

ANALISIS PENGARUH MANAJEMEN DAN PEMASARAN TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA KULINER BAKSO MAS HADI

Desy Anggraini Siregar¹, Fairuzzalfa², Nadira Izlyn Pangestu Matondang ³,
Nazwan Akbar⁴, Zainarti⁵

¹²³⁴⁵Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

1desyasiregar33@gmail.com, 2fairuzzalfa47@gmail.com 3nadiramtd55@gmail.com
4nazwanakbar367@gmail.com 5zainartimm60@gmail.com

Abstrak

Usaha kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang dan memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mampu menerapkan manajemen dan pemasaran yang baik agar usaha dapat bertahan dan mengalami pertumbuhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen dan pemasaran terhadap pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen yang meliputi pengelolaan operasional, keuangan, dan bahan baku secara sederhana namun terstruktur mampu meningkatkan efisiensi usaha. Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan, seperti menjaga kualitas produk, pelayanan yang baik, serta promosi dari mulut ke mulut dan media sosial, memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan jumlah pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen dan pemasaran memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi.

Kata kunci: Manajemen, Pemasaran, Pertumbuhan Usaha, Usaha Kuliner

Abstract

The culinary business is one of the business sectors that continues to grow and faces a high level of competition. Therefore, business owners are required to implement effective management and marketing strategies to ensure business sustainability and growth. This study aims to analyze the influence of management and marketing on the growth of Bakso Mas Hadi, a small-scale culinary business. The research employs a descriptive qualitative method with data collected through direct observation and interviews with the business owner. The results show that the implementation of structured management practices, including operational, financial, and raw material management, contributes to improved business efficiency. Furthermore, marketing strategies such as maintaining product quality, providing good customer service, and utilizing word-of-mouth promotion and social media have a positive impact on increasing sales and customer numbers. In conclusion, management and marketing play a significant role in supporting the growth of Bakso Mas Hadi's culinary business.

Keywords: Management, Marketing, Business Growth, Culinary Business

Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 1607

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha dan kegiatan ekonomi merupakan bagian dari kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan dari ajaran Islam. Islam mendorong umatnya untuk bekerja, berusaha, dan mengelola usaha secara sungguh-sungguh serta bertanggung jawab. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 105 yang berbunyi,

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ١٠٥

Terjemahan: “Dan katakanlah: Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin.” Ayat tersebut menunjukkan bahwa bekerja dan berusaha merupakan aktivitas yang bernilai ibadah apabila dilakukan dengan cara yang baik dan benar.

Seiring dengan perkembangan zaman, usaha kuliner menjadi salah satu sektor usaha yang berkembang pesat di Indonesia. Usaha kuliner tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana untuk mencari rezeki yang halal serta menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satu jenis usaha kuliner yang banyak diminati oleh masyarakat adalah usaha bakso, karena memiliki cita rasa yang khas, harga yang terjangkau, serta mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Dalam menjalankan suatu usaha, Islam juga mengajarkan pentingnya perencanaan dan pengelolaan yang baik. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Surah Al-Hasyr ayat 18 yang menyatakan bahwa setiap manusia hendaknya memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok. Ayat ini mengandung makna bahwa setiap kegiatan, termasuk kegiatan usaha, harus direncanakan dan dikelola dengan baik agar dapat memberikan hasil yang optimal. Oleh karena itu, penerapan manajemen yang baik sangat diperlukan dalam menjalankan usaha kuliner agar kegiatan operasional dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Selain manajemen, pemasaran juga memiliki peranan penting dalam keberhasilan usaha. Islam mengajarkan kejujuran dan etika dalam berdagang, sebagaimana disebutkan dalam Surah Al-Muthaffifin ayat 1-3 yang melarang perbuatan curang dalam jual beli. Prinsip kejujuran dan pelayanan yang baik kepada konsumen menjadi dasar dalam kegiatan pemasaran agar tercipta kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, usaha diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan.

Bakso Mas Hadi merupakan salah satu usaha kuliner skala kecil yang bergerak di bidang makanan tradisional. Usaha ini dijalankan dengan manajemen dan pemasaran yang relatif sederhana, namun tetap berupaya menerapkan prinsip kejujuran, kualitas produk, dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Keberlangsungan usaha Bakso Mas Hadi di tengah persaingan menunjukkan bahwa penerapan manajemen dan pemasaran yang selaras dengan nilai-nilai Islam dapat memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh manajemen dan pemasaran terhadap pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan manajemen dan pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga usaha dapat berkembang secara berkelanjutan dan membawa keberkahan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Menurut Handoko (2014), manajemen berperan penting dalam mengatur dan mengoordinasikan berbagai kegiatan usaha agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam konteks usaha kuliner skala kecil, manajemen mencakup pengelolaan operasional, keuangan, serta sumber daya manusia. Penerapan manajemen yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi, menjaga kualitas produk, dan mengendalikan biaya operasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam pengaruh manajemen dan pemasaran terhadap pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah usaha kuliner Bakso Mas Hadi yang bergerak di bidang makanan tradisional. Subjek penelitian adalah pemilik usaha Bakso Mas Hadi yang berperan langsung dalam pengelolaan manajemen dan pemasaran usaha tersebut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas operasional usaha, seperti proses produksi, pelayanan kepada konsumen, serta pengelolaan usaha sehari-hari. Sementara itu, wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan manajemen, strategi pemasaran, serta perkembangan usaha Bakso Mas Hadi.

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal, dan referensi lain yang relevan dengan topik manajemen, pemasaran, dan pertumbuhan usaha. Data ini digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat analisis dan pembahasan penelitian.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengelompokkan, mengolah, dan menafsirkan data yang telah diperoleh. Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui hubungan antara penerapan manajemen dan pemasaran dengan pertumbuhan usaha Bakso Mas Hadi. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian naratif agar mudah dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Usaha Bakso Mas Hadi

Bakso Mas Hadi merupakan usaha kuliner skala kecil yang bergerak di bidang makanan tradisional. Usaha ini dijalankan secara mandiri oleh pemilik dengan sistem pengelolaan yang sederhana. Bakso Mas Hadi menawarkan produk utama berupa bakso dengan cita rasa khas yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Dalam menjalankan usahanya, pemilik berupaya menjaga kualitas bahan baku dan rasa agar tetap konsisten sehingga pelanggan merasa puas.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, manajemen yang diterapkan pada usaha Bakso Mas Hadi tergolong sederhana namun cukup efektif. Pemilik usaha melakukan pengelolaan bahan baku dengan memperhatikan kualitas dan jumlah yang dibutuhkan setiap hari agar tidak terjadi pemborosan. Selain itu, pembagian waktu kerja dan proses produksi dilakukan secara teratur sehingga kegiatan operasional dapat berjalan dengan lancar.

Pengelolaan keuangan juga dilakukan secara sederhana melalui pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian. Meskipun belum menggunakan sistem pembukuan yang formal, pencatatan ini membantu pemilik usaha dalam mengetahui kondisi keuangan dan perkembangan usaha. Manajemen yang diterapkan tersebut memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha, seperti terkontrolnya biaya operasional dan terjaganya kualitas produk, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan usaha.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bakso Mas Hadi masih bersifat sederhana dan lebih mengandalkan kepuasan pelanggan. Pemilik usaha berfokus pada pelayanan yang ramah, penyajian yang baik, serta menjaga cita rasa produk. Kepuasan pelanggan tersebut mendorong terjadinya promosi dari mulut ke mulut yang cukup efektif dalam menarik pelanggan baru.

Selain itu, pemilik usaha juga mulai memanfaatkan media sosial secara sederhana sebagai sarana promosi. Informasi mengenai produk dan lokasi usaha dibagikan melalui media sosial sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Strategi pemasaran ini berdampak pada meningkatnya jumlah pelanggan serta penjualan, yang menunjukkan adanya pertumbuhan usaha.

Pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh manajemen dan pemasaran terhadap pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Manajemen dan pemasaran merupakan dua aspek penting yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam menjalankan suatu usaha, khususnya usaha kuliner skala kecil.

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan manajemen pada usaha Bakso Mas Hadi meskipun masih bersifat sederhana, namun telah mampu mendukung kelancaran operasional usaha. Pengelolaan bahan baku yang terencana membantu pemilik usaha dalam menjaga kualitas produk dan menghindari pemborosan. Selain itu, pencatatan keuangan sederhana yang dilakukan secara rutin memberikan gambaran mengenai kondisi keuangan usaha. Hal ini sejalan dengan teori manajemen yang menyatakan bahwa pengelolaan sumber daya yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan keberlangsungan usaha.

Dari sisi pemasaran, strategi yang diterapkan Bakso Mas Hadi lebih menekankan pada kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan yang baik. Pendekatan ini terbukti efektif karena mampu mendorong promosi dari mulut ke mulut yang memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan. Pemanfaatan media sosial secara sederhana juga membantu memperluas jangkauan pemasaran. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen dan pemasaran yang diterapkan secara konsisten, meskipun dengan cara yang sederhana, tetap mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha. Pertumbuhan usaha Bakso Mas Hadi terlihat dari meningkatnya jumlah pelanggan dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa usaha kuliner skala kecil dapat berkembang apabila mampu menerapkan manajemen dan pemasaran secara efektif dan berkelanjutan.

B. Pengaruh Manajemen terhadap Pertumbuhan Usaha

Manajemen memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan usaha Bakso Mas Hadi. Pengelolaan operasional yang teratur membantu usaha dalam menjaga kualitas produk serta meningkatkan efisiensi kerja. Penerapan perencanaan sederhana terkait kebutuhan bahan baku dan jadwal produksi membuat kegiatan usaha lebih terkontrol.

Selain itu, pengelolaan keuangan dilakukan melalui pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian. Walaupun pencatatan ini masih sederhana dan belum menggunakan sistem pembukuan formal, langkah tersebut membantu pemilik usaha dalam memantau kondisi keuangan dan mengetahui perkembangan usaha. Dengan manajemen yang teratur, biaya operasional dapat dikendalikan sehingga keuntungan usaha dapat dimaksimalkan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen yang baik, meskipun sederhana, memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha.

C. Pengaruh Pemasaran terhadap Pertumbuhan Usaha

Pemasaran juga berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha Bakso Mas Hadi. Strategi pemasaran yang diterapkan lebih menekankan pada kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan pelayanan yang baik. Cita rasa bakso yang konsisten, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah menjadi faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan tersebut mendorong terjadinya promosi dari mulut ke mulut yang efektif dalam menarik pelanggan baru. Selain itu, pemilik usaha mulai memanfaatkan media sosial secara sederhana untuk memperkenalkan produk dan lokasi usaha. Meskipun masih terbatas, penggunaan media sosial membantu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan jumlah pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan usaha.

D. Pembahasan yang Dikaitkan dengan Teori

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori manajemen yang menyatakan bahwa manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien. Penerapan manajemen pada usaha Bakso Mas Hadi telah mencerminkan fungsi-fungsi tersebut, meskipun dilakukan secara sederhana.

Selain itu, temuan penelitian ini juga sesuai dengan teori pemasaran yang menekankan pentingnya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Strategi pemasaran yang berfokus pada kualitas produk dan pelayanan yang baik mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pasar. Dengan demikian, manajemen dan pemasaran yang diterapkan secara konsisten terbukti berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen dan pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha kuliner Bakso Mas Hadi. Penerapan manajemen yang meskipun masih sederhana, namun dilakukan secara teratur dan konsisten, mampu membantu kelancaran operasional usaha, mengendalikan biaya, serta menjaga kualitas produk. Hal ini berdampak positif terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha.

Selain itu, strategi pemasaran yang berfokus pada kualitas produk, pelayanan yang baik, serta kepuasan pelanggan terbukti mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan. Promosi dari mulut ke mulut dan pemanfaatan media sosial secara sederhana menjadi sarana pemasaran

yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pemasaran memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan usaha Bakso Mas Hadi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen dan pemasaran yang diterapkan secara konsisten dapat mendorong pertumbuhan usaha kuliner skala kecil. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan manajemen dan pemasaran agar usahanya dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, I. (2023). *PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA BAKSO MAS TOHIR SANUR (Studi Kasus di Bakso Mas Tohir Sanur Jl. Sanur, Jotosanur, Kec. Tikung, Kabupaten Lamongan)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN).
- Pratiwi, D. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN MAS UNTUNG MALILI KAB. LUWU TIMUR* (Doctoral dissertation, IAIN Palopo).
- Aisyah, N., Subhan, E. S., & Ramadhan, R. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Bakso Mawar di Kabupaten Dompu. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1).
- ADVENTINA, G. (2020). *ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PENGUSAHA TAHU BAKSO MAS HADI DI KABUPATEN SEMARANG* (Doctoral dissertation, UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG).
- UTAMI, W. ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA WARUNG BAKSO DAN SOTO SAMI ASIH PAK BIRIN PURWOKERTO.
- Agustin, D., Ismanto, B., & Sitorus, D. S. (2021). Penyusunan dan Pelaksanaan Anggaran dalam Konteks Pengembangan Usaha (Studi pada Bakso dan Mie Ayam Mas Hadi" Asli Solo"). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 35-45.
- Faraby, M. E. (2024). Strategi Pemasaran Depot Bakso Pak Rin Sidoarjo Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Syariah Marketing Mix. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(01), 13-20.
- Fauziyah, H. (2023). *PENGUKURAN BEBAN KERJA DAN PENENTUAN JUMLAH TENAGA KERJA MENGGUNAKAN METODE WORK LOAD ANALYSIS (WLA)(Studi Kasus: UMKM TAHU BAKSO MAS HADI UNGARAN)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG).

LAMPIRAN

