Mekar: Jurnal Dinamika Manajemen dan Akuntansi Modern
Volume: 1, Nomor: 2, (2026), Juni: 662 - 669
Website: https://ejournal.ojs-lppm.com/index.php/Mekar/article/view/306
E-ISSN: 3124-890X

STRATEGI UMKM MEMANFAATKAN AKTIVITAS OLAHRAGA DALAM MENINGKATKAN EKONOMI UMKM DI SEKITAR STADION KAHARUDDIN NASUTION, KECAMATAN RUMBAI PESISIR, KOTA PEKANBARU

Aulya Ramadhani [1], Zhahira Natasya [2], Elly Nielwaty [3]
Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Lancang Kuning, Indonesia [1,2,3]
Corresponding Author: *aulyaramadhani2424@gmail.com[1*]*, *zahiranatasya3005@gmail.com[2]*, *nielwaty@gmail.com[3]*

Info Artikel
Received: *03 Juni 2026*
Revised : *09 Juni 2026*
Accepted: *18 Juni 2026*
Published: *30 Juni 2026*

Keywords: *MSME strategy, exercise activities, economic improvement, Kaharuddin Nasution Stadium.*

Abstract
Morning exercise activities at Kaharuddin Nasution Stadium have become one of the activities frequently attended by the community and have created economic opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the surrounding area. The large number of visitors provides opportunities for MSME actors to develop their businesses and increase their income. This study aims to determine the strategies used by MSMEs in utilizing morning exercise activities to improve their business economy around Kaharuddin Nasution Stadium, Rumbai Pesisir District, Pekanbaru City. The theory used in this study is the strategy theory proposed by Freddy Rangkuti, which emphasizes the importance of strategy in achieving business goals by utilizing available opportunities. This study employed a descriptive qualitative method with data collection techniques consisting of observation, interviews, and documentation. The results show that MSME actors implement various strategies in running their businesses, including location strategy, product strategy, service strategy, promotion strategy, and customer retention strategy. These strategies are applied to attract visitors, increase the number of customers, and maintain business sustainability. Morning exercise activities have a positive impact on business development and the income of MSME actors. Therefore, the strategies implemented by MSMEs enable them to utilize morning exercise activities as an economic opportunity that supports business growth and economic improvement.

Kata Kunci*:* strategi UMKM, aktivitas olahraga, peningkatan ekonomi, Stadion Kaharuddin Nasution.

Abstrak
Aktivitas olahraga pagi di Stadion Kaharuddin Nasution menjadi salah satu kegiatan yang ramai diikuti masyarakat dan menciptakan peluang ekonomi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sekitarnya. Keramaian pengunjung memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan UMKM dalam memanfaatkan aktivitas olahraga pagi untuk meningkatkan ekonomi usaha di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi menurut Freddy Rangkuti yang menekankan pentingnya strategi dalam mencapai tujuan usaha melalui pemanfaatan peluang yang tersedia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif

dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM menerapkan berbagai strategi dalam menjalankan usahanya, yaitu strategi lokasi, strategi produk, strategi pelayanan, strategi promosi, dan strategi mempertahankan pelanggan. Strategi tersebut dilakukan untuk menarik minat pengunjung, meningkatkan jumlah pembeli, serta mempertahankan keberlangsungan usaha. Aktivitas olahraga pagi memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha dan peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Dengan demikian, strategi yang diterapkan pelaku UMKM mampu memanfaatkan aktivitas olahraga pagi sebagai peluang ekonomi yang mendukung peningkatan ekonomi usaha.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Multidisipliner

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Dalam berbagai kondisi ekonomi, UMKM mampu bertahan dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu terus didukung agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan UMKM tidak terlepas dari kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan sekitar. Salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan adalah aktivitas masyarakat yang berlangsung di ruang publik. Keramaian yang muncul akibat aktivitas masyarakat dapat menciptakan peluang usaha bagi pelaku UMKM untuk menawarkan berbagai produk dan jasa. Semakin tinggi tingkat kunjungan masyarakat pada suatu lokasi, maka semakin besar pula peluang ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha.

Stadion Kaharuddin Nasution yang terletak di Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru merupakan salah satu fasilitas olahraga yang ramai dikunjungi masyarakat, terutama pada pagi hari. Berbagai aktivitas olahraga seperti jogging, senam, berjalan santai, dan bersepeda dilakukan secara rutin oleh masyarakat di kawasan stadion. Tingginya jumlah pengunjung menjadikan kawasan tersebut sebagai salah satu pusat aktivitas masyarakat yang memiliki potensi ekonomi bagi pelaku UMKM.

Keberadaan aktivitas olahraga pagi dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk menjalankan berbagai jenis usaha. Beragam produk seperti makanan, minuman, dan kebutuhan lainnya dijual kepada masyarakat yang beraktivitas di sekitar stadion. Kondisi tersebut menciptakan hubungan yang

saling menguntungkan antara pengunjung dan pelaku UMKM. Pengunjung memperoleh kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka, sementara pelaku usaha memperoleh kesempatan untuk meningkatkan pendapatan.

Namun, tingginya jumlah pelaku usaha yang berjualan di sekitar stadion juga menimbulkan persaingan usaha yang cukup ketat. Pelaku UMKM tidak hanya dituntut untuk memanfaatkan keramaian pengunjung, tetapi juga harus memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Strategi tersebut meliputi pemilihan lokasi usaha, penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, pelayanan yang baik, promosi usaha, serta upaya mempertahankan pelanggan.

Menurut Freddy Rangkuti, strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dengan memanfaatkan peluang yang ada serta menghadapi berbagai tantangan yang muncul. Dalam konteks UMKM, strategi menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha. Pelaku UMKM yang mampu menerapkan strategi yang tepat akan lebih mudah meningkatkan pendapatan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Berdasarkan hasil observasi awal di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution, diketahui bahwa aktivitas olahraga pagi memberikan peluang ekonomi yang cukup besar bagi pelaku UMKM. Namun, setiap pelaku usaha memiliki cara yang berbeda dalam memanfaatkan peluang tersebut. Perbedaan strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM menjadi hal yang menarik untuk diteliti guna mengetahui bagaimana strategi tersebut berperan dalam meningkatkan ekonomi usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi UMKM dalam memanfaatkan aktivitas olahraga pagi untuk meningkatkan ekonomi usaha di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi yang dilakukan pelaku UMKM dalam memanfaatkan aktivitas olahraga pagi untuk meningkatkan ekonomi usaha di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang menjalankan usaha di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution dan secara langsung memanfaatkan aktivitas olahraga pagi sebagai peluang usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Lokasi

Pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), terutama yang bergerak di bidang kuliner atau penjualan harian. Berdasarkan hasil pengamatan, para pedagang di sekitar kawasan Stadion Kaharuddin Nasution, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru, memilih lokasi tersebut karena memiliki tingkat keramaian yang tinggi pada waktu-waktu tertentu, khususnya saat adanya kegiatan olahraga, pertandingan sepak bola, maupun acara masyarakat. Keputusan berjualan di sekitar stadion didasarkan pada pertimbangan strategis, yaitu tingginya arus pengunjung yang datang dalam jumlah besar pada waktu bersamaan. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperoleh pembeli secara langsung tanpa harus melakukan promosi yang kompleks.

Keuntungan lokasi dekat dengan aktivitas olahraga adalah meningkatnya potensi pembelian impulsif, di mana pengunjung yang awalnya datang untuk menonton pertandingan atau berolahraga kemudian tertarik membeli makanan dan minuman yang dijual di sekitar area tersebut.

Pengaruh lokasi terhadap jumlah pembeli sangat signifikan. Pada saat terdapat event olahraga atau pertandingan di Stadion Kaharuddin Nasution, omzet pedagang cenderung meningkat drastis dibandingkan hari biasa. Sebaliknya, pada hari tanpa kegiatan, jumlah pembeli mengalami penurunan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah menerapkan strategi yang tepat dalam memanfaatkan peluang yang tersedia. Menurut Freddy Rangkuti, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan usaha melalui pemanfaatan peluang yang ada. Tingginya aktivitas masyarakat di sekitar stadion memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen sehingga berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan pendapatan usaha. Dengan demikian, lokasi usaha menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan UMKM di kawasan Stadion Kaharuddin Nasution.

Strategi Produk

Strategi produk yang diterapkan oleh pedagang di sekitar stadion disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung yang bersifat cepat, praktis, dan mudah dikonsumsi. Jenis produk yang dijual umumnya berupa makanan ringan seperti gorengan, mie instan, makanan siap saji, serta minuman seperti es teh, es jeruk, dan kopi.

Penyesuaian produk dilakukan karena pengunjung stadion lebih membutuhkan makanan yang

dapat dikonsumsi secara cepat dan tidak memerlukan waktu lama dalam penyajian. Oleh karena itu, produk yang dijual lebih menekankan pada kecepatan dan kemudahan konsumsi. Selain itu, variasi produk juga menjadi strategi untuk menarik minat pembeli. Pedagang biasanya menawarkan beberapa pilihan rasa atau jenis minuman untuk memberikan variasi kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar pembeli memiliki lebih banyak pilihan dan tidak berpindah ke pedagang lain.

Strategi produk yang diterapkan oleh pelaku UMKM menunjukkan adanya kemampuan dalam membaca kebutuhan pasar. Produk yang dijual sebagian besar merupakan makanan dan minuman yang praktis serta sesuai dengan kebutuhan pengunjung setelah berolahraga. Berdasarkan teori strategi Freddy Rangkuti, kemampuan menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen merupakan bentuk pemanfaatan peluang usaha. Dengan menyediakan produk yang sesuai dengan karakteristik pengunjung stadion, pelaku UMKM dapat meningkatkan daya tarik usaha dan memperbesar peluang penjualan.

Strategi Pelayanan

Pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan daya saing antar pedagang. Sikap ramah kepada pelanggan merupakan bentuk pelayanan utama yang selalu dijaga oleh pelaku UMKM. Sapaan yang baik dan komunikasi yang sopan menjadi nilai tambah dalam menarik pembeli.

Pelayanan cepat juga sangat diperlukan karena pengunjung stadion biasanya tidak memiliki waktu lama untuk menunggu. Oleh karena itu, pedagang harus mampu menyajikan produk dengan cepat agar tidak kehilangan pelanggan.Selain itu, kenyamanan pembeli juga diperhatikan melalui kebersihan tempat berjualan dan pengaturan sederhana agar transaksi berlangsung tertib. Beberapa pedagang juga menyediakan tempat duduk sederhana untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Pelayanan yang ramah dan cepat merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori strategi, keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk tetapi juga kemampuan pelaku usaha dalam membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang. Oleh karena itu, strategi pelayanan menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan usaha UMKM di sekitar stadion.

Strategi Promosi

Strategi promosi yang digunakan UMKM di sekitar stadion cenderung sederhana namun efektif. Salah satu bentuk promosi utama adalah dari mulut ke mulut (word of mouth), di mana pelanggan yang puas akan merekomendasikan kepada orang lain. Selain itu, keramaian di Stadion

Kaharuddin Nasution juga menjadi bentuk promosi tidak langsung. Semakin banyak kegiatan olahraga atau event, semakin besar peluang produk terlihat oleh calon pembeli.

Beberapa pedagang juga mulai memanfaatkan media sosial dalam skala kecil untuk memperkenalkan produk mereka. Selain itu, penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital juga menjadi nilai tambah karena memudahkan transaksi pembeli. Promosi yang dilakukan pelaku UMKM menunjukkan bahwa mereka memanfaatkan berbagai cara untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Meskipun sebagian besar promosi dilakukan secara sederhana melalui rekomendasi pelanggan dan keramaian stadion, strategi tersebut terbukti efektif dalam menarik konsumen. Menurut Freddy Rangkuti, strategi yang tepat harus mampu memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan usaha. Dalam penelitian ini, tingginya jumlah pengunjung stadion menjadi media promosi yang mendukung peningkatan penjualan dan perkembangan usaha UMKM.

Strategi Mempertahankan Pelanggan

Strategi mempertahankan pelanggan dilakukan dengan menjaga kualitas produk secara konsisten, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun penyajian. Kualitas yang baik membuat pelanggan merasa puas dan cenderung kembali membeli. Harga yang terjangkau juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Persaingan harga di sekitar stadion membuat pedagang harus menetapkan harga yang kompetitif agar tetap diminati.Selain itu, hubungan baik dengan pelanggan juga menjadi strategi penting. Interaksi yang ramah dan konsisten menciptakan kedekatan emosional sehingga pelanggan merasa nyaman dan loyal terhadap pedagang tertentu.

Upaya mempertahankan pelanggan dilakukan melalui penjagaan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai, serta pelayanan yang konsisten. Berdasarkan teori strategi Freddy Rangkuti, mempertahankan pelanggan merupakan bagian penting dalam mencapai tujuan usaha jangka panjang. Pelanggan yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi mempertahankan pelanggan memiliki kontribusi penting terhadap peningkatan pendapatan dan keberlangsungan usaha UMKM.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution menerapkan berbagai strategi untuk memanfaatkan aktivitas olahraga dalam meningkatkan ekonomi usaha. Strategi tersebut meliputi strategi lokasi, strategi produk, strategi pelayanan, strategi promosi, dan strategi mempertahankan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi lokasi menjadi faktor yang paling mendukung karena tingginya aktivitas masyarakat di kawasan stadion menciptakan peluang pasar yang besar bagi pelaku UMKM. Selain itu, strategi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung, pelayanan yang baik, promosi yang efektif, serta kemampuan mempertahankan pelanggan turut berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usaha.

Berdasarkan teori strategi Freddy Rangkuti, keberhasilan usaha dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang yang tersedia untuk mencapai tujuan usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan aktivitas olahraga sebagai peluang ekonomi melalui penerapan strategi yang sesuai dengan kondisi pasar. Dengan demikian, aktivitas olahraga di Stadion Kaharuddin Nasution tidak hanya memberikan manfaat kesehatan bagi masyarakat, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi pelaku UMKM di sekitarnya.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di sekitar Stadion Kaharuddin Nasution diharapkan dapat terus mengembangkan strategi usaha yang telah diterapkan, terutama dalam meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan promosi agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu, pelaku UMKM juga perlu memanfaatkan perkembangan teknologi, seperti penggunaan media sosial dan pembayaran digital, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kenyamanan konsumen.

Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan kepada pelaku UMKM melalui penyediaan fasilitas usaha yang lebih memadai, penataan lokasi berjualan yang lebih tertib, serta pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan usaha. Dukungan tersebut penting untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji strategi UMKM dengan menggunakan pendekatan atau objek penelitian yang berbeda sehingga diperoleh hasil yang lebih beragam dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2019. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Alma, Buchari. 2020. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.

Moleong, Lexy J. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Kasmir. 2019. Kewirausahaan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2019. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.