

Dampak Pandemi Covid-19 pada Pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Rumah Ety Dikota Bengkulu)

Pebri Yanto Syaputra¹, Titi Darmi², Rosidin³

^{1,2,3}Administrasi Publik Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Abstract : This study examines the Impact of the Covid-19 Pandemic on the Management of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) (a case study of the micro, small and medium enterprises of Rumah Ety in Bengkulu City). The formulation of this research problem is to determine the Impact of the Covid-19 Pandemic on the Management of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) (a case study of the micro, small and medium enterprises of Rumah Ety in Bengkulu City). The purpose of this research is what are the impacts and how are the efforts made in the management of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), the Impact of the Covid-19 Pandemic on the Management of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) (case study of micro, small and medium enterprises Rumah Ety in Bengkulu City). Researchers used qualitative descriptive research methods. By using a SWOT analysis approach. The data analysis technique used is data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study explain the impact of the Covid-19 Pandemic felt by Rumah Ety MSMEs, namely the difficulty of selling directly or face to face with consumers, thereby reducing sales turnover from Rumah Ety. The efforts made by Rumah Ety MSMEs are to take advantage of the opportunities that exist in the midst of the Covid-19 Pandemic, and maintain business with the strengths of Rumah Ety. It is hoped that in this study the Rumah Ety MSME can improve the quality of management performance in managing the Rumah Ety business, further optimize the implementation of SWOT analysis, further maintain the superiority of the products produced so that they are more attractive to consumer buying, follow market developments, so that they can continue to survive in business competition and Rumah Ety's Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are expected to make more use of technological advances and social media to further support product marketing.

Keywords: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

Abatrak: Penelitian ini mengkaji tentang Dampak Pandemi Covid-19 Pada Pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (studi kasus usaha mikro kecil dan menengah Rumah Ety di Kota Bengkulu). Rumusan masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui Dampak Pandemi Covid-19 Pada Pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (studi kasus usaha mikro kecil dan menengah Rumah Ety di Kota Bengkulu). Tujuan penelitian ini adalah Apa saja yang menjadi dampak dan bagaimana upaya yang dilakukan dalam pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Dampak Pandemi Covid-19 Pada Pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (studi kasus usaha mikro kecil dan menengah Rumah Ety di Kota Bengkulu). Peneliti menggunakan metode

penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menjelaskan dampak Pandemi Covid-19 yang dirasakan oleh UMKM Rumah Ety yaitu sulitnya melakukan penjualan langsung atau bertatap muka dengan konsumen sehingga menurunkan omset penjualan dari Rumah Ety. Upaya yang dilakukan oleh UMKM Rumah Ety adalah dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada di tengah Pandemi Covid-19, dan mempertahankan usaha dengan kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh dari Rumah Ety. Diharapkan dalam penelitian ini UMKM Rumah Ety dapat meningkatkan kualitas kinerja manajemen dalam pengelolaan usaha Rumah Ety, lebih mengoptimalkan implementasi analisis SWOT, lebih mempertahankan keunggulan produk yang dihasilkan sehingga lebih menarik minat beli konsumen, mengikuti perkembangan pasar, sehingga terus dapat bertahan di dalam persaingan usaha dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rumah Ety diharapkan lebih memanfaatkan kemajuan teknologi, dan sosial media untuk lebih menunjang dalam pemasaran produk.

Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam pembangunan ekonomi nasional, keberadaan UMKM dapat membantu perekonomian di Indonesia, dan mampu meningkatkan perekonomian di tingkat daerah. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja, pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha untuk menekan angka kemiskinan suatu negara. UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, negara.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang tangguh, terbukti UMKM mampu bertahan ketika terjadi krisis pada tahun 1998. Namun, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi tumpuan sebagian masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun

dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan produk domestik bruto (Dani Sugiri. 2020).

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (KEMENKOP UMKM) sekitar 37.000 UMKM telah melaporkan bahwa mereka telah terdampak sangat serius akibat pandemi ini yang meliputi sekitar 56% telah melaporkan terjadinya penjualan, 22% melaporkan permasalahan terhadap aspek pembiayaan, 15% melaporkan terkait dengan masalah distribusi barang dan 4% melaporkan kesulitan dalam memenuhi bahan baku mentah. Masalah-masalah diatas juga semakin meluas jika dikaitkan dengan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan di beberapa wilayah Indonesia (Darmi, Titi. Nuryakin & Nusantar, BD. 2020).

Menurut Ikhsan Ingrabatun selaku Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (AKUMINDO) memperkirakan bahwa omset UMKM pada sektor non kuliner turun hingga 30-35% sejak pandemi covid-19. Hal ini disebabkan akibat penjualan produk yang mengandalkan pertemuan atau tatap muka antara penjual dan pembeli secara fisik, sehingga mempengaruhi kegiatan atau aktivitas jual beli. Hal tersebut juga dipengaruhi dengan adanya beberapa kebijakan pemerintah dalam memberikan atauran atau untuk melakukan segala aktivitas dirumah work from home (WFH) serta Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB), dan penerapan sosial distancing. Bukan hanya sekedar himbauan tetapi peraturan dan larangan keras untuk melakukan aktivitas di luar rumah, pemberlakuan sosial distancing, dan physical distancing tentu membatasi ruang gerak dan mobilitas masyarakat. Bahkan lockdown mengakibatkan masyarakat tidak dapat beraktivitas diluar rumah, bukan hanya untuk mereka yang berstatus sebagai pekerja harian atau pedagang kaki lima melainkan berlaku bagi semua kalangan masyarakat, (Aknolt Kristian Pakpahan, 2020).

Kebijakan-kebijakan tersebut yang juga mempengaruhi pola usaha masyarakat yang berubah dari konvensional menjadi digitalisasi dengan mengubah sistem jual beli dengan memanfaatkan teknologi atau biasa yang disebut jual beli online. Perubahan ini yang menyebabkan masyarakat harus dapat beradaptasi dan menyesuaikan dengan keadaan. namun beralihnya model online ini, produsen masih sangat jauh untuk menutupi kerugian yang dialaminya serta penurunan pendapatan secara drastis. keadaan ini berbanding dengan menurunnya tingkat konsumsi yang disebabkan kurangnya pendapatan dan banyaknya pengangguran akibat Covid-19. sehingga masih banyak dibutuhkan kebijakan pemerintah dalam melindungi UMKM agar dapat tetap kompetitif meskipun ditengah pandemi seperti ini.

Pandemi Covid-19 di Provinsi Bengkulu memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap penurunan perkembangan dan geliat ekonomi masyarakat, khususnya sektor

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berbagai macam dampak dirasakan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) seperti, menurunnya daya beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM, yang mengakibatkan penurunan omset penjualan. Kebijakan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) yang dilakukan oleh pemerintah daerah membuat para pelaku UMKM kesulitan mencari bahan baku. Kekhawatiran masyarakat tentang virus Covid-19 membuat para pelaku UMKM kesulitan untuk bertatap muka langsung dengan para pembeli sehingga berakibat kepada menurunnya pendapatan para pelaku UMKM.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdampak pandemi Covid-19 sebanyak ± 16.618 usaha mikro yang terdiri dari usaha perdagangan, usaha jasa dan usaha produksi yang tersebar di beberapa kabupaten/kota, dengan rinciannya: Kabupaten Bengkulu Utara sebanyak ± 10.847 UMKM, Kabupaten Mukomuko ± 2.728 UMKM, Kota Bengkulu ± 2.385 UMKM, Lebong ± 596 UMKM, Bengkulu Selatan ± 20 UMKM, Seluma ± 16 UMKM, sedangkan Kabupaten Kaur sama sekali belum ada laporan mengenai UMKM yang terkena dampak pandemi Covid-19 (Afrido, AP, 2020).

Provinsi Bengkulu terdiri dari 9 (sembilan) kabupaten dan 1 (satu) kota, 128 kecamatan dan 1.514 desa/kelurahan kemudian kesepuluh kabupaten/kota tersebut adalah kota Bengkulu. Setiap daerah-daerah di Provinsi Bengkulu memiliki potensi tersendiri dalam berbagai bidang seperti, sektor wisata, kuliner dan adat istiadat, Provinsi Bengkulu juga kaya akan hasil perkebunan, rempah-rempah dan laut. Daerah-daerah yang ada di Provinsi Bengkulu memiliki daya saing yang kuat melalui produk-produk industri kreatif terbaiknya. Hal ini ditunjang dengan sumber daya manusia yang inovatif di setiap daerah sehingga dapat mendukung kemajuan perekonomian di Provinsi Bengkulu.

Kota Bengkulu merupakan salah satu kabupaten/kota yang ada di Provinsi Bengkulu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berkembang di Kota Bengkulu di dominasi oleh potensi daerah yang unik dan berkarakter. Selain itu UMKM yang berkembang di Kota Bengkulu memiliki bidang yang berbeda-beda dan memiliki beberapa kelompok usaha diantaranya, usaha, perdagangan merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan berupa toko, warung dan lain-lain, usaha jasa merupakan jenis usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan atau menjual jasa kepada pengguna jasa dan produksi merupakan sebuah usaha yang mengubah barang mentah menjadi barang jadi sehingga menjadi sebuah produk yang dapat dimanfaatkan (Gatut Susanta, 2009).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bengkulu terus berkembang pesat berbagai jenis produk dihasilkan diantaranya, kerajinan tangan, minuman, makanan ringan dan makanan khas yang menjadi ciri khas ikon Kota Bengkulu, seperti produksi kerupuk,

produksi tahu, kerajinan kulit lantung, kerajinan mebel, minuman jeruk kalamansi, kue Bay Tat, Tempuyak, Batik Basurek dan lain-lain. Produk-produk tersebut dihasilkan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bengkulu, yang mencoba berfikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk unggulan di Kota Bengkulu. Potensi tersebut menjadi modal dasar bagi kota Bengkulu untuk pengembangan ekonomi kreatif dengan melakukan perencanaan pengembangan serta pembinaan kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Darmi, Titi. Nuryakin & Nusantar, BD. 2020).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bengkulu merupakan pilar atau tulang punggung pergerakan ekonomi yang mempertahankan kesinambungan perekonomian di suatu daerah (Darmi, T., Nuryakin, N., & Mujtahid, I. M. 2022). Oleh karena itu, kita harus memberikan suport kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terutama dimasa pandemi Covid-19 ini, ungkap Sekda Provinsi Bengkulu Hamka Sabri saat rapat koordinasi pendataan dan verifikasi data pelaku usaha ultra mikro di Provinsi Bengkulu, di Aula Kantor Perwakilan Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP) Bengkulu, Senin (10/8).

Melihat kondisi ini Pemerintah Kota Bengkulu bekerjasama dengan Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu terus bekerjasama dalam upaya mendorong pemulihan perekonomian di Daerah Bengkulu untuk bangkit dari Pandemi Covid-19. Selain penyaluran bantuan-bantuan kepada pelaku usaha, upaya pemulihan yang dilakukan dengan memberikan pembinaan kepada para pelaku UMKM yang dilakukakan secara langsung oleh Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bengkulu dan bekerjasama dengan pihak swasta maupun BUMN (Darmi, Titi. Nuryakin & Nusantar, BD. 2020).

Peran Pemerintah Kota dan Provinsi Bengkulu sangat dibutuhkan untuk mendukung para pelaku UMKM, menjadi sebuah keharusan bagi pemerintah untuk terus menjaga sektor UMKM dari keterpurukan yang makin mendalam. Dengan berbagai kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah maupun dari Pemerintah Pusat sehingga pelaku UMKM dapat berjalan dengan baik dan menghindari keadaan makin memburuk yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19. Sudah saatnya UMKM mendapatkan prioritas dimasa pandemi ini, karena dengan membantu UMKM perekonomian nasional maupun daerah akan membaik (Gatut Susanta & M Azrin Syamsudin. 2009).

Pandemi Covid-19 memunculkan beberapa masalah bagi semua kalangan terutama para pelaku UMKM, salah satunya dirasakan oleh pelaku UMKM Rumah Ety. UMKM Rumah Ety merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang memproduksi makanan khas Bengkulu dan berbagai macam jenis kue kering, Rumah Ety memiliki karyawan yang mayoritas berasal dari ibu-ibu rumah tangga yang berdomisili disekitar lingkungan tempat usaha. Di masa Pandemi Covid-19 UMKM Rumah Ety mengalami penurunan omset

penjualan, pengurangan karyawan, kesulitan dalam melakukan penjualan secara bertatap muka dan kesulitan mencari bahan baku.

Kondisi ini sangat jauh berbeda sebelum Pandemi Covid-19 melanda dan menjadi musibah nasional di seluruh wilayah termasuk wilayah Kota Bengkulu. Pemilik UMKM Rumah Ety selalu berusaha dan berupaya dalam mempertahankan usahanya agar tidak mengalami kerugian lebih jauh hingga mengakibatkan usaha yang dijalankannya menjadi gulung tikar di masa Pandemi Covid-19. Oleh karena itu kegiatan penelitian ini difokuskan pada UMKM Rumah Ety, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi UMKM dan peneliti dalam hal bagaimana mengelola usaha dimasa pandemi Covid-19.

METODE PENLITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia, (Moeleong, 2003).

Penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data yang diperoleh mengenai Dampak Pandemi Covid-19 pada pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Usaha Mikro (UMKM) Rumah Ety Kota Bengkulu). Fokus penelitian sebagai wahana membatasi studi. "Setiap penelitian pasti memiliki orientasi teorinya sendiri yang berhubungan dengan pengetahuan sebelumnya ataupun berdasarkan pengalaman" (Moleong, 2002).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi kasus pada UMKM Rumah Ety yaitu usaha yang bergerak dalam usaha produksi yaitu memproduksi makanan khas Bengkulu seperti kue Bay Tat dan kue kering. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan untuk mengetahui mengenai fungsi-fungsi manajemen yang diterapkan dalam UMKM Rumah Ety, terdiri dari:

1. Perencanaan

- a. Visi Misi Usaha
- b. Perencanaan Desain Usaha
- c. Perencanaan Sistem Penjualan Usaha

2. pengorganisasian

- a. Struktur organisasi
- b. SDM
- c. Jabatan dalam usaha

d. Pembukuan

3. Pengawasan/Pengarahan

a. Arahan terhadap kinerja karyawan

b. Penilaian terhadap kinerja karyawan

c. Pengawasan dari Pemda dan Dinas Terkait

Tabel 3.1 Fokus Penelitian

| Fokus | Indikator | Fenomena |
|---|-----------------------|--|
| Pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) | Perencanaan | 1. Visi Misi Usaha 2. Desain Usaha 3. Perencanaan Sistem Penjualan Usaha |
| | Pengorganisasian | 1. Struktur organisasi 2. SDM 3. Jabatan dalam usaha 4. Pembukuan |
| | Pengawasan/Pengarahan | 1. Arahan terhadap kinerja karyawan 2. Penilaian terhadap kinerja karyawan 3. Pengawasan dari Pemda atau Dinas Terkait |

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data yang diperoleh menggunakan analisis SWOT. Menurut (Rangkuti, 2013) mengungkapkan bahwa analisis SWOT adalah sebagai alat formulasi strategi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dari sebuah penelitian. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Adapun Matriks analisis SWOT seperti pada gambar dibawah ini :

Gambar 2.2

Matriks Analisis SWOT (Rangkuti, 2013)

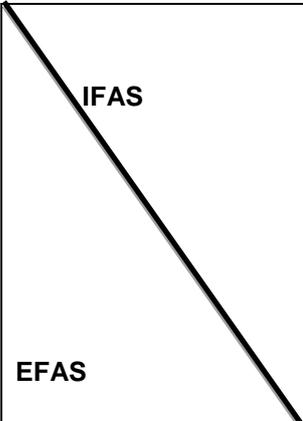
| | | |
|-------------|---|---|
| IFAS | Kekuatan/Strength (s) Faktor-faktor kekuatan Internal | Kelemahan/Weakness (W) Faktor-faktor kelemahan Internal |
| EFAS | | |

| | | |
|---|--|--|
| Opportunities (O) Faktor-faktor peluang eksternal | Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| Threats (T) | Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan sebuah konsep memiliki interaksi yang erat, baik pada saat perumusan, pelaksanaan maupun evaluasi organisasi atau program. Analisa SWOT mengawali perumusan visi dan misi organisasi dan kemudian diterjemahkan dalam tujuan organisasi. Dalam skala yang lebih kecil, urutan-urutan cara penganaisaan yang sama dapat diterapkan terhadap suatu program kerja, dimana setelah melakukan analisa SWOT, menentukan visi, misi dan program kerja, maka program ini dapat dijabarkan targetnya, segmentasinya dan strategi aksi yang akan digunakan.

Berdasarkan strategi yang digunakan Usaha Rumah Ety tersebut di atas, untuk mengetahui analisis SWOT pada Usaha Rumah Ety peneliti akan membuat matrik evaluasi faktor internal (*intrenal factor evaluation-IFE* matrik) dan matrik evaluasi faktor eksternal (*eksternal faktor evaluation-EFE* matrik) dalam bentuk tabel. Berikut adalah tabel yang akan peneliti gunakan untuk menganalisa dan menentukan keputusan strategi dengan menggunakan pendekatan SWOT.

| | | |
|---|---|---|
|  | STRENGTHS (S) | WEAKNESSES (W) |
| | <ul style="list-style-type: none"> a. Bahan baku sangat berlimpah b. Inovasi produk terus dilakukan c. Produk yang beranek rasa dan bermacam-macam jenis d. Sebagai makanan yang masih digemari | <ul style="list-style-type: none"> a. Fasilitas dan infrastruktur masih kurang memadai b. Kurangnya tingkat pengetahuan dan keahlian tenaga kerja c. Belum memiliki toko sendiri d. Alat produksi yang masih sederhana e. Kurangnya permodalan |

| | | |
|--|--|---|
| | e. Tenaga kerja yang cukup memadai | |
| OPPORTUNITIES (O) | STRATEGI SO | STRATEGI WO |
| <ul style="list-style-type: none"> a. Dukungan dari pemerintah maupun swasta b. Gaya hidup masyarakat yang sering menikmati makanan ringan c. Kerjasama dalam penyediaan bahan baku d. Kerjasama dalam pemasaran hasil produksi e. Banyaknya peminat dari luar daerah | <ul style="list-style-type: none"> a. Menambah jumlah produk yang dihasilkan b. Melakukan lebih banyak kerjasama dalam memasarkan produk c. Memberikan diskon khusus pada jumlah pembelian tertentu terutama bagi pelanggan tetap | <ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan efisiensi biaya b. Mengajukan produk kepada Bank untuk menambah modal usaha c. Bekerjasama dengan teknisi alat-alat produksi |
| THREATS (T) | STRATEGI (T) | STRATEGI (WT) |
| <ul style="list-style-type: none"> a. Tidak stabilnya harga bahan baku b. Kondisi cuaca yang tidak menentu c. Pesaing dari produk yang sama d. Perang harga e. Syarat pengurusan BPOM belum relevan dengan kondisi para pelaku usaha | <ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan daya saing b. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan c. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan. | <ul style="list-style-type: none"> a. Seleksi karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan b. Menjalin kerjasama lebih banyak lagi dengan distributor bahan baku c. Lebih memperhatikan pangsa pasar |

Matrik SWOT pada tabel 4.5 di atas, dihasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh pemilik atau pengelola usaha Rumah Ety dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, yaitu sebagai berikut :

1. Strategi Streght-Opportunities

Kondisi ini biasanya menjadi kondisi yang diharapkan oleh sebuah usaha atau perusahaan, karena kelebihan atau kekuatan yang dimiliki oleh sebuah usaha yang dipakai

JURNAL MANAJEMEN PUBLIK & KEBIJAKAN PUBLIK VOL 4 No 2, SEPTEMBER 2022

untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada, sehingga sebuah perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing yang baik jika dibandingkan dengan usaha-usaha sejenis. Adapun beberapa kekuatan Usaha Rumah Ety dalam memanfaatkan kesempatan yang ada yaitu :

- a. Menambah jumlah produk yang dihasilkan. Menambah jumlah produk yang dihasilkan dalam hal ini dilakukan oleh Usaha Ruma. Ety agar nantinya usaha yang dijalankan mampu dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen tidak beralih ke usaha lain dengan produk yang sama tetapi rasa yang berbeda.
- b. Melakukan lebih banyak kerjasama dalam memasarkan produk. Dilihat dari banyaknya pesaing dengan produk yang sama, pemilik usaha harus lebih banyak bekerjasama dengan kolega, sehingga konsumen tidak kesulitan dalam mencari produk yang ada dipasaran.
- c. Memberikan diskon khusus pada jumlah pembelian tertentu terutama bagi pelanggan tetap. Penetapan harga yang terjangkau merupakan strategi yang dimiliki oleh pelaku usaha, terutama dalam pemberian diskon kepada para konsumen atau pelanggan, hal ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan untuk menikmati diskon yang diberikan oleh pemilik usaha.

2. Strategi Weaknesses-Opportunities

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

- a. Meningkatkan efisiensi biaya. Pemilik modal menggunakan modal yang berasal dari dana sendiri dan jumlahnya sangat terbatas. Untuk itu, pemilik usaha harus melakukan efisiensi biaya, agar para pelaku usaha aka tetap memenuhi kebutuhan dalam operasional usahanya. Mengajukan produk kepada Bank untuk menambah modal usaha Peluang untuk mendapatkan keuntungan besar dalam menjalankan usaha Rumah Ety memang besar, namun usaha ini tentu membutuhkan modal yang cukup besar juga. Dalam hal ini, usaha Rumah Ety juga melakukan penambahan modal ke beberapa penyedia dana Non-Bank yang ada di Provinsi Bengkulu untuk membantu menambah permodalan usahanya.
- b. Bekerjasama dengan teknisi alat-alat produksi. Bekerjasama dengan teknisi alat-alat produksi merupakan hal yang penting guna mendapatkan alat-alat produksi yang berkualitas bagus, tidak mudah atau hanya sekali pakai, dengan harga yang murah demi meningkatkan jumlah produk yang akan dihasilkan.

3. Strategi Strengths-Threats

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun beberapa kekuatan tersebut yakni sebagai berikut :

- a. Meningkatkan daya saing. Daya saing sangatlah penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Usaha yang memiliki daya saing bila pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing. Usaha Rumah Ety menciptakan kesan tersebut dengan menyediakan produk yang beraneka rasa yang sesuai dengan pemesanan dari konsumen, ukuran yang beranekaragam, sehingga para pelanggan memiliki banyak pilihan dan kepuasan dalam memilih.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Pelayanan pada Usaha Rumah Ety sudah baik, akan tetapi hal ini tidak menjamin pelanggan tidak berpindah kepada pesaing, oleh karena itu dalam hal ini Usaha Rumah Ety terus meningkatkan pelayanan pelanggan merasa puas, salah satu hal yang dilakukan, yaitu menjaga loyalitas pelanggan dan menjaga kenyamanan pelanggan saat berada di lokasi Usaha Rumah Ety.
- c. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Aset terpenting dari sebuah usaha yang baik adalah hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik bagi semua pelanggannya. Maka dari itu Usaha Rumah Ety harus menjalin hubungan baik dengan pelanggan, yaitu dengan cara mengenal nama para pelanggan dan menyapa mereka pada saat mereka berkunjung dan berusaha membuat pengunjung merasa nyaman.

4. Strategi Weaknesses-Threats

- a. Seleksi karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk mendapatkan tenaga kerja yang terbaik maka perlu dilakukan seleksi pada tenaga kerja, karena tenaga kerja yang terampil memang bagus, tetapi mencari tenaga kerja yang terampil ditambah dengan kelebihan lainnya seperti penampilan, kelincahan, dan keramahan jauh lebih bagus.
- b. Menjalin kerjasama lebih banyak lagi dengan distributor bahan baku. Kerjasama yang lebih banyak memang sangat diperlukan dalam menjalankan usaha, terutama dengan distributor bahan baku, untuk mendapatkan harga yang terjangkau dan bahan baku yang didapatkan langsung dari distributor.
- c. Lebih memperhatikan pangsa pasar. Dilihat dari lokasi operasional Usaha Rumah Ety, memang terdapat banyak pesaing usaha meskipun lingkup usaha masih berada dibawah usaha Rumah Ety. Dengan demikian pendirian usaha baru menjadi penting,

namun harus dengan perencanaan yang matang agar terciptanya usaha yang berbeda dengan yang lain.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa Usaha Kecil Menengah Rumah Ety memiliki strategi yang baik dalam pengelolaan usahanya. Ibu Ety selaku pemilik usaha mampu memanfaatkan peluang dalam pengelolaan UMKM Rumah Ety. Peluang yang dimiliki UMKM Rumah Ety yaitu masih mendapatkannya dukungan dari pemerintah maupun swasta, masyarakat yang gemar menikmati makanan ringan, kerjasama dalam menyediakan bahan baku dan masih banyaknya peminat dari luar kota. Dari peluang-peluang tersebut Ibu Ety mempertahankan usahanya dengan kekuatan yang ada seperti masih berlimpahnya bahan baku, Ibu Ety terus melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan, dengan menciptakan bermacam-macam jenis produk, sebagai makanan yang masih digemari, dan tenaga kerja yang cukup berlimpah sehingga ibu Ety mampu bertahan dan mempertahankan usahanya di masa Pandemi Covid-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Rumah Ety merupakan sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang memproduksi kuliner khas Kota Bengkulu. Berkembangnya UMKM Rumah Ety tidak terlepas dari pengelolaan usaha yang baik dari organisasi usaha. Rumah ety mampu bertahan ditengah Pandemi Covid-19. Dalam menjalankan usahanya Ibu Ety memanfaatkan peluang-peluang yang ada agar sedikit mengurangi ancaman yang diberikan akibat Pandemi Covid-19 terhadap usaha yang dijalankannya. Walaupun jumlah pendapatannya menurun tetapi Ibu Ety mampu mempertahankan usahanya agar tidak mengalami gulung tikar. Ibu Ety selaku pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Rumah Ety membuat strategi-strategi usaha yang akan diambil. Staregi-strategi tersebut disusun secara tepat diambil sehingga dapat mengurangi kelemahan dan memaksimalkan kekuatan untuk mempertahankan usahanya selama masa Pandemi Covid-19 ini berlangsung. Strategi-Strategi tersebut baik dari faktor internal maupun eksternal, yang kemudian disusun secara terperinci langkah-langkah apa yang akan dilakukan seperti : menambah jumlah produk yang dihasilkan, melakukan kerjasama dengan distributor bahan baku, dan lain-lain. Meskipun dalam pelaksanaannya belum dapat dikatakan maksimal, dikarenakan masih terdapat beberapa point yang masih sulit untuk dilakukan oleh Ibu Ety untuk menjalankan usanya.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Afnil Guza,S.S,. Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Jakarta : Asa Mandiri, 2008.

Aknolt Kritian Pakpahan “*Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah*”. Diakses tanggal 11 November 2020

Darmi, Titi. Nuryakin & Nusantar, BD. (2020). Competitive Strategy of Small Micro Businesses Industry Cluster in the Middle of Pandemic Covid 19. The First International Conference on Political, Social and Humanities Sciences (ICPSH 2020) Navigating Global Society in the Disruptive Era. ISBN 978-623-6783-36-8. UNSOED PRESS. Pp. 258-267.

Dani Sugiri (2020). “*Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Menengah Dari Dampak PandemiCovid-19*”. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id>. Diakses pada tanggal 22 November 22 November 2020

Darmi, T., Nuryakin, N., & Mujtahid, I. M. (2022). Social Capital Analysis in Small and Micro Enterprises (SMEs) Management during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik*, 26(1).

Gatut Susanta, M Azrin Syamsudin. (2009). *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM*, Jakarta, Raih Asa Sukses

Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.