy and organization aspects, such as the absence of structured business planning and reliance on the business owner in the production process. Therefore, a development strategy is needed that includes the use of social media, the establishment of clear business targets, the development of market segmentation, and the improvement of operational systems to enhance business performance and competitiveness*

**Keywords:** *Servo Analysis; MSME; Business Strategy; Business Development; Meatballs.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada UMKM Bakso Balungan Sa'pore yang berlokasi di Jl. Serma Salamun, Dusun V, Pekiringan, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah, dengan menggunakan pendekatan Servo Analysis (SERVO). Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang cukup baik dengan rata-rata penjualan mencapai 150 porsi per hari, namun masih terdapat kesenjangan antara kondisi aktual dan kondisi ideal, di mana target penjualan yang diharapkan sebesar 200 porsi per hari belum tercapai. Selain itu, keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menyebabkan rendahnya jangkauan pasar. Berdasarkan analisis SERVO, usaha ini memiliki kekuatan pada aspek nilai, yaitu kualitas rasa dan harga yang terjangkau, serta didukung oleh sumber daya manusia berbasis keluarga, namun masih memiliki kelemahan pada aspek strategi dan organisasi, seperti belum adanya perencanaan usaha yang terstruktur serta ketergantungan terhadap pemilik usaha dalam proses produksi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan berupa pemanfaatan media sosial, penetapan target usaha yang jelas, pengembangan segmentasi pasar, serta peningkatan sistem operasional guna meningkatkan kinerja dan daya saing usaha.

**Kata kunci:** Servo Analysis; UMKM; Strategi Bisnis; Pengembangan Usaha; Bakso.

## 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Amalia, A., Solihatun, I., Farouki, M. I., Putri, N. S., Sutriawati, 2025). Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi nasional, tetapi juga sebagai sektor yang mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi. Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan pesat adalah usaha kuliner, yang ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha dan variasi produk yang ditawarkan (Khotijah & Irawati, 2023). Dalam konteks ini, usaha Bakso menjadi salah satu jenis usaha yang memiliki tingkat permintaan tinggi karena dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Namun, tingginya minat terhadap usaha kuliner juga diiringi dengan meningkatnya tingkat persaingan, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang (Hadita dkk., 2025).

UMKM Bakso Balungan Sa'pore merupakan salah satu usaha kuliner yang berlokasi di Kabupaten Purbalingga dan telah beroperasi sejak tahun 2018. Berdasarkan hasil observasi, usaha ini menunjukkan potensi yang cukup baik dengan rata-rata penjualan mencapai 150 porsi per hari. Meskipun demikian, terdapat kesenjangan antara kondisi aktual dengan kondisi ideal yang diharapkan oleh pemilik usaha, yaitu target penjualan sebesar 200 porsi per hari. Kesenjangan tersebut mengindikasikan bahwa potensi usaha belum dimanfaatkan secara optimal (Lie, 2015). Selain itu, keterbatasan dalam kegiatan promosi yang masih mengandalkan banner dan komunikasi dari mulut ke mulut menyebabkan rendahnya tingkat jangkauan pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha masih belum mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, khususnya pada segmen pasar yang diharapkan.

Di sisi lain, UMKM ini memiliki beberapa keunggulan yang dapat menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha, seperti kualitas rasa produk yang baik serta harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan. Nilai tersebut menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, terutama dalam usaha kuliner yang sangat bergantung pada kepuasan konsumen (Barus & Alam, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga yang sesuai memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap usaha kuliner. Namun, keunggulan tersebut belum sepenuhnya didukung oleh strategi usaha yang terarah dan terstruktur (Hadita dkk., 2025). Selain itu, keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi, khususnya dalam pemasaran digital, menjadi salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analisis yang mampu mengidentifikasi permasalahan secara menyeluruh serta memberikan solusi strategis yang tepat (Sopiyan, 2022). Pendekatan ini diharapkan tidak hanya mampu menggambarkan kondisi usaha saat ini, tetapi juga memberikan arah pengembangan usaha ke depan.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam menganalisis kondisi usaha adalah Servo Analysis (SERVO), yang merupakan alat analisis dalam manajemen strategi yang berfokus pada kesesuaian antara kondisi aktual dan kondisi yang diharapkan (Sumarsid dkk., 2023). Pendekatan ini mencakup lima komponen utama, yaitu Strategy, Environment, Resources, Values, dan Organization, yang saling berkaitan dalam menggambarkan kondisi usaha secara menyeluruh (Syahrudi dkk., 2022). Melalui analisis ini, dapat diidentifikasi kesenjangan (gap) yang terjadi pada masing-masing komponen, sehingga memudahkan dalam menentukan langkah strategis yang diperlukan. Penggunaan metode ini dinilai relevan karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif serta mudah diterapkan pada skala UMKM (Sumarsid dkk., 2023). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi usaha UMKM Bakso Balungan Sa'pore menggunakan pendekatan SERVO serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat guna meningkatkan kinerja dan daya saing usaha.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis kondisi usaha secara mendalam dan komprehensif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata di lapangan serta memberikan pemahaman yang lebih kontekstual terhadap objek penelitian (Sugiyono, 2019). Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan secara sistematis mengenai kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta potensi yang dimiliki (Moleong, 2018). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan antara kondisi aktual dengan kondisi yang diharapkan dalam pengelolaan usaha. Selain

itu, pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM Bakso Balungan Sa'pore yang berlokasi di Jl. Serma Salamun, Dusun V, Pekiringan, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Pemilihan objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa usaha ini memiliki potensi yang cukup baik namun masih menghadapi kendala dalam pengembangan usahanya, khususnya pada aspek strategi dan pemasaran. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha (Sugiyono, 2019). Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas operasional usaha, seperti proses produksi, pelayanan, serta kondisi lingkungan usaha. Sementara itu, wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait target usaha, kendala yang dihadapi, serta rencana pengembangan usaha ke depan (Moleong, 2018).

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Servo Analysis (SERVO), yang mencakup lima komponen utama, yaitu Strategy, Environment, Resources, Values, dan Organization (Lie, 2015). Analisis dilakukan dengan membandingkan kondisi aktual usaha dengan kondisi yang diharapkan pada masing-masing komponen. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesenjangan (gap) yang terjadi serta faktor-faktor yang mempengaruhinya (Syahrudi dkk., 2022). Hasil dari analisis tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi UMKM (Nurfi Ariadin, Kamila Zahra, Maesaroh Siti, 2025). Dengan demikian, metode penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga pada proses analisis yang menghasilkan rekomendasi strategis.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

UMKM Bakso Balungan Sa'pore merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang penjualan Bakso dan telah beroperasi sejak tahun 2018. Usaha ini berlokasi di Jl. Serma Salamun, Dusun V, Pekiringan, Kecamatan Karangmoncol, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Dalam operasionalnya, usaha ini dikelola oleh pemilik bersama anggota

keluarga dengan jumlah tenaga kerja sekitar 3–4 orang, yang memiliki pembagian tugas seperti kasir, pelayan, dan bagian produksi.

Berdasarkan hasil observasi, usaha ini memiliki potensi yang cukup baik dengan rata-rata penjualan mencapai 150 porsi per hari, bahkan dapat meningkat hingga 220 porsi pada momen tertentu. Lokasi usaha yang berada di pinggir jalan raya juga menjadi keunggulan dari sisi aksesibilitas dan visibilitas (Hadita dkk., 2025). Namun demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam meningkatkan jumlah pelanggan secara konsisten. Dari sisi pemasaran, usaha ini masih mengandalkan metode konvensional berupa banner dan komunikasi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Selain itu, terdapat ketidaksesuaian antara target pasar yang diharapkan, yaitu pelajar, dengan kondisi aktual pelanggan yang didominasi oleh masyarakat umum. Secara keseluruhan, usaha ini memiliki kekuatan pada kualitas produk dan harga yang terjangkau, namun masih menghadapi kendala pada aspek strategi dan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut menggunakan pendekatan Servo Analysis untuk mengidentifikasi kesenjangan serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat (Lie, 2015).

## B. Analisis Strategi (Strategy)

Tabel 1. Analisis Strategy

Aspek	Kondisi Aktual	Kondisi Awal	Gap
Target Penjualan	150 porsi/hari	200 porsi/hari	-50 porsi
Promosi	Banner & mulut ke mulut	Digital marketing aktif	Belum optimal
Pengembangan Usaha	Rencana cabang	Cabang terealisasi	Belum berjalan
Inovasi	Tidak ada inovasi baru	Inovasi menu/layanan	Kurang inovasi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Bakso Balungan Sa'pore telah memiliki arah pengembangan usaha yang cukup jelas, yaitu dengan rencana

membuka cabang baru sebagai bentuk ekspansi usaha. Rencana ini menunjukkan adanya orientasi pertumbuhan jangka panjang yang dimiliki oleh pemilik usaha, menunjukkan orientasi jangka panjang (Sumarsid dkk., 2023). Selain itu, terdapat keinginan untuk meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, yang mencerminkan adanya kesadaran terhadap pentingnya pemasaran digital . Namun, strategi tersebut belum dapat diimplementasikan secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi.

Di sisi lain, usaha ini belum memiliki perencanaan strategis yang terstruktur, khususnya dalam hal penetapan target usaha (Hadita dkk., 2025). Meskipun pemilik usaha menyatakan bahwa penjualan ideal yang diharapkan mencapai 200 porsi per hari, namun tidak terdapat target formal yang dijadikan acuan dalam operasional sehari-hari. Kondisi aktual menunjukkan bahwa rata-rata penjualan masih berada pada kisaran 150 porsi per hari, sehingga terdapat kesenjangan antara kondisi yang diharapkan dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi yang diterapkan masih bersifat informal dan belum terukur secara sistematis.

Selain itu, usaha ini juga belum melakukan inovasi produk maupun layanan secara signifikan, karena pemilik usaha merasa bahwa menu yang ada sudah cukup memenuhi kebutuhan pelanggan. kurangnya inovasi ini dapat menjadi kelemahan yang menghambat perkembangan usaha (Sumarsid dkk., 2023). Meskipun hal ini menunjukkan adanya kepercayaan terhadap kualitas produk, namun dalam konteks persaingan yang tinggi, kurangnya inovasi dapat menjadi kelemahan yang menghambat perkembangan usaha. Oleh karena itu, dari perspektif Servo Analysis, aspek strategi pada UMKM ini masih memerlukan penguatan, terutama dalam hal perencanaan yang lebih terstruktur, implementasi strategi pemasaran digital, serta pengembangan inovasi usaha (Lie, 2015).

### C. Analisis Lingkungan (Environment)

Tabel 2. Analisis Environment

Aspek	Kondisi Aktual	Kondisi Ideal	Gap
Persaingan	Banyak Kompetitor	Memiliki Keunggulan Kompetitif	Daya saing belum kuat
Lokasi	Strategis (pinggir jalan)	Menarik banyak Pelanggan	Belum optimal
Promosi	Terbatas	Jangkauan Luas	Awareness rendah
Segmentasi Pasar	Pekerja & Umum	Pelajar Dominan	Tidak sesuai target

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, UMKM Bakso Balungan Sa'pore berada dalam lingkungan usaha yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pelaku usaha yang menjual produk sejenis di sekitar lokasi usaha, sehingga menciptakan kondisi kompetitif yang cukup ketat. Beberapa pesaing bahkan memiliki tingkat keramaian yang lebih tinggi, yang menunjukkan bahwa mereka memiliki daya tarik tersendiri di mata konsumen. Kondisi ini menjadi tantangan bagi usaha untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah pelanggan (Syahrudi dkk., 2022). Dari sisi lokasi, usaha ini memiliki keunggulan karena berada di pinggir jalan raya yang cukup strategis, sehingga mudah dijangkau dan terlihat oleh pengguna jalan. Lokasi tersebut seharusnya dapat menjadi peluang untuk menarik pelanggan baru secara lebih luas. Namun, berdasarkan hasil wawancara, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan usaha ini, yang menunjukkan bahwa keunggulan lokasi belum dimanfaatkan secara optimal. Hal ini berkaitan erat dengan keterbatasan dalam kegiatan promosi yang masih bersifat konvensional (Sopiyan, 2022).

Selain itu, perilaku konsumen juga menjadi faktor penting dalam lingkungan usaha. Pelanggan saat ini didominasi oleh kalangan pekerja dan masyarakat umum, sementara target pasar yang diharapkan adalah pelajar. Ketidaksesuaian ini menunjukkan bahwa strategi dalam menjangkau segmen pasar belum berjalan secara efektif. Dari perspektif

Servo Analysis, kondisi lingkungan ini menunjukkan adanya peluang dari sisi lokasi dan permintaan pasar, namun juga terdapat ancaman berupa tingginya persaingan serta rendahnya tingkat kesadaran pasar terhadap usaha tersebut (Sumarsid dkk., 2023). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih adaptif terhadap kondisi lingkungan (Syahrudi dkk., 2022), agar usaha dapat meningkatkan daya saingnya.

#### D. Analisis Sumber Daya (Resources)

Tabel 3. Analisis Resources

Aspek	Kondisi Aktual	Kondisi Ideal	Gap
SDM	3 -4 orang (keluarga)	SDM cukup & terlatih	Terbatas
Kapasitas Produksi	150 – 220 porsi	Stabil $\geq$ 200 porsi	Belum konsisten
Peralatan	Cukup Memadai	Mendukung optimal	Sudah sesuai
Bahan Baku	Supplier tetap, Kualitas fluktuatif	Konsisten	Kualitas belum stabil

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang kegiatan produksi (Sumarsid dkk., 2023). Balungan Sa'pore memiliki sumber daya yang tergolong cukup memadai dalam mendukung kegiatan operasional usaha. Dari sisi sumber daya manusia, usaha ini dikelola oleh sekitar 3–4 orang yang merupakan anggota keluarga, dengan pembagian tugas yang cukup jelas, seperti kasir, pelayan, dan bagian produksi. Sistem kerja berbasis keluarga ini memberikan keuntungan dalam hal koordinasi dan komunikasi yang lebih mudah, sehingga operasional usaha dapat berjalan dengan lancar. Namun, keterbatasan jumlah tenaga kerja juga dapat menjadi kendala ketika terjadi peningkatan permintaan yang signifikan.

Dari sisi kapasitas produksi, kapasitas produksi menunjukkan potensi usaha, usaha ini menunjukkan potensi yang cukup baik (Hadita dkk., 2025), di mana rata-rata penjualan mencapai 150 porsi per hari dan dapat meningkat hingga 220 porsi pada momen tertentu seperti hari raya. Hal ini menunjukkan bahwa secara kemampuan produksi, usaha ini sebenarnya mampu untuk mencapai target penjualan yang lebih tinggi. Selain itu,

peralatan yang digunakan dalam operasional dinilai sudah cukup memadai untuk mendukung kegiatan produksi sehari-hari. Dengan demikian, dari aspek kapasitas dan fasilitas, usaha ini tidak mengalami kendala yang signifikan.

Namun demikian, kendala utama dalam aspek sumber daya terletak pada kualitas bahan baku, khususnya daging, yang tidak selalu konsisten. Meskipun usaha ini telah memiliki supplier tetap, variasi kualitas bahan baku tetap menjadi faktor yang dapat mempengaruhi cita rasa produk (Sumarsid dkk., 2023). Hal ini menjadi penting karena kualitas rasa merupakan salah satu nilai utama yang dijaga oleh usaha (Amelfdi & Ardyan, 2021). Dari perspektif Servo Analysis, kondisi ini menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki sudah cukup kuat (Lie, 2015), namun masih memerlukan peningkatan dalam pengendalian kualitas agar dapat menjaga konsistensi produk dan kepuasan pelanggan.

#### **E. Analisis Nilai (Value)**

UMKM Bakso Balungan Sa'pore memiliki nilai utama yang menjadi dasar dalam menjalankan usahanya, yaitu menjaga kualitas rasa dan harga yang terjangkau. Pemilik usaha menekankan bahwa kedua aspek tersebut merupakan faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam usaha kuliner, kualitas rasa menjadi elemen utama yang menentukan kepuasan konsumen, sedangkan harga yang terjangkau memberikan daya tarik bagi berbagai kalangan masyarakat. Kombinasi antara kualitas dan harga ini menjadi keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh usaha (Sumarsid dkk., 2023).

Selain itu, terdapat nilai kesederhanaan dan rasa syukur dalam menjalankan usaha, yang tercermin dari sikap pemilik yang merasa cukup dengan kondisi usaha saat ini. Nilai ini memberikan dampak positif dalam menjaga stabilitas usaha, karena pemilik cenderung fokus pada konsistensi kualitas dan pelayanan (Hadita dkk., 2025). Namun, di sisi lain, nilai tersebut juga dapat menjadi hambatan dalam pengembangan usaha apabila tidak diimbangi dengan orientasi pertumbuhan yang lebih progresif. Hal ini terlihat dari belum adanya dorongan yang kuat untuk melakukan inovasi atau ekspansi secara agresif.

Dari perspektif Servo Analysis, aspek values pada UMKM ini dapat dikategorikan sebagai kekuatan utama (Nurfi Ariadin, Kamila Zahra, Maesaroh Siti, 2025), karena

memiliki fondasi nilai yang jelas dan konsisten. Namun, nilai tersebut perlu diarahkan agar tidak hanya berfokus pada keberlangsungan usaha, tetapi juga mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara menjaga nilai yang ada dengan membangun mindset pengembangan usaha yang lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi.

## **F. Analisis Organisasi (Organization)**

Bakso Balungan Sa'pore masih bersifat sederhana dan berbasis keluarga. Seluruh kegiatan operasional dijalankan oleh anggota keluarga dengan pembagian tugas yang cukup jelas, seperti kasir, pelayan, dan bagian produksi. Sistem ini memberikan keunggulan dalam hal komunikasi dan koordinasi yang lebih cepat, karena adanya kedekatan antar anggota (Sumarsid dkk., 2023). Selain itu, pengambilan keputusan dilakukan secara musyawarah, sehingga setiap anggota memiliki peran dalam menentukan arah usaha. Kondisi ini mencerminkan adanya kekompakan dalam menjalankan usaha sehari-hari.

Namun demikian, terdapat ketergantungan yang cukup tinggi terhadap pemilik usaha, khususnya dalam proses produksi hingga tahap akhir sebelum produk siap disajikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua anggota memiliki kemampuan yang sama dalam menjalankan seluruh proses operasional (Syahrudi dkk., 2022). Ketergantungan ini berpotensi menjadi kendala apabila pemilik tidak dapat menjalankan usahanya secara langsung, terutama dalam jangka panjang. Selain itu, kondisi ini juga dapat menghambat rencana pengembangan usaha, seperti pembukaan cabang baru, karena keterbatasan sumber daya yang mampu mengelola usaha secara mandiri.

Dari perspektif Servo Analysis, aspek organisasi pada UMKM ini memiliki kekuatan pada struktur yang sederhana dan fleksibel, namun masih memiliki kelemahan pada sistem manajemen yang belum terstandarisasi. Tidak adanya sistem operasional yang terdokumentasi serta belum adanya pelatihan khusus bagi tenaga kerja menjadi faktor yang perlu diperhatikan (Amalia, A., Solihatun, I., Farouki, M. I., Putri, N. S., Sutriawati, 2025). Oleh karena itu, diperlukan penguatan pada aspek organisasi melalui pembagian tugas yang lebih profesional, pelatihan sumber daya manusia, serta penyusunan standar operasional prosedur (SOP) untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha (Hadita dkk., 2025).

## G. Analisis Gap

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan Servo Analysis, terdapat beberapa kesenjangan antara kondisi aktual dengan kondisi ideal pada UMKM Bakso Balungan Sa'pore. Kesenjangan ini muncul pada berbagai komponen, mulai dari aspek strategi, lingkungan, sumber daya, nilai, hingga organisasi (Lie, 2015). Secara umum, usaha ini telah berjalan dengan baik dari sisi operasional, namun belum didukung oleh perencanaan strategis yang terstruktur. Hal ini menyebabkan potensi usaha yang dimiliki belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, identifikasi gap menjadi penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat.

Tabel 4. Ringkasan Analisis Gap

<b>Komponen</b>	<b>Kondisi Aktual</b>	<b>Kondisi Ideal</b>	<b>Gap</b>
Strategy	Tidak ada target yang jelas, Promosi terbatas	Target terukur & Strategi aktif	Belum terstruktur
Environment	Banyak pesaing, Awareness rendah	Awareness tinggi & Positioning kuat	Kurang dikenal
Resources	SDM terbatas, Kualitas bahan fluktuatif	SDM cukup & kualitas stabil	Belum optimal
Values	Fokus stabilitas	Growth + Inovasi	Kurang berkembang
Organization	Tergantung owner, tanpa SOP	Mandiri & Sistematis	Belum profesional

Pada aspek strategi, kesenjangan terlihat dari belum adanya target usaha yang jelas dan terukur. Meskipun pemilik usaha memiliki harapan untuk mencapai penjualan sebesar 200 porsi per hari, namun realisasi penjualan masih berada pada kisaran 150 porsi per hari. Selain itu, rencana pengembangan usaha seperti pembukaan cabang dan pemanfaatan media sosial belum terealisasi secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi yang dimiliki masih bersifat informal dan belum diimplementasikan secara maksimal (Hadita dkk., 2025).

Pada aspek lingkungan, kesenjangan terjadi karena tingginya tingkat persaingan yang tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang efektif. Meskipun lokasi usaha tergolong strategis, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan usaha ini. Selain itu, terdapat ketidaksesuaian antara target pasar yang diharapkan, yaitu pelajar, dengan kondisi aktual pelanggan yang didominasi oleh masyarakat umum. Hal ini menunjukkan bahwa usaha belum mampu memanfaatkan peluang pasar secara optimal (Syahrudi dkk., 2022).

Pada aspek sumber daya, kesenjangan terlihat pada kualitas bahan baku yang belum konsisten serta keterbatasan jumlah tenaga kerja. Meskipun kapasitas produksi dan peralatan sudah cukup memadai, namun fluktuasi kualitas bahan baku dapat mempengaruhi kualitas produk (Nurfi Ariadin, Kamila Zahra, Maesaroh Siti, 2025). Selain itu, jumlah tenaga kerja yang terbatas juga berpotensi menghambat peningkatan kapasitas produksi secara berkelanjutan.

Pada aspek nilai, kesenjangan terletak pada kurangnya orientasi terhadap pengembangan usaha. Nilai yang dianut oleh pemilik usaha lebih berfokus pada stabilitas dan rasa syukur terhadap kondisi saat ini, sehingga belum mendorong adanya inovasi atau ekspansi usaha secara aktif. Meskipun nilai tersebut memberikan dampak positif dalam menjaga konsistensi usaha, namun dalam jangka panjang dapat menjadi penghambat pertumbuhan usaha (Hadita dkk., 2025).

Pada aspek organisasi, kesenjangan terlihat dari tingginya ketergantungan terhadap pemilik usaha dalam menjalankan operasional, khususnya pada proses produksi. Selain itu, belum adanya sistem manajemen yang terstandarisasi, seperti Standar Operasional Prosedur (SOP), juga menjadi kelemahan dalam pengelolaan usaha. Kondisi ini berpotensi menghambat pengembangan usaha, terutama dalam rencana pembukaan cabang baru (Syahrudi dkk., 2022).

## **H. Rekomendasi Dan strategi**

Berdasarkan hasil analisis kesenjangan menggunakan pendekatan Servo Analysis, diperlukan beberapa strategi yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja UMKM Bakso Balungan Sa'pore. Rekomendasi strategi ini disusun dengan mempertimbangkan kondisi aktual usaha serta potensi yang dimiliki, sehingga diharapkan dapat menjadi solusi yang realistis dan aplikatif. Strategi yang dirumuskan tidak hanya berfokus pada peningkatan

penjualan, tetapi juga pada penguatan aspek internal dan eksternal usaha. Dengan demikian, strategi yang dihasilkan diharapkan mampu mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Berikut merupakan beberapa rekomendasi strategi yang dapat diterapkan.

### ***Strategi Pertama***

Penguatan pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial (Sopiyan, 2022). Usaha dapat mulai menggunakan platform seperti Instagram dan WhatsApp Business untuk mempromosikan produk secara lebih luas. Konten yang dibuat dapat berupa foto produk, testimoni pelanggan, serta informasi lokasi usaha. Selain itu, keterlibatan anggota keluarga dalam pengelolaan media sosial dapat menjadi solusi atas keterbatasan pengetahuan teknologi. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan awareness serta menjangkau segmen pasar yang lebih luas, khususnya kalangan pelajar.

### ***Strategi Ke-dua Pertama***

Strategi kedua adalah penetapan target usaha yang lebih jelas dan terukur. Pemilik usaha perlu menetapkan target penjualan harian, misalnya 200 porsi per hari, sebagai acuan dalam operasional. Dengan adanya target yang jelas, pelaku usaha dapat melakukan evaluasi secara berkala terhadap kinerja usaha (Sumarsid dkk., 2023). Selain itu, target tersebut juga dapat menjadi motivasi dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha. Penetapan target ini menjadi penting untuk mengurangi kesenjangan antara kondisi aktual dan kondisi yang diharapkan.

### ***Strategi Ke-tiga***

Strategi ketiga adalah pengembangan pasar dengan fokus pada segmen pelajar. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan promo khusus, seperti paket hemat atau diskon bagi pelajar. Selain itu, strategi ini juga dapat didukung dengan pemasangan banner yang lebih menarik di sekitar lokasi usaha atau area yang dekat dengan sekolah. Dengan demikian, usaha dapat lebih efektif dalam menjangkau target pasar yang diinginkan. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan secara signifikan (Hadita dkk., 2025).

### ***Strategi Ke-empat***

Strategi keempat adalah penguatan sistem operasional melalui pelatihan tenaga kerja dan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP). Pelatihan diperlukan agar tenaga kerja lain dapat menguasai proses produksi secara menyeluruh, sehingga tidak terjadi ketergantungan yang tinggi terhadap pemilik usaha (Nurfi Ariadin, Kamila Zahra, Maesaroh Siti, 2025). Selain itu, penyusunan SOP juga penting untuk menjaga

konsistensi kualitas produk dan pelayanan. Strategi ini menjadi kunci dalam mendukung rencana pengembangan usaha, terutama dalam pembukaan cabang baru.

#### ***Strategi Ke-lima***

Strategi kelima adalah peningkatan pengendalian kualitas bahan baku. Meskipun usaha telah memiliki supplier tetap, perlu dilakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap kualitas bahan baku yang digunakan. Pemilik usaha dapat menetapkan standar kualitas bahan sebagai acuan dalam proses pembelian. Selain itu, dapat dipertimbangkan untuk memiliki alternatif supplier guna menjaga kestabilan kualitas bahan baku. Strategi ini bertujuan untuk menjaga konsistensi rasa produk yang menjadi nilai utama usaha (Syahrudi dkk., 2022).

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian pada UMKM Bakso Balungan Sa'pore dengan pendekatan Servo Analysis, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki potensi yang cukup baik, namun belum sepenuhnya optimal dalam aspek strategis. Hal ini terlihat dari adanya kesenjangan antara target penjualan sebesar 200 porsi per hari dengan realisasi yang masih berada pada kisaran 150 porsi per hari. Selain itu, keterbatasan dalam promosi serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi menjadi faktor utama yang mempengaruhi kinerja usaha. Dari hasil analisis SERVO, usaha ini memiliki kekuatan pada kualitas produk dan harga yang terjangkau, serta didukung oleh sumber daya keluarga yang solid. Namun, masih terdapat kelemahan pada aspek strategi dan organisasi, seperti belum adanya perencanaan usaha yang terstruktur serta tingginya ketergantungan terhadap pemilik usaha. Selain itu, faktor eksternal seperti tingginya persaingan dan rendahnya awareness masyarakat juga menjadi tantangan bagi pengembangan usaha.

Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang meliputi pemanfaatan media sosial, penetapan target usaha yang jelas, pengembangan segmentasi pasar, penguatan sistem operasional, serta peningkatan kualitas bahan baku. Dengan penerapan strategi tersebut, diharapkan usaha dapat meningkatkan kinerja dan daya saing secara berkelanjutan.

## DAFTAR REFERENSI

- Amalia, A., Solihatun, I., Farouki, M. I., Putri, N. S., & Sutriawati. (2025). Analisis strategi pengelolaan biaya operasional dalam peningkatan efisiensi (BOPO) pada KSPPS Zam-Zam Barokah Cilongok pendekatan SERVO Analysis. *Journal Sains Student Research*, 3(6), 588–598. <https://doi.org/10.61722/JSSR.V3I6.6756>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/JP.V5I6.1825>
- Ariadin, N., Zahra, K., Maesaroh, S., & Shofwa Shafrani, Y. (2025). Evaluasi strategi terhadap kinerja KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera menggunakan metode SERVO Analysis. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(4), 34–46.
- Barus, P. R., & Alam, I. A. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga atas kenyamanan pelanggan UMKM kuliner (Studi kasus pada Panca Rasa di Natar Lampung Selatan Provinsi Lampung). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 14(1), 42–51. <https://doi.org/10.30606/CANO.V14I01.3714>
- Hadita, S., Suroso, S., Yunita, T., Sari, P. N., Nurbaiti, B., Husadha, C., Andrian, A., Saing, B., & Malikhah, A. (2025). Manajemen strategik: Implementasi strategis pada perusahaan. *Media Kunkun Nusantara*, 30(1), 11–24. <https://doi.org/10.2307/41165263>
- Khotijah, S., & Irawati, A. (2023). Strategi pengembangan ekonomi kreatif pada kegiatan usaha kuliner UMKM di Kota Sampang. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 14(6). <https://doi.org/10.59188/COVALUE.V14I6.3863>
- Lie, V. C., & Indriyani, R. (2015). Analisis evaluasi strategi dengan metode SERVO Analysis (Studi kasus pada PT. Aneka Cipta Total Solusindo). *Agora*, 3(2), 381–385. <https://www.neliti.com/publications/36414/>
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh digital marketing dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Sumarsid, S. E., Eka, M. M., Asti, G., Rinda, M. M., Pangestuti, S., Astuti, Y., & Tartiani, T. (2023). Manajemen strategi. Mitra Wacana Media.
- Syahrudi, S., Ariwibowo, P., & Wahbi, A. A. (2022). Evaluasi strategi SERVO Analysis terhadap kinerja CV. Rafiza Chicken Indonesia. *Sosio E-Kons*, 14(1), 1–20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.11599>