

**ECOBESTHA\_BUS 9**

**Strategi Pengembangan Bisnis UMKM di Sentra Kuliner Kecamatan Citangkil Kota Cilegon**

**Iha Haryani Hatta<sup>1</sup>, Erwin Permana<sup>2</sup>, Nurul Hilmiyah<sup>\*3</sup>, M. Reza Misda Suryadinata<sup>4</sup>, Atika Dian Puspita<sup>5</sup>**

<sup>1, 2, 3,4,5</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pancasila  
(E-mail Korespondensi: nurulhilmiyah@univpancasila.ac.id)

**ABSTRACT**

**1) Pendahuluan**

Pada awal tahun 2020 wabah covid-19 telah melanda dan menyebabkan melemahnya aktivitas perekonomian. Adanya pembatasan sosial mengakibatkan masalah di berbagai sektor, baik sektor ekonomi, sosial dan politik, terutama sektor pariwisata (Škare et al., 2020). Kemenkeu mengkaji dampak Covid-19 membuat UMKM tidak dapat melakukan usahanya sehingga terganggu kemampuan memenuhi kebutuhan kredit yang pada akhirnya terjadi pengurangan pegawai hingga menutup tempat usaha. Dampak Covid-19 terhadap perekonomian khususnya UMKM baik secara global maupun di Indonesia telah diteliti sebelumnya. Susilowati et al (2020) menyebutkan bahwa untuk mengatasi dampak dari pandemi terhadap perekonomian, pemerintah harus mengoptimalisasikan potensi yang ada.

**2) Pernyataan Masalah dan Tujuan**

Situasi krisis ini membuat lambat pertumbuhan UMKM Indonesia. Lesunya sektor pariwisata memiliki efek terhadap sektor UMKM berbasis Ekonomi kreatif pada Sub-sektor kuliner. Kuliner yang merupakan Sub-sektor perekonomian kreatif yang paling berkontribusi pada PDB adalah yang paling terdampak Covid-19, dimana Sub-sektor ini memiliki kontribusi cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Berdasarkan data internal Moka, perusahaan jasa layanan kasir digital, telah terjadi penurunan pendapatan harian pada industri kuliner yang signifikan.

Namun demikian terlihat fakta bahwa usaha kuliner di tengah pandemi merupakan salah satu usaha dengan tingkat ketahanan yang tinggi, sehingga peluangnya masih sangat besar (Kemenparekraf, 2020). Pada lingkup yang lebih kecil dampak pandemi juga memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM di Kota Cilegon. Akibat ruang gerak masyarakat dibatasi

akhirnya pesanan makanan secara online membludak (Banten News, 2020). Namun tidak sedikit juga ditemui kesulitan penjualan dan kendala modal bagi pelaku UMKM makanan pada masa pandemi. Fakta ini ditemukan berdasarkan hasil wawancara dengan para pendamping ekonomi UMKM dan para pelaku UMKM makanan di kota Cilegon pada Oktober 2021. Salah satunya disebabkan karena masyarakat kehilangan pekerjaan yang membuat daya beli menurun dan berakibat menurunnya pendapatan dan sektor UMKM yang paling terkena dampak Covid-19 (Kabar Banten.com, 2021).

Fenomena melambatnya laju pertumbuhan UMKM dan menurunnya pendapatan harian pada sub-sektor kuliner secara signifikan, mendorong untuk dilakukannya penelitian. Maka urgensi penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengeksplorasi potensi dan daya tarik produk kuliner Cilegon, mengetahui kendala yang dihadapi para pelaku UMKM kuliner dan mengembangkan strategi bisnis kuliner kota cilegon di tengah pandemi covid-19.

### **3) Metodologi**

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konsep manajemen strategis dan dianalisis secara deskriptif. Sedangkan data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan alat analisis IFE, EFE, IE dan SWOT. Analisis ini digunakan untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek penelitian. Informasi disajikan dalam bentuk tabulasi angka, gambar, dan matriks sesuai dengan hasil yang diperoleh.

Skor total dari matriks IFE adalah sebesar 2,957. Hal ini menggambarkan bahwa UKM sektor kuliner di Cilegon berada dalam kondisi internal rata-rata. Sedangkan untuk matriks EFE diperoleh sebesar 2,784 yang menggambarkan bahwa kondisi sedang. Setelah dipadukan dalam matriks IE, maka posisi pada matriks tersebut berada pada Sel V. Posisi ini menggambarkan bahwa UKM berada dalam kondisi internal dan eksternal sedang atau rata-rata. Artinya, peluang atau ancaman yang dihadapi pelaku usaha dalam kondisi sedang sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang berada pada kondisi sedang juga.

#### 4) Analisis dan Pembahasan

Total Skor IFE		<u>Kuat</u>	Rata-rata 2.0-2.99	<u>Lemah</u>	
		4,0	3,0	2,0	1,0
T o t a l	Tinggi 3.0-4.0	I	II	III	
	3,0		Posisi UKM Kuliner (2,784:2,957)	VI	
S k o r	Sedang 2.0-2.99	IV			
	2,0				
E F E	<u>Rendah</u> 1.0-1.99	VII	VIII	IX	
	1,0				

**Gambar 1. Matriks IE**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matriks EFE dan IFE diperoleh skor total sebesar 2,957. Hal ini menggambarkan bahwa UKM sektor kuliner di Cilegon berada dalam kondisi internal rata-rata. Sedangkan untuk matriks EFE diperoleh sebesar 2,784 yang menggambarkan bahwa kondisi sedang. Setelah dipadukan dalam matriks IE, maka posisi pada matriks tersebut berada pada Sel V. Setelah dipadukan dalam matriks IE, maka posisi pada matriks tersebut berada pada Sel V. Posisi ini menggambarkan bahwa UMKM Cilegon berada dalam kondisi internal dan eksternal sedang atau rata-rata. Artinya, peluang atau ancaman yang dihadapi pelaku usaha dalam kondisi sedang sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan yang berada pada kondisi sedang juga.

#### Strategi S-O

Strategi S-O bagi pelaku UKM di kampung kuliner Citangkil, dapat dirumuskan sebagai berikut:

- (a). **Menjaga citra usaha dimata konsumen**
- (b). **Memperkuat kapabilitas digital**
- (c). **Memperkuat jaringan yang sudah ada dan menambah jaringan baru dengan berbagai macam pihak**

#### Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi yang bertujuan memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal:

- (a). **Meningkatkan modal kerja untuk pembiayaan operasional dan memperluas distribusi**

## **(b). Peningkatan Kualitas SDM**

### **Strategi S – T**

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan usaha untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal, yakni:

#### **(a). Memperluas pasar yang sudah ada**

### **Strategi W-T**

Strategi W-T adalah strategi yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman lingkungan yakni:

#### **(a). Melakukan perencanaan produksi dan efisiensi biaya**

## **5) Simpulan dan Rekomendasi.**

Di Indonesia, UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian, diantaranya terhadap PDB sebesar 61.07%, menyerap tenaga kerja sebesar 97.00%, kontribusi terhadap ekspor sebesar 14%. Pandemi covid-19 berdampak signifikan terhadap UMKM. Hal ini juga tidak terlepas memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM Kuliner Citangkil, kota Cilegon.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi yang lazim digunakan untuk usaha yang berada pada Sel V adalah strategi pertahankan dan pelihara (*hold and maintain*), yaitu berupa penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar dapat dilakukan melalui pencarian pangsa pasar yang lebih besar untuk produk kuliner UMKM Cilegon yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran yang gencar. Strategi penetrasi pasar termasuk menambah jumlah wiraniaga kuliner, menambah saluran periklanan, menawarkan promosi barang penjualan kuliner yang ekstensif, atau menambah peluncuran usaha kuliner baru.

Strategi pengembangan ini dapat membantu pelaku UMKM kuliner Cilegon untuk bangkit dan produktif kembali melalui strategi pengembangan bisnis yang telah direkomendasikan diatas. Sehingga usaha kuliner yang dijalankan para pelaku UMKM Cilegon bisa berkembang dan memaksimalkan potensi yang ada. Hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi bisnis kuliner kota Cilegon pada masa pandemi Covid-19.

**Kata kunci:** Strategi bisnis, UMKM Kuliner, SWOT, Pandemi Covid-19.