

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Pengencer Daging di Masa Pandemi Covid-19

NI KETUT CANTIKA PARASWANI¹; MERTYANI SARI DEWI²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja
Jln. Yudistira No. 11, Kendra, Kec. Buleleng, Bali Telp. (0362) 22950
E-mail : cantikaabswn@yahoo.com

Submit : 2022-05-25

Review : 2022-06-05

Publish : 2022-06-26

Abstract: The purpose of this study was to know and analyze SWOT namely strengths, weaknesses, opportunities, threats as an Analysis of Micro, Small and Medium Enterprises Development Strategies to Maintain the Welfare of Pork Retailer MSMEs During the Covid-19 Pandemic. This research is a type of descriptive research, namely collecting data to answer questions from research subjects by collecting questionnaires and surveys. This research uses triangulation method. The population in this research is Pork Retailer. The data used is primary data. Data collection techniques in this study were conducted through interviews and documentation. The research method used is a qualitative descriptive analysis research method. The results of the study indicate that currently Pork Retailers have taken full advantage of the existing opportunities. The strategy implemented by the Pork Retailer fully uses a good development strategy, for that the Pork Retailer must implement a strategy that is suitable to be used in optimizing competitiveness and managing the surrounding community, so the Pork Retailer can maintain business during the covid-19 pandemic.

Keywords: *Business Development, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats at Pork Retailers.*

Adanya suatu kegiatan ekonomi merupakan suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat, dengan demikian semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan masyarakat kedepan akan terpenuhi. Dalam memenuhi kebutuhan masyarakat maka sangat dibutuhkan adanya lapangan pekerjaan yang nantinya mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari kita sendiri walaupun banyak yang menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu di butuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.

Kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pengembangan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan

ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Bosma (2011) menyatakan bahwa tren munculnya suatu kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah karena tekanan ekonomi, maka dari itu seseorang terpaksa menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Dikarenakan hal tersebut maka tidak heran banyak usaha-usaha mikro dan kecil yang bermunculan saat ini. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu teknik kewirausahaan untuk mempromosikan ekonomi swasembada yang memungkinkan pelaku usaha mikro dapat menciptakan lapangan kerja sendiri dan memiliki pendapatan.

Fahmi (2013) mengungkapkan kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Menurut Scarborough dan Zimmerer dalam Novian (2012) mendefinisikan wirausaha

(entrepreneur) yaitu wirausaha adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Hubungan antara strategi dengan kewirausahaan adalah dimana strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dijalankan untuk mewujudkan strategi dalam suatu usaha yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian strategi usaha agar suatu usaha dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dalam berbagai situasi dan kondisi. Menurut Chandler dalam Persari dkk (2018) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Mangkuprawira (Tohar, 2016) menyatakan bahwa strategi pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan. Di era globalisasi saat ini persaingan semakin ketat dimana perusahaan dituntut untuk bekerja lebih keras supaya bisa tetap eksis dan mempertahankan usahanya. Pemasaran menjadi faktor penentu utama dalam sebuah perusahaan, penerapan teknik yang efektif dan tetap sasaran akan sangat diperlukan supaya calon konsumen tertarik akan sebuah produk.

Pemasaran dapat diartikan secara sangat sederhana dimana bahwa pemasaran itu merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi serta membangun hubungan antara usaha bisnis dengan konsumen secara simbiosis mutualisme. Seperti yang didefinisikan oleh Kotler (Kharisma, 2016) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan

mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran yang dinyatakan baik tidak akan lepas dari strategi pemasaran yang baik juga. Kotler (Kotler and Armstrong, 2012) menyatakan logika suatu pemasaran yaitu dimana perusahaan berharap dapat menciptakan suatu nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan kedepannya. Menurut Tjiptono (2018) yang termasuk strategi pemasaran yaitu 4P produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi. Menurut Tjiptono (2014) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Kesejahteraan adalah tolak ukur oleh masyarakat bahwa mereka berada dikondisi yang telah sejahtera. Kesejahteraan diukur dari keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup dari masyarakat tersebut. Dalam keluarga yang sejahtera dapat dilihat dari tingginya tingkat pendidikannya karena mendapatkan timbal balik seperti pekerjaan yang mapan serta pendapatan yang mencukupi. Usaha Pengecer Daging Babi merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Ringdikit, Kecamatan Seririt, Kabupaten Buleleng. Secara resmi usaha ini mulai beroperasi pada bulan february tahun 2002. Usaha ini diawali pemikiran bahwa masyarakat pasti akan membutuhkan daging babi. Apalagi di Bali dalam setiap upacara pasti memerlukan daging babi terutama umat hindu seperti upacara Dewa Yadnya, Manusa Yadnya, Rsi Yadnya, dan Pitra Yadnya. Selain itu, daging babi juga merupakan bahan yang mudah diolah dan dikonsumsi seperti dijadikan urutan, pesan polo, babi kecap, sate lilit, sate tusuk, nyat-nyatan, urutan metunu, jukut balung, dan lain-lain.

Berikut akan dijabarkan pendapatan pada tahun 2017 sampai dengan tahun

2021, maka akan dapat dilihat peningkatan pendapatan pada tiap bulannya.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan bahwa hasil pemasukan penjualan pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini di Desa Ringdikit lima tahun terakhir dapat dilihat pada tahun 2017 total pemasukannya sebesar Rp 336.330.000 seiring dengan berjalannya usaha, usaha pengecer daging babi mengalami perkembangan pada tahun 2018-2021 dengan data pemasukan yang paling tinggi yaitu pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp 562.790.000, terjadinya penurunan pemasukan terjadi pada tahun 2020 dimana pemasukan pada tahun tersebut Rp Rp 430.300.000 dimana berdampak besar oleh adanya COVID-19. Maka dari itu dibutuhkan strategi-strategi yang tepat agar usaha pengecer daging babi tersebut tetap memperoleh keuntungan yang maksimal. Dengan adanya permasalahan ini sehingga dalam hal ini penulis melakukan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

METODE

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer yang mana penelitian ini dilakukan di dalam perusahaan yang melibatkan informan dari pengamatan yang dilakukan dilapangan dengan pemilik usaha pengecer daging babi yang diangkat dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dan metode wawancara. Dalam pengujian terhadap keabsahan data bertujuan untuk memastikan agar data yang diproses benar-benar dapat di pertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT.

HASIL

Penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai teknik pengumpulan data penelitian sehingga hasil wawancara ini akan dilakukan triangulasi sumber data untuk

mereduksi hasil wawancara tersebut yang kemudian akan disajikan pada penelitian ini. Setelah itu akan dilakukan analisa SWOT untuk menentukan strategi pengembangan pada UMKM pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui permasalahan dari empat sudut pandang yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki UMKM pengecer daging Babi Ibu Ketut Wantini hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayukozkan (2018) bahwa analisis SWOT sebagai pendekatan untuk mengevaluasi adanya kekuatan dan kelemahan dari perspektif internal dan memperhitungkan adanya peluang dan ancaman sebagai perspektif eksternal.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini. Strategi merupakan suatu hal penting dimana strategi didalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah penting untuk pencapaian visi dan misi kedepannya yang sudah di terapkan oleh perusahaan, maupun dalam bentuk pencapaian suatu sasaran atau tujuan, baik dalam tujuan jangka pendek maupun tujuan dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan 4 (empat) informan yang terdiri dari pemilik UMKM pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini, pegawai UMKM Ibu Ketut Wantini, konsumen dan pesaing UMKM Ibu Ketut Wantini.

No	Indikator	Uraian	Reduksi Data
1	Kekuatan	Produk berkualitas	Usaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini menggunakan daging yang segar, lembut dan sangat berkualitas
		Lokasi strategis	Lokasinya berada di pinggir jalan sehingga mudah dijangkau

No	Indikator	Uraian	Reduksi Data
		Varian dan harga daging	UMKM Ibu Ketut Wantini menjual semua bagian daging dengan harga yang bersaing
2	Kelemahan	Bahan pangan	Bahan pangan yang mahal dan sulit didapat
		Saluran promosi belum maksimal	Saluran promosi usaha daging babi belum maksimal sampai keluar provinsi.
3	Peluang	Menjadi pemimpin pasar	Dapat menjadi pemimpin pasar karena permintaan daging babi di bali selalu meningkat seiring pertumbuhan penduduk
		Banyak media promosi	Media online dapat digunakan dalam memaksimalkan pemasaran
4	Ancaman	Kenaikan harga Babi dari peternak	Ketidakstabilan harga babi dari peternak dapat mempengaruhi stabilitas harga jual daging potong
		Meningkatnya kompetitor sejenis	Kompetitor sejenis dapat mempengaruhi volume penjualan usaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini
		Menurunnya penjualan	Tentu ada masa dimana terdapat kejenuhan dari konsumen akan daging babi

Berdasarkan data yang telah direduksi yaitu Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Pengecer Daging Di Masa Pandemi Covid-19, kekuatan yang dimiliki usaha babi adalah

banyaknya pelanggan, usaha berada pada pusat kota, memiliki kualitas daging babi yang baik. Kelemahan usaha babi bahan pangan yang mahal sulit didapat dan saluran promosi belum maksimal. Usaha pengecer daging babi ibu Ketut Wantini memiliki peluang mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan, jumlah penduduk yang semakin meningkat dan pangsa pasar yang masih terbuka dan luas. Akan tetapi usaha juga menghadapi ancaman banyaknya bermunculan usaha-usaha babi yang baru.

Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa analisis lingkungan internal, dan analisis lingkungan eksternal yang dimiliki oleh usaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strength)

- a. Banyaknya pelanggan atau konsumen
- b. Lokasi tempat jualan UMKM Ibu Ketut Wantini berada di pusat kota, pinggir jalan utama sehingga mudah untuk dijangkau
- c. Kualitas daging yang baik dimana, daging babi selalu dijual dalam keadaan baru dan fresh dan tidak menggunakan bahan pengawet, hal ini dikarenakan daging babi disimpan menggunakan freezer dalam suhu minus 20 derajat celcius. Apabila ada daging babi dalam rentang waktu 24 jam yang tersisa maka daging akan disimpan dan diolah dalam bentuk olahan Babi
- d. Konsumen dapat memilih bagian daging babi mana yang akan dibelinya tentunya dengan harga yang relative murah dan harga bersaing

2. Kelemahan (Weakness)

- a. Bahan pangan mahal dan sulit didapat
- b. Saluran Promosi belum maksimal, dimana UMKM Ibu Ketut Wantini masih mengalami kesulitan dalam mencari informasi atau link terkait mempromosikan daging babi

khususnya kepada usaha-usaha olahan babi, warung makan babi dan usaha sejenis yang memerlukan daging babi.

3. Peluang (Opportunities)

- a. Mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan
- b. Permintaan pasar meningkat, pertumbuhan penduduk mempengaruhi peningkatan konsumsi salah satunya konsumsi pada daging babi, UMKM Ibu Ketut Wantini sebagai daging yang digemari di Bali mengalami peningkatan permintaan pasar. Daging babi memiliki segmentasi pasar yaitu ada pada hidangan atau sajian dalam upacara keagamaan di Bali, jadi apabila terdapat upacara keagamaan di Bali permintaan pasar terhadap daging babi mengalami peningkatan.
- c. Pangsa pasar yang masih terbuka luas
- d. Banyak media promosi, perkembangan teknologi membantu UMKM Ibu Ketut Wantini untuk mempromosikan produknya baik secara online melalui Instagram, facebook, whatsapp customer dan secara offline untuk mempromosikan produknya dengan seperti pembicara seminar, surat penawaran ke warung makan.

4. Ancaman (Threats)

- a. Meningkatnya kompetitor sejenis, Usaha daging potong dapat dikatakan cukup menjanjikan, sehingga banyak pengusaha yang mencoba keberuntungan bisnis dalam bidang tersebut. Terdapat pesaing yang cukup memberikan pengaruh terhadap perkembangan UMKM Ibu Ketut Wantini.
- b. Kenaikan harga babi dari peternak, harga babi yang siap dipotong menjadi permasalahan yang cukup serius pada UMKM Ibu Ketut Wantini. Dimana harganya menyesuaikan terhadap harga pakan babi selain itu juga kerap kali harga babi meningkat karena peternak

terkena musibah yaitu babi terserang virus sehingga mati

- c. Menurunnya penjualan dimana penurunan penjualan daging babi disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya seperti kejenuhan konsumen. Karena kebanyakan permintaan daging babi pada saat bulan-bulan upacara keagamaan maka pada bulan tertentu UMKM Ibu Ketut Wantini mengalami penurunan penjualan.

PEMBAHASAN

Terkait dengan pengembangan usaha diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan suatu alat untuk mencapai tujuan perusahaan masa mendatang. Strategi adalah suatu tindakan dalam suatu pengambilan keputusan manajemen puncak dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang mana nantinya sangat memiliki pengaruh dalam kehidupan perusahaan yang memiliki waktu jangka panjang (Rachmat, 20143). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini terkait perkembangan usaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini adalah strategi SWOT. Freddy (2013) menyatakan bahwa SWOT adalah suatu bentuk analisa yang didasarkan oleh suatu logika yang nantinya dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Strategi SWOT digunakan untuk menggabungkan faktor-faktor tersebut yang menjadi dasar untuk melakukan analisis dengan menggabungkan unsur-unsur kekuatan (Strenghts) dengan peluang (Opportunities) atau disebut (S- O strategi), kekuatan (Strenghts) dengan ancaman (Threats) atau disebut (S- T strategi), kelemahan (Weaknesses) dengan peluang (Opportunities) atau disebut (W-O strategi), kelemahan (Weaknesses) dengan ancaman (Threats) atau disebut (W-T strategi).

Dalam penilaian kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi oleh usaha pengecer daging babi

Ibu Ketut Wantini dalam penelitian ini akan dikupas dari hasil wawancara dengan pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini yang menjadi informan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan maka dapat dijelaskan terkait dengan kekuatan yang dimiliki oleh pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini bahwa kekuatan yang paling besar adalah karena usaha dapat berada di jantung kota dan memiliki kualitas daging babi yang baik agar memiliki banyak pelanggan. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri dari kekuatan tersebut ada juga kelemahan yang dipandang dari pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini.

Salah satu kelemahan yang dimiliki pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini ini dapat dilihat dari bahan pangan yang mahal dan sulit didapat dipaparkan oleh pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini ini yang kini sudah berdiri 20 tahun dapat dikatakan sudah mampu bersaing dengan usaha-usaha babi lain, karena selain pangsa pasar yang luas dan pelayanannya yang berkualitas usaha ini akan dapat menjadi lebih kuat dalam mengatasi kelemahan dan menghadapi tantangan kedepannya.

Selain kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini ada pula peluang dan ancaman yang bisa saja setiap saat dihadapi. Berbicara tentang peluang yang bisa dihadapi berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu usaha pengecer daging babi ini memiliki peluang memanfaatkan jumlah anak-anak muda, perumahan-perumahan, jumlah penduduk yang semakin meningkat dan mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan, yang selalu berusaha bersaing dengan baik dan dapat meningkatkan pelanggan.

Adanya peluang pasti adapula ancaman yang nantinya bisa dihadapi oleh pengusaha itu sendiri yaitu salah satunya persaingan yang semakin ketat dengan usaha babi lainnya, adanya harga pesaing yang

lebih murah. Arus globalisasi akan membawa masuknya persaingan baru yang akan menghantam perkembangan usaha. Jadi usaha ini harus mampu memperkuat diri untuk bertahan dan berkembang dengan banyaknya persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan pemaparan hasil wawancara tersebut diatas, maka dapat ditampilkan lebih rinci terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha pengecer daging babi hal tersebut dapat disajikan dalam matriks SWOT dibawah ini :

KAFI (Kesimpulan Analisis Faktor Internal)	STRENGTH (Kekuatan)	WEAKNESS (Kelemahan)
KAFE (Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pelanggan atau konsumen 2. Lokasi Strategis 3. Produk Berkualitas 4. Varian dan Harga Daging 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan pangan mahal dan sulit didapat 2. Saluran Promosi belum maksimal
OPPORTUNITY (Peluang)	S-O (Kekuatan-Peluang)	W-O (Kelemahan-Peluang)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan 2. Permintaan Pasar Meningkat 3. Pangsa pasar yang masih terbuka luas 4. Banyak media promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang 1. Menjaga kualitas daging 2. Inovasi Produk 3. Peningkatan promosi 4. Harga terjangkau 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menanggulangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang 1. Meningkatkan media promosi 2. Diversifikasi produk olahan 3. Menambah jaringan supplier

THREAT (Ancaman)	S-T (Kekuatan-Ancaman)	W-T (Kelemahan-Ancaman)
1. Kenaikan harga Babi dari peternak 2. Meningkatnya Kompetitor Sejenis 3. Menurunnya Penjualan	Menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman 1. Tetap fokus pada kualitas daging babi yang diberikan kepada konsumen 2. Menjaga Stabilitas Harga 3. Memberikan Penawaran menarik 4. Menjaga Distribusi Daging 5. Menciptakan reseller	Memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman 1. Dengan memperbanyak sumber supplier babi, dan jika memungkinkan untuk dilakukan yaitu pengusaha menternak babi 2. Promosi dimaksimalkan untuk menghadapi competitor 3. Memberikan Pelayanan Prima 4. Bekerjasama dengan UMKM Olahan Babi

Berdasarkan data analisis Matriks SWOT, bahwa melalui penggabungan kombinasi faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan faktor eksternal (peluang, ancaman) UMKM pengecer daging babi Ibu Ketut Wantini diperoleh alternatif strategi sebagai berikut:

a. Strategi berwirausaha dengan formasi strategi (SO) kekuatan-kekuatan peluang yaitu terdiri dari :

1. Menjaga kualitas daging, maksudnya disini jika daging yang dijual ingin tetap diminati konsumen maka babi yang di pakai harus yang terbaik, dan jangan menggunakan babi yang kurang baik dari sebelumnya meskipun harganya lebih murah. Karena sekali melakukan kesalahan dan membuat konsumen kecewa, akan susah untuk membuat konsumen percaya lagi.
2. Inovasi produk dimana pengusaha harus memberikan inovasi untuk usahanya agar pelanggan tidak berpaling ke lain tempat.
3. Peningkatan Promosi, Meningkatkan pemanfaatan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi secara tepat. Media sosial dapat menjangkau ke

pasar yang lebih luas baik itu mereka yang diluar pulau atau luar negeri sekalipun. Meningkatkan promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram, facebook, whatsApp, dan blog.

4. Harga yang dapat dijangkau adalah suatu harapan konsumen sebelum mereka melakukan transaksi pembelian. Dimana banyak suatu konsumen pasti akan mencari produk-produk dengan harga yang dapat mereka jangkau dan sesuai dengan kualitas daging babi yang diberikan.

b. Strategi berwirausaha dengan formasi strategi (WO) kekuatan-kekuatan peluang yaitu terdiri dari :

1. Meningkatkan promosi,
2. Diversifikasi Produk Olahan
3. Menambah jaringan supplier

c. Strategi berwirausaha dengan formasi strategi (ST) kekuatan-kekuatan peluang yaitu terdiri dari :

1. Tetap fokus pada kualitas daging babi yang diberikan, terutama dengan tekstur kualitas daging yang lembut dan segar.
2. Menjaga stabilitas harga
3. Memberikan penawaran menarik
4. Menjaga distribusi daging dan menciptakan reseller

d. Strategi berwirausaha dengan formasi strategi (WT) kekuatan-kekuatan peluang yaitu terdiri dari :

1. Dengan memperbanyak sumber supplier babi, karena bagian terpenting dari suatu usaha yaitu supplier dimana merupakan kemampuan untuk mempertahankan tingkat persediaan secara preventif, dan jika memungkinkan untuk dilakukan yaitu pengusaha pengecer daging babi ini mencoba untuk menternak babi di rumahnya.
2. Promosi dimaksimalkan untuk menghadapi kompetitor, melakukan promosi untuk meningkatkan

pendapatan usaha maka dari itu dapat dilakukan dengan memanfaatkan sosial media seperti Instagram, facebook, whatsApp, dan blog.

3. Memberikan pelayanan prima, menjalankan sebuah usaha dari nol perlu memiliki banyak aspek yang harus dipertimbangkan, tidak hanya sekedar tentang mengelola produk dan berhasil menjual, tetapi ada faktor lain yang juga harus dipertimbangkan agar bisnis tetap berjalan dengan lancar.
4. Kreatif dan bekerjasama dengan UMKM olahan babi, dimana kreativitas berarti kemampuan untuk mencipta atau daya cipta. Kreativitas merupakan naluri yang sudah dimiliki manusia sejak lahir. Namun suatu, kreativitas tidak dapat berkembang dengan sendirinya.

Dengan mengetahui sejauh mana perkembangan usaha pengecer daging babi ibu Ketut Wantini dapat diketahui strategi yang digunakan perusahaan untuk pengembangan usaha kedepannya. Faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi usaha pengecer daging babi tersebut sebagai berikut :

1. Mempertahankan kualitas daging yang dijual
2. Inovasi produk dimana pengusaha harus memberikan inovasi untuk usahanya agar pelanggan tidak berpaling ke lain tempat
3. Peningkatan promosi yang dapat nantinya menjangkau pangsa pasar yang jauh lebih luas, efektif dan efisien

Dengan menggunakan strategi S-O (Strength-Opportunity) kekuatan dan peluang perusahaan untuk menghadapi kelemahan dan ancaman perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam yang dilaksanakan di usaha pengecer daging babi ibu Ketut Wantini tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Pengecer Daging Babi di Masa Pandemi Covid-19

dapat ditarik beberapa kesimpulan khusus berdasarkan analisis dengan uraian sebagai berikut : usaha pengecer daging babi merupakan usaha yang menguntungkan dari sisi ekonomi karena daging babi banyak diminati, disamping itu, daging babi juga merupakan sumber protein utama yang memiliki kandungan asam amino lebih lengkap dan salah satu usaha rumah tangga yang penting sebagai sumber penghasilan. Babi potong merupakan penyumbang daging terbesar dari kelompok ruminansia terhadap produksi daging nasional sehingga usaha pengecer daging babi ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai usaha yang menguntungkan.

Adapun kekuatan, kelemahan, dan peluang serta ancaman atau SWOT yang dihadapi oleh usaha pengecer daging babi ibu Ketut Wantini ini adalah bahwa kekuatan yang paling besar adalah karena usaha ini berada di pusat kota jalan utama, lokasi ramai dan lalu lalang, akses yang mudah dijangkau dan memiliki kualitas daging babi yang baik agar memiliki banyak pelanggan dan kualitas dari segi daging babi yang dijual. Salah satu kelemahan yang dimiliki oleh usaha pengecer daging babi ibu Ketut Wantini dapat dilihat dari bahan pangan yang mahal dan sulit didapat. Adanya peluang pasti ada pula ancaman yang nantinya bisa dihadapi oleh pengusaha itu sendiri yaitu salah satunya persaingan yang semakin ketat dengan usaha pengecer daging babi lainnya, adanya pesaing yang lebih murah.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, H. Buchari. 2009. Kewirausahaan. Cetakan ke-14. Edisi Revisi. Bandung: ALFABETA
- Argyris, 1985, Strategy Change and Defensive Routines, Marshfield, MA: Pitman Pub
- Ariani, dan Utomo, Mohamad Nur. 2017. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2, September 2017, 99-118.
- Danoko, Florence, 2008. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil*. Universitas Kristen Krida Wacana. Jakarta.
- David, F. R. 2010. "Manajemen Strategis" Edisi Keduabelas, Buku Satu. Jakarta : Salemba Empat
- Hitt, Michael A, R. Duane Ireland, and Robert E.Hoskisson, alih bahasa. 2005. *Manajemen Strategis Daya saing & Globalisasi*. Buku Satu. Penerbit Salemba. Jakarta.
- Jogiyanto. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPF
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2009, "Manajemen Pemasaran" Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh : Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Latuny, Wilma, 2009. *Strategi dan Pengembangan Usaha*. Bandung : Alfabeta
- Masiyal Kholmi, 2003 "Akuntansi Biaya", Edisi 4, Yogyakarta, BPF.
- Muyaldi, 2005, "Akuntansi Biaya", Edisi 5, Aditya Media. : Yogyakarta
- Pearce dan Robinson. 2008. "Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian". Jakarta : Salemba Empat.
- Peters, H. 2011. "Pengertian dan Defisi Kewirausahaan", Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, F. 2009. *Manajemen Strategi Pengembangan Usaha*. Bandung : Alfabeta
- Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT*. Jakarta : Gramedia.
- Rangkuti, F. 2014. *Manajemen Strategi dan Pengembangan Usaha*. Bandung : Alfabeta
- Rudjito. 2006. *Strategi Pengembangan UMKM*. Edisi Revisi. Penerbit Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Schumpeter, Buchari, 2011, "Konsep dan Pengertian Kewirausahaan". Bandung : Alfabeta
- Sofyan, A. 2011. "Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi", Jakarta : Penerbit PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryana, 2008. "Pengertian Kewirausahaan", Jakarta : Salemba Empat
- Suci, Fellyanda. 2020. *Cerita Lengkap Asal Mula Munculnya Virus Corona di Wuhan*
- Tjiptono, F. 2008. "Strategi Pemasaran", Yogyakarta : ANDI