

SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PADA MASA
PANDEMI COVID-19 DI KOTA MATARAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM DI MATARAM

Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Studi
Pada Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Jenjang Strata I
Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Mataram



DI SUSUN OLEH:
PARHUNIARTI
NIM. 417130034

PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
2021

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PADA MASA
PANDEMI *COVID-19* DI KOTA MATARAM**

Disusun Oleh:

PARHUNIARTI

NIM. 417130034

Mataram, 17 Agustus 2021

Pembimbing I,

Baiq Harly Widavanti, ST., MM
NIDN. 0802078401

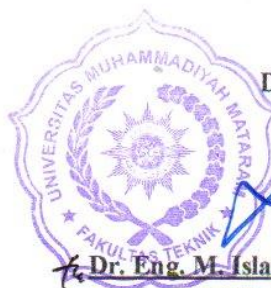
Pembimbing II,

Rasyid Ridha, ST., MSi
NIDN. 0809089002

Mengetahui,

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS TEKNIK**

Dekan,



Dr. Eng. M. Islamy Rusyda, ST., MT
NIDN. 0824017501

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI
SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PADA MASA
PANDEMI *COVID-19* DI KOTA MATARAM**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA: PARHUNIARTI

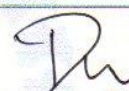
NIM: 417130034

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada hari Senin, 5 Agustus 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Tim Penguji

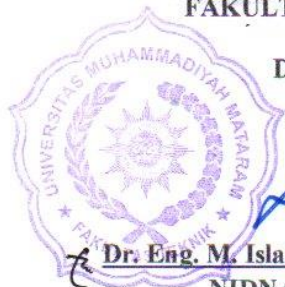
- | | | |
|----------------|-------------------------------------|---|
| 1. Penguji I | : Baiq Harly Widayanti, ST., MM |  |
| 2. Penguji II | : Rasyid Ridha, ST., MSi |  |
| 3. Penguji III | : Sri Apriani Puji Lestari, ST., MT |  |

Mengetahui,

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

FAKULTAS TEKNIK

Dekan,



Dr. Eng. M. Islamy Rusyda, ST., MT

NIDN.0824017501

LEMBAR PERSYARATAN KEASLIAN KARYA TULIS

LEMBAR PERSYARATAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PARHUNIARTI
NIM : 417130034
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota
Judul : Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner Pada Masa Pandemi *covid-19* di Kota Mataram

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
Apabila dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini adalah hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Mataram, 1 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan


PARHUNIARTI
NIM. 417130034



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat

Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PARHUNIARTI
NIM : 417130034
Tempat/Tgl Lahir : SIKUR / 06 - 06 - 1999
Program Studi : Perencanaan Wilayah & Kota
Fakultas : Teknik
No. Hp/Email : 081 - 897 - 618 - 049 / farhuniarti@gmail.com
Judul Penelitian : -

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER
PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MATARAM

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 58% 45%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya **bersedia menerima sanksi** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 25 - Agustus - 2021

Penulis



PARHUNIARTI
NIM. 417130034

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat

Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PARHUNWARTI
NIM : 417130034
Tempat/Tgl Lahir : SIKUR 106-06-1999
Program Studi : Perencanaan Wilayah & Kota
Fakultas : Teknik
No. Hp/Email : 081 - 997 - 618 - 049
Jenis Penelitian : ☒ Skripsi ☐ KTI ☐

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PADA MASA
PANDEMI COVID-19 DI KOTA MATARAM

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 25 - Agustus - 2021

Penulis



Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTO HIDUP

O يُسْرًا الْعُسْرَ مَعَ إِنَّ O يُسْرًا الْعُسْرَ مَعَ فَإِنَّ

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan . sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan ”

(QS. Al Insyirah 5-6)

- Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri
- Banyak Kegagalan Dalam Hidup Ini Dikarenakan Orang-Orang Tidak Menyadari Betapa Dekatnya Mereka Dengan Keberhasilan Saat Mereka Menyerah
- Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua ku ibu Suarti dan bapak ku Turmuzi yang telah menyekolahkan, membiayai dan memenuhi kebutuhan hidupan ku selama ini serta motivasi dan doa yang telah kalian panjatkan kepada ku selama ini. Karna kalian berdua (orang tuaku) alasanku untuk berjuang sampai pada saat ini karna perjuangan ku yang paling utama yaitu melihat kalian tersenyum di saat aku memakai toga nanti
2. Untuk saudara ku, kakak Urtini dan adik ku Salmia yang saya sayangi. Semoga kita kelak bisa membahagiakan kedua orang tua kita
3. Untuk kakak Sepupuku Yunistira Rahma Wage Ningsih, untuk Bibiq ku Nur Laili, Juma'iah yang selalu memberika motivasi, dukungan, sekaligus sebagai ibu keduaku di rantauan.
4. Untuk teman kelas PWK'17 Marisa, Olip, Dewi Rukmana, Haikal, Yayak, Annisyah, Gino, Ade, Dk, Reni, Zikrullah dan Ikbal.
5. Untuk semua Mahasiswa PWK yang kompak.
6. Untuk kampus Universitas Muhammadiyah Mataram terimakasih karena telah menjadikan kampusku tempat menuntut ilmu sebagai bekal di masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami persembahkan kehadiran Allah yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunianya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MATARAM” penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Ibu Baiq Harly Widayanti, ST., MM selaku Pembimbing I dan Bapak Rasyid Ridha, ST., M.Si selaku Pembimbing II yang telah membantu penulisan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Arsyad Abd Gani, M.pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. Eng. M. Islamy Rusyda, ST., MT selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Ibu Febrita Susanti, ST., MEng selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Seluruh Dosen yang berada di program studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Muhammadiyah Mataram

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Amin

Mataram, 01 Agustus 2021

PARHUNIARTI
417130034

ABSTRAK

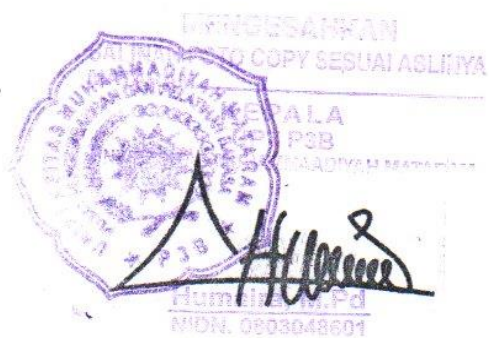
Penelitian kondisi UMKM Sektor Kuliner pada Masa Pandemi dan strategi pengembangan UMKM Sektor Kuliner Ketika pandemi *covid-19* sudah lama muncul di Kota Mataram bertujuan untuk mengetahui kondisi UMKM sektor Kukiner pada masa pandemi covid-19 dan konsep strategi yang cocok di gunakan UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi covid-19 di Kota Mataram. Metode penelitian menggunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan Analisis SWOT (IFE dan EFE). Variabel yang digunakan yaitu Modal, produksi, pemasaran, sarana dan prasarana (produksi), pembinaan dan pelatihan, promosi, sarana dan prasarana (Lokasi). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa. Sumber pemodal usaha UMKM Sektor Kuliner dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan, baik dari bank, dan lembaga keuangan non Bank, jumlah produksi menurun, perluasan pemasaran melalui sosial media sebagai tempat memasarkan produknya melalui online misalnya sosmed seperti: instagram, Facebook, Line, Website, dan lain-lain dan aplikasi berbasis transportasi, media sosial, *marketplace*, Grabgood dan Gofood, pengadaan sarana dan prasarana produksi dengan menggunakan alat tradisional dan sudah menggunakan alat produksi modern atau menggunakan teknologi canggih dalam memproduksi guna untuk menghemat waktu dalam pengerjaan, pengadaan pembinaan dan pelatihan melalui program JPS Gemilang, JPS Kota, PIRT (Pelatihan Ibu Rumah Tangga) dan pelatihan manajemen keuangan, pelatihan yang diadakan dengan cara bergantian dengan para pelaku UMKM sektor kuliner lainnya dengan tetap mentaati protokol sehatan, promosi melalui media sosial, penyediaan sarana dan prasarana (Lokasi) UMKM Sektor Kuliner Kota Mataram berada pada lokasi yang strategis dan memiliki biaya sewa lokasi yang rendah. Konsep Strategi pengembangan UMKM Sektor Kuliner yaitu berdasarkan matriks IFE dan matriks EFE, maka dapat disusun matriks I-E. Total skor bobot IFE sebesar 4,000 dan EFE sebesar 3,703. Menempatkan Pengembangan UMKM sektor kuliner pada masa pandemi covid-19 berada pada sel I. Posisi ini menggambarkan Pengembangan UMKM sektor kuliner menunjukkan strategi yang diperlukan untuk UMKM sektor kuliner pada masa pandemic *covid-19* adalah *Grow and build* (Tumbuh dan Bina) adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

Kata Kunci : Pengembangan, Modal, Pemasaran, UMKM Sektor Kuliner, SWOT

ABSTRACT

When the COVID-19 pandemic has long appeared in Mataram City, research on the condition of MSMEs in the culinary sector during the pandemic and strategies for developing MSMEs in the culinary sector also has long appeared. This aims to determine the condition of MSMEs in the culinary sector during the pandemic and the concept of strategies that are suitable for use in the MSME sector. The study employs a descriptive qualitative methodology as well as a SWOT analysis (IFE and EFE). Capital, production, marketing, facilities and infrastructure (production), coaching and training, promotion, and facilities and infrastructure are the variables used (location). The findings of this study show that MSMEs in the culinary sector can get business capital from their own capital, government support, and financial institutions, both banks and non-bank financial organizations. Product promotion is expanded through social media platforms such as Instagram, Facebook, Line, the website, and others, as well as transportation-based apps, social media, market places, Grabgood, and Gofood. Procurement of production facilities and infrastructure using traditional tools and already using modern production equipment or using advanced technology in production in order to save time in processing, procurement of coaching and training through the JPS Gemilang, City JPS, PIRT (Housewife Training) programs and management training finance. While still adhering to health norms, promotion through social media, and supply of facilities and infrastructure, the training was held alternatively with other MSME actors in the culinary industry. MSMEs in Mataram City's culinary industry are in an advantageous position with low rental costs. The IFE and EFE matrices are used in the culinary sector's UMKM development strategy, allowing the I-E matrix to be arranged. IFE has a total weight score of 4,000, whereas EFE has a score of 3,703. Cell I represents the development of MSMEs in the culinary sector during the COVID-19 pandemic. This position outlines the growth of MSMEs in the culinary sector, as well as the tactics required for MSMEs in the culinary sector during the COVID-19 pandemic, such as grow and build, intense (penetration, market expansion, and product development), or integration (backward integration, forward integration, and horizontal integration).

Keywords: *Development, Capital, Marketing, Production, MSME Culinary Sector, SWOT.*



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTO HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Penelitian	4
1.4.1 Batas Penelitian	4
1.4.2 Ruang Lingkup Wilayah	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Terminologi Judul	8
2.1.1 Strategi.....	8
2.1.2 Pengembangan.....	8
2.1.3 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)	8
2.1.4 Kuliner.....	8
2.1.5 Covid-19	9
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Teori UMKM	9
2.2.1.1 Karakteristik UMKM	10

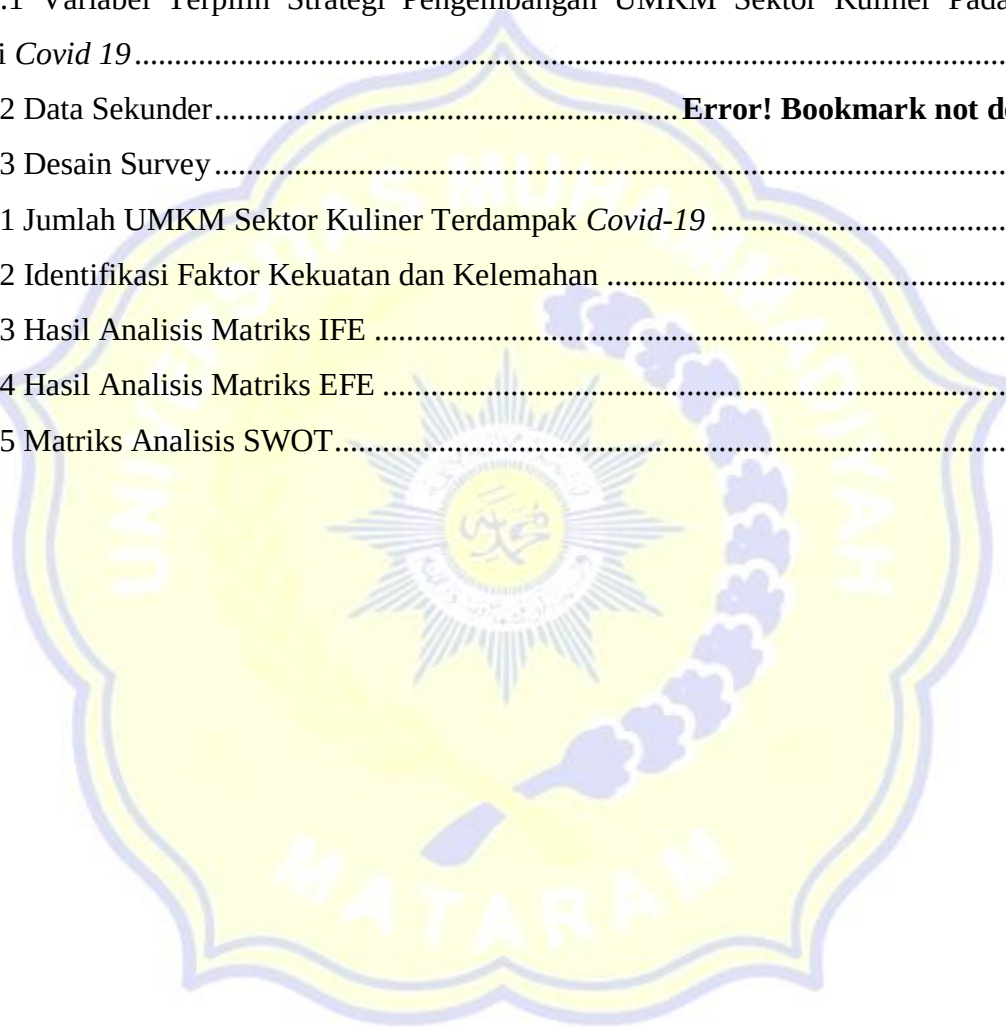
2.2.1.2 Faktor-Faktor Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	12
2.2.1.3 Kendala Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	15
2.2.2.4 Permasalahan yang dihadapi UMKM	16
2.2.2.5 Peran UMKM	18
2.2.2.6 Kekuatan dan Kelemahan UMKM	18
2.2.2 Teori Kuliner	20
2.2.3 Teori Strategi	23
2.2.4 Analisis SWOT	23
2.3 Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
3.1 Lokasi Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian	27
3.3 Variabel penelitian	28
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data Penelitian	29
3.5 Metode Pengolahan Data (Analisis)	30
3.5.1 Analisis Kondisi UMKM Sektor Kuliner (Deskriptif Kualitatif)	30
3.5.2. Analisis Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner	31
3.5.2.1 Analisis Internal atau <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	31
3.5.2.2 Analisis Eksternal atau <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i>	32
3.5.2.3 Matriks IE (<i>Internal External</i>)	33
3.6 Desain Survey	35
3.7 Kerangka Berfikir	37
BAB IV PEMBAHASAN	39
4.1 Gambar Umum Penelitian	39
4.1.1 Pengembangan UMKM Sektor Kuliner dari Tahun Ketahun Selama Pandemi Covid-19	40
4.2 Kondisi UMKM Sektor Kuliner Pada masa pandemi covid-19 di Kota Mataram	42
4.3 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	47
4.3.1 Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	48
4.3.2 Matrik EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)	49
4.3.3 Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman	47
4.3.4 Analisis Matrik IFE	48
4.3.5 Analisis Matrik EFE	49

4.3.6 Matrik IE	51
4.3.7 Analisis Matriks SWOT (<i>Strength Weakness Opportunities Threads</i>).....	52
BAB V KESIMPULAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMK di Kota Mataram Pada Tahun 2015-2020	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1 Karakteristik UMKM.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.2 Karakteristik UMKM Berdasarkan Aset dan Omset	Error! Bookmark not defined.
Table 2.3 Penelitian Terdahulu	24
Table 3.1 Variabel Terpilih Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19.....	28
Tabel 3.2 Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3 Desain Survey	35
Tabel 4.1 Jumlah UMKM Sektor Kuliner Terdampak Covid-19	41
Tabel 4.2 Identifikasi Faktor Kekuatan dan Kelemahan	47
Tabel 4.3 Hasil Analisis Matriks IFE	49
Tabel 4.4 Hasil Analisis Matriks EFE	50
Tabel 4.5 Matriks Analisis SWOT.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDRB Kota Mataram, 2020**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1.1 Diagram Jumlah IUMKM Kota Mataram.....3

Gambar 1.2 Peta Kota Mataram.....**Error! Bookmark not defined.**

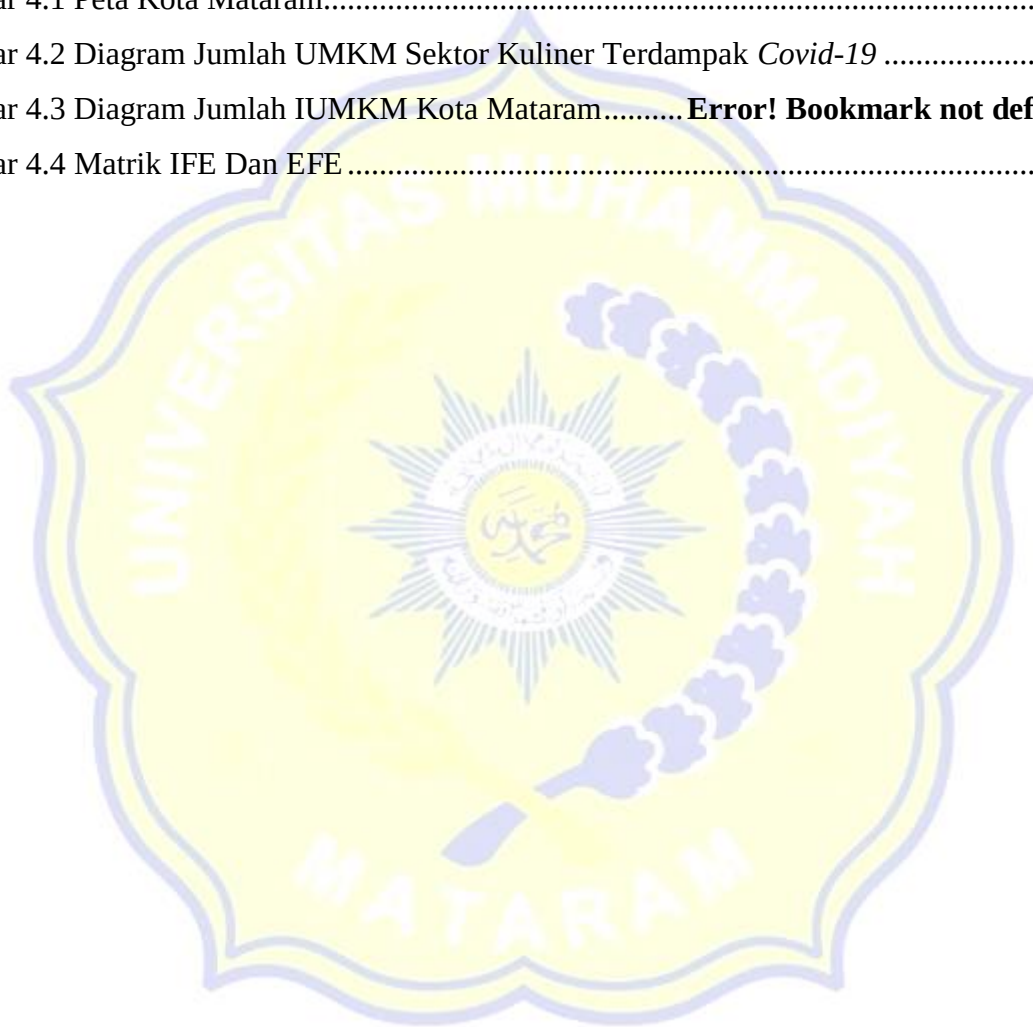
Gambar 3.1 Matrik IFE Dan EFE34

Gambar 4.1 Peta Kota Mataram.....39

Gambar 4.2 Diagram Jumlah UMKM Sektor Kuliner Terdampak *Covid-19*41

Gambar 4.3 Diagram Jumlah IUMKM Kota Mataram.....**Error! Bookmark not defined.**1

Gambar 4.4 Matrik IFE Dan EFE51





BAB I

LATAR BELAKANG

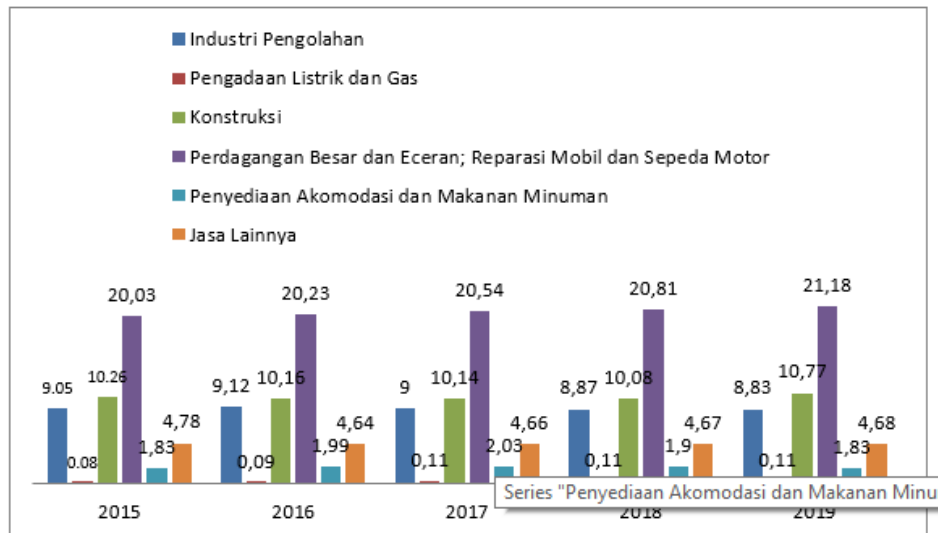
1.1 Latar Belakang

Serangan wabah *covid-19* yang terjadi pada tahun 2020 terjadi hampir di mana-mana di dunia, termasuk Indonesia, dan telah memberikan pengaruh yang merugikan pada berbagai lini perusahaan, khususnya bisnis UMKM. Pembatasan aktivitas masyarakat sebagai upaya penanganan pandemi *covid-19* telah menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional (Jufra, 2020). terjadi hampir di mana-mana Dampak merugikan dari wabah *Covid-19* telah berdampak pada pertumbuhan bisnis UMKM, dengan *physical distancing* menghalangi pergerakan bisnis UMKM yang membutuhkan *showroom* atau iklan. (Muhammad, Budi, & Ari, 2020). Pada tahun 2020 terdapat 64 Juta UMKM mempekerjakan 116.978.631 orang di Indonesia. UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia sangat terdampak, tidak hanya dari sisi produksi dan pendapatan, tetapi juga dari sisi jumlah pekerja yang harus di-PHK akibat pandemi. (Jufra, 2020).

Dalam krisis seperti ini, pemerintah harus memberikan perhatian khusus pada sektor UMKM karena merupakan penyumbang terbesar terhadap PDB, yaitu sebesar 61,07 persen dari PDB (atau total Rp bisa mencapai sekitar 60,42 persen). (KemenkopUMK, 2021)

Perekonomian Kota Mataram selama tahun 2020 mengalami kontraksi sebesar -5,50 persen. Kondisi tersebut disebabkan adanya pandemi global *covid-19* yang membuat perekonomian global, nasional, dan regional tertekan. Sektor pengangkutan dan perdagangan mengalami kontraksi terbesar (-34,12 persen) di sisi produksi.. Kemudian disusun oleh kategori akomodasi dan makan minum sebesar -32,09 persen dan konstruksi sebesar -22,30 persen (BPS, 2020) .

Kontribusi UMKM terhadap PDRB Kota Mataram pada Industri Pengolahan 8,83%, Perbaikan mobil dan sepeda motor 21,18 persen, pengangkutan dan perdagangan 6,30 persen, penyediaan akomodasi dan makanan dan minuman 1,83 persen, dan jasa Lainnya 4,68% (BPS, 2020).



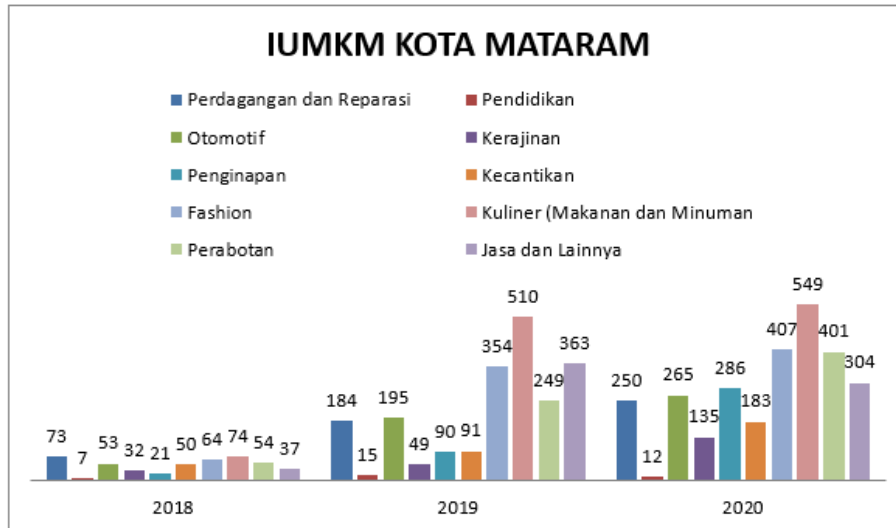
Gambar 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDRB Kota Mataram, 2020

Jumlah UMKM Kota Mataram setiap tahun mengalami fluktuatif dimana pada tahun 2015 sebanyak 5.288 pelaku usaha UMKM, kemudian ditahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 2.496 pelaku usaha UMKM, kemudian di tahun 2017 sampai tahun 2018 mengalami peningkatan, kemudian di tahun 2019 sampai tahun 2020 mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Mataram Pada Tahun 2015-2020

No	Kecamatan	JUMLAH UMKM					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Ampenan	832	411	562	914	321	602
2	Cakranegara	883	481	483	750	500	583
3	Mataram	1.170	288	650	781	1.176	709
4	Sandubaya	802	524	502	765	1.084	602
5	Sekarbela	754	528	454	415	265	554
6	Selaparang	847	560	507	845	834	557
TOTAL		5.288	2.792	3.158	4.470	4.180	3.607

Sumber : Dinas Perindustrian dan Koperasi dan UMKM Kota Mataram, 2020



Gambar 1.2 Diagram Jumlah IUMKM Kota Mataram

Sumber : Dinas Perindustrian dan Koperasi dan UMKM Kota Mataram, 2021

Berdasarkan grafik di atas jumlah ijin UMKM di tahun 2018 sebanyak 465 pelaku usaha kemudian di tahun 2019 sebanyak 2.100 pelaku usaha dan di tahun 2020 sebanyak 2.792. Perbandingan IUMKM berdasarkan jenis sektor Perdagangan dan reparasi, otomotif, penginapan, fashion, Perabotan, pendidikan, kerajinan, kecantikan, kuliner (makanan dan minuman) dan jasa lainnya, dari tahun 2018 sampai 2020 bahwa ijin UMKM sektor kuliner (makanan dan minuman) yang sangat banyak diminati oleh seluruh masyarakat dibandingkan dengan jenis UMKM lainnya.

Kondisi UMKM di Kota Mataram pada masa pandemi *covid-19*. Berdasarkan hasil observasi dan Wawancara pelaku UMKM di Kota Mataram merasakan penurunan omset sebesar 50%, karena menurunnya jumlah pembeli pada masa *Covid-19*. Hal ini terjadi akibat menurunnya aktivitas yang dilakukan di luar rumah. berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha UMKM Sektor Kuliner (Ningsih, 2020) dan dengan Diskopukm Kota Mataram.

Salah satu dampak yang muncul pada saat pandemi *covid-19* mewabah yakni sektor UMKM di Kota Mataram yang pada mulanya ramai konsumen, pada akhirnya banyak yang mengalami polemik. Semenjak adanya pandemi *covid-19* muncul, banyak outlet sektor UMKM kuliner mengalami pemerosotan peminat atau dengan kata lain jumlah pembeli menurun drastis sehingga jelas penurunan jumlah pembeli tidak dapat dihindari. Bukan hanya itu, pada masa pandemi *covid-19* yang cenderung labil atau dengan kata lain tidak dapat di prediksi. Dengan adanya penurunan jumlah pembeli yang cukup drastis, otomatis jumlah produk yang dibuat sedikit hal tersebut

jelas sangat berpengaruh pada omset atau pendapatan outlet-outlet sektor UMKM kuliner. Disini dapat dilihat bahwa adanya penurunan jumlah pembeli terhadap sektor UMKM kuliner yang ada di Kota Mataram. Dengan menurunnya jumlah pembeli tersebut jelas akan menurunkan pendapatan dan omset dari sektor UMKM sektor kuliner, berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha UMKM Sektor Kuliner.

Sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi *covid-19* dan mendapatkan suatu konsep strategi pengembangan UMKM sektor kuliner pada masa pandemi *covid-19*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi UMKM Sektor Kuliner pada saat pandemi *covid-19* mewabah di Kota Mataram?
2. Bagaimana strategi pengembangan UMKM sektor kuliner pada saat pandemi *covid-19* mewabah di Kota Mataram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi *covid-19* di Kota Mataram?
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM sektor kuliner pada masa pandemi *covid-19* di Kota Mataram.

1.4 Batasan Penelitian

Ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini adalah ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi. Cakupan wilayah bertujuan untuk membatasi wilayah kajian, sedangkan ruang lingkup materi bertujuan untuk membatasi isi pembahasan kajian..

1.4.1 Ruang Lingkup Materi

1. Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memenuhi kriteria sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008
2. Kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi *covid-19*.
3. Konsep Strategi pengembangan UMKM sektor kuliner pada saat pandemi *covid-19* mewabah

1.4.2 Ruang Lingkup Wilayah

Daerah penelitian berada di Kota Mataram di Nusa Tenggara Barat (NTB). Kota Mataram merupakan ibu kota provinsi NTB yang dipisahkan menjadi bahan dalam penelitian. 6 Kecamatan diantaranya adalah Kecamatan Ampenan, Kecamatan Cakranegara, Kecamatan Sandubaya, Kecamatan Sekarbela, Kecamatan Mataram dan Kecamatan Selaparang dengan total luas keseluruhanya adalah 6.009,70 Ha. Secara administrasi Kota Mataram berbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Kecamatan Gunung Sari, Kecamatan Batu Layar, dan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat
- Sebelah Timur : Kecamatan Narmada dan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat
- Sebelah Selatan : Kecamatan Labu Api, Kabupaten Lombok Barat
- Sebelah Barat : Selat Lombok



1.5 Manfaat Penelitian

Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk memberi manfaat bagi sejumlah pemangku kepentingan, termasuk:

- a. Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh otoritas pemerintah untuk membantu mereka membuat keputusan atau membuat kebijakan. UMKM sektor kuliner pada saat pandemi *covid-19* mewabah di Kota Mataram.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan kepustakaan sebagai pengetahuan khusus dalam hal pengembangan UMKM di bidang kuliner pada pertumbuhan ekonomi bagi akademisi, dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan informasi tambahan dalam melakukan penelitian lebih lanjut..
- c. Dalam hal akademisi Penelitian ini dapat mencerahkan masyarakat tentang relevansi UMKM dalam industri kuliner dan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam meningkatkan UMKM di bidang kuliner.
- d. Kajian ini, menurut penyelenggara UMKM sektor kuliner, merupakan sumber yang bermanfaat bagi siapa saja yang tertarik untuk memulai usaha di sektor UMKM kuliner. Di tengah wabah pandemi *covid-19* di sektor Mataram, bantu pulihkan omzet mereka..

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Terminologi Judul

Tema penelitian ini adalah ‘Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner Pada saat pandemi *covid-19* mewabah di Kota Mataram’ judul penelitian ini di jabarkan sebagai berikut:

2.1.1 Strategi

Kegiatan atau kegiatan pelaku usaha yang dilakukan agar suatu usaha tetap berfungsi, berjalan, dan menghasilkan keuntungan.. (Ihza, 2020)

2.1.2 Pengembangan

Pembangunan merupakan upaya pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memberikan fasilitasi, pendampingan, dan penguatan pendampingan untuk membantu mereka mengembangkan dan meningkatkan kapasitas dan daya saingnya. Hasil akhirnya adalah keuntungan. (UU RI, 2008)

2.1.3 Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau pelaku usaha tanpa intervensi dari lembaga lain, dan apabila pelaku usaha tersebut bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau anak perusahaan yang sudah dimiliki, atau menjadi bagian langsung dari perusahaan kecil atau besar. (Pratiwi, 2020)

2.1.4 Kuliner

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil. Pelaku sektor UMKM harus mengembangkan dan meningkatkan inovasi penyajian makanan dan minuman dengan terlebih dahulu memahami tuntutan masyarakat yang berbeda dan kemudian mengembangkan item baru. Para pelaku sektor ini juga harus memiliki kemampuan manajemen keuangan, pemasaran, dan lainnya. (Fitriani, 2020)

2.1.5 Covid-19

Covid-19 adalah epidemi baru yang dimulai pada kuartal keempat tahun 2019. Untuk pertama kalinya, wabah dimulai di Wuhan, Cina. Wabah ini sangat berbahaya karena merupakan virus tak kasat mata yang berpotensi membunuh banyak orang.

Munculnya virus ini berdampak tidak hanya bagi kesehatan, tetapi juga bagi berbagai industri di seluruh dunia. Vaksinasi untuk melindungi diri dari virus Covid-19 belum ditemukan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori UMKM

UMKM adalah unit Usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap (Putra, 2020)

Di Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha yang berjumlah paling banyak dan tahan menghadapi macam-macam krisis ekonomi. UMKM mempunyai karakteristik ciri pembeda pelaku usaha berdasar skala usahanya, yang melekat pada aktifitas usaha ataupun perilaku pengusahanya dalam menjalankan bisnisnya (Alifiana & Nanik, 2018)

Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dengan memiliki kriteria asset maksimal sebesar 50 juta dan omzet sebesar 300 juta. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil dengan kriteria asset sebesar 50 juta sampai dengan 500 juta dan omzet sebesar 300 juta sampai dengan 2,5 miliar. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha

besar dengan kriteria asset sebesar 500 juta sampai dengan 10 miliar dan omzet sebesar 2,5 miliar sampai dengan 50 miliar (UU RI, 2008)

Bank Dunia menggolongkan UMKM ke dalam 3 golongan, sebagai berikut: 1) Mikro, yakni usaha dengan tenaga kerja 10 orang; 2) Kecil, yakni usaha dengan tenaga kerja 30 orang; 3) Menengah, yakni usaha dengan tenaga kerja sampai dengan 300 orang (Alifiana & Nanik, 2018)

Usaha mikro, Kemandirian manajemen, modal mandiri, wilayah pemasaran lokal, aset perusahaan kecil, jumlah karyawan terbatas, prinsip pelaksanaan UMKM adalah kebersamaan, dan memiliki sistem ekonomi yang demokratis, kemandirian, keseimbangan kemajuan, keberlanjutan, efisiensi berkeadilan, dan nasional. kesatuan ekonomi adalah semua karakteristik usaha mikro, kecil, dan menengah pada umumnya. (Muttalib, 2017)

UMKM menurut pendapat usahanya dikelompokkan menjadi 4, yakni:

- 1) Sektor Informal, misalnya pedagang kecil di pinggir jalan;
- 2) Sektor Mikro merupakan pengerajin, dengan jiwa kewirausahaan yang terbatas dalam pengembangan usahanya;
- 3) Sektor Kecil Dinamis merupakan usahawan yang mempunyai kemampuan lebih dalam bekerjasama baik impor maupun ekspor (Alifiana & Nanik, 2018)

2.2.1.1 Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM menurut aspek komoditas yang dihasilkan adalah:

- a. Standar kualitas belum ada;
- b. Keterbatasan pada desain produknya;
- c. Keterbatasan jenis produk;
- d. Keterbatasan kapasitas dan daftar harga produk;
- e. Belum ada standar penggunaan bahan baku;
- f. Ketidaktepatan dan tidak adanya jaminan pada kontinuitas produk (Alifiana & Nanik, 2018)

Menurut (Suryani , 2021) dilihat dari karakteristik UMKM antara lain:

1. Tidak adanya pembagian tugas yang jelas pada bidangnya, biasanya pemilik usaha merangkap tugas dalam pengoperasian

2. Rendahnya akses industri kepada kredit formal, sehingga modal usaha mereka kebanyakan murni dari modal pribadi maupun kerabat keluarga
3. Usaha kecil sebagian besar belum mempunyai izin badan hukum.
4. UMKM sebagian besar bergerak pada usaha minuman, makanan dan tembakau.

Tabel 2.1
Karakteristik UMKM

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usah Mikro	1. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti 2. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu- waktu dapat pindah tempat. 3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun 4. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha 5. Sumberdaya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai 6. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah 7. Umumnya belum akses pada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank 8. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP 9. Contoh: Usaha perdagangan seperti kakilima serta pedagang di pasar-pasar
Usaha Kecil	1. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah 2. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidakberpindah-pindah. 3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masah sederhana. 4. Keuangan perusahaasn sudah mulai di pisahkan dengan keuangan keluarga. 5. Sudah membuat neraca usaha 6. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP

	7. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha 8. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. 9. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti <i>bussiness planning</i> 10. Contoh pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya
Usah Menengah	1. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. 2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk <i>auditing</i> dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan 3. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan. 4. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. 5. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan 6. Pada umumnya telah memiliki sumberdaya manusia yang terdidik dan terlatih. 7. Contoh : usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmerbuatan.

Sumber: Bank Indonesia, 2015

Tabel 2.2

Karakteristik UMKM berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha kecil	>Rp.50 juta – Rp. 500 juta	>Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar
Usaha Menengah	>Rp. 500 juta – Rp. 10miliar	>Rp. 2,5 miliar – Rp. 50 miliar

Sumber: Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM

2.2.1.2 Faktor-Faktor Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pengembangan UMKM merupakan bagian penting dari strategi pembangunan nasional untuk meletakkan dasar bagi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang adil.

Pemerintah dan masyarakat memiliki tugas bersama. Dalam hal tujuan inisiatif untuk menciptakan dan membina UMKM, (Wanita , 2015) yaitu:

- a) Memperoleh beragam pilihan bisnis dan pekerjaanTercapainya peningkatan pendapatan masyarakat,
- b) Terwujudnya UMKM yang semakin efisien dan mampu berkembang mandiri,
- c) Terwujudnya penyebaran industri yang merata,
- d) Tercapainya peningkatan kemampuan UMKM dalam aspek penyediaan produk jadi, bahan baku baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor.

Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tersebut juga dijelaskan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang:

- 1. Produksi dan pengolahan
- 2. Pemasaran
- 3. Sumber Daya Manusia
- 4. Desain dan Teknolgi

UMKM merupakan usaha yang potensial bagi pembangunan ekonomi di Indonesia, sehingga dituntut untuk memaksimalkan dan menggali potensi yang ada untuk pengembangan ekonomi kerakyatan sebagai bagian dari pelaksanaannya. Perkembangan ini tentunya akan dibantu oleh dukungan pemerintah dalam menyediakan fasilitas yang diperlukan untuk membantu pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dilakukan agar dapat menghasilkan barang-barang berkualitas tinggi yang dapat bersaing di pasar internasional. (Anggraeni, Hardjanto, & Hayat , 2016). Ada 2 pengembangan UMKM secara internal dan eksternal, yaitu:

a. Secara internal

a. Pengadaan permodalan

Jumlah modsal yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan berasal dari kekayaan seseorang atau perusahaan, yang biasanya diperoleh dari penjualan. yang berasal dari dana sendiri.

b. Inovasi hasil produksi

Ide atau gagasan perusahaan secara general bergerak dari industry menuju akan suatu kebutuhan dan yang diinginkan konsumen dan pengembangan produksi dengan memperhatikan peningkatan produktivitas dan persaingan usaha

c. Perluasan jaringan pemasaran

Upaya pengembangan Individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka perintahkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk, layanan, dan nilai antara satu orang dengan orang lain melalui proses sosial dan manajemen. lain. Meliputi : pembukaan outlet baru, merima pesanan dll.

d. Pengadaan Infrastruktur produksi

Merupakan hal penting dalam menunjang pengembangan UMKM pada proses produksi.

b. Secara Eksternal

1) Pemberian akses UMKM terhadap Sumber-Sumber Permodalan

Sumber modal eksternal adalah dana atau modal yang dikumpulkan dari kreditur atau pemegang saham dari luar perusahaan. seperti dari pinjaman bank, koperasi atau sumber lainnya.

2) Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan

Penyuluhan dan pelatihan yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM merupakan salah satu bentuk pemberdayaan yang berfungsi sebagai motivator atau penyemangat bagi anggota masyarakat untuk meningkatkan keterampilan dan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mereka yang ingin memulai usaha sendiri.

3) Peningkatan Promosi produk

Bimbingan dan pengarahan Dinas Koperasi dan UMKM meningkatkan promosi produk melalui kegiatan seperti bazar dan pameran UMKM yang dilakukan di tempat-tempat umum seperti MOG (Olympic Garden Mall).Perluasan Pemasaran Produk

4) Perluasan Pemasaran Produk

Bimbingan dan pelatihan disediakan untuk promosi produk. Dengan kemajuan teknologi saat ini, pemasaran sekarang dapat dilakukan melalui sistem online. Karena internet, jaringan pemasaran sekarang dapat diakses dari seluruh dunia..

5. Penyediaan Sarana dan Prasarana

Dengan memberikan ruang kosong sebagai pelatihan bagi orang-orang yang ingin memulai bisnis, kami mampu menyediakan sarana dan prasarana. Selanjutnya, Dinas Koperasi dan UMKM menyediakan layanan pemasaran seperti bazar dan pameran produk UMKM.

2.2.1.3 Kendala pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut (Anggraeni, Hardjanto, & Hayat , 2016) kendala yang dialami dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yaitu:

a. Meningkatnya Harga Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan pokok yang digunakan dalam mengolah suatu jenis bahan menjadi produk yang dapat dihasilkan dengan kreatifitas dan inovasi semaksimal mungkin.

b. Sumber Daya Manusia yang Terbatas

Bagian terpenting dalam berbisnis adalah sumber daya manusia. Mereka mengalami kesulitan mengembangkan kemampuan kreatif mereka. *CapitalOffice* memberi Anda masalah.Modal adalah faktor terpenting dalam membuka usaha. Karena UMKM merupakan usaha rumahan yang mengandalkan modal sendiri, maka dalam permodalan ini memerlukan bantuan dari pemerintah.

c. Kurangnya Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana sangat penting dalam membantu UMKM dalam pertumbuhannya. Alhasil, sarana dan prasarana perusahaan harus mendukungnya. Sebagai contoh, alat pemasaran atau alat yang digunakan dalam proses manufaktur.

d. Kurangnya Akses Pemasaran Produk

Kurang mengeksplor segala kreativitas yang dimiliki untuk menunjang kemajuan dalam mengembangkan usahanya.dengan adanya persaingan pemasaran produk semakin sulit untuk memasarkan hasil produknya.

2.2.1.4 Permasalahan yang dihadapi UMKM

Menurut (Muttalib, 2017) Usaha mikro, kecil, dan menengah menghadapi berbagai tantangan (UMKM) dilihat dari faktor internal dan faktor eksternal, antara lain meliputi:

a. Faktor Internal

1. Keterbatasan Modal

Hambatan terbesar bagi sebagian besar UMKM adalah kurangnya keuangan. Ketidakmampuan untuk menerima pinjaman dari lembaga keuangan disebabkan oleh persyaratan agunan yang tidak dapat dipenuhi.

2. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Kendala kualitas sumber daya manusia dapat dinilai dari segi pendidikan formal, pengetahuan, dan keterampilan. Kualitas sumber daya manusia memiliki dampak yang signifikan terhadap manajemen dan pengembangan bisnis. Perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan juga terkait dengan keterbatasan kualitas sumber daya manusia.

3. Keterbatasan Informasi Pasar

UMKM memiliki jaringan usaha yang terbatas dan tidak mampu menembus pasar baru. Informasi pasar sulit diakses karena keterbatasan jaringan.

4. Mentalitas Pengusaha UMKM

Jiwa wirausaha merupakan faktor penting yang sering diabaikan. Keinginan kuat pengusaha untuk sukses akan mendorong mereka untuk terus berusaha, ulet, tidak mudah putus asa, dan gigih dalam mengambil risiko. Karena terlalu nyaman dan membaca peluang yang ada, para pengusaha UMKM seringkali melewatkan peluang.

5. Kurangnya Transparansi

Kurangnya pengetahuan dan transparansi jaringan antar generasi membuat sulit bagi mereka yang memiliki perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka.

b. Faktor Eksternal

1. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Upaya pemerintah untuk mendorong UMKM semakin meningkat dari tahun ke tahun, meski masih belum sepenuhnya kondusif. Persaingan yang tidak seimbang

yang terus berlanjut antara usaha kecil dan menengah dan usaha besar menunjukkan hal ini. Masalah lain yang dihadapi UMKM adalah mendapatkan izin untuk mengoperasikan perusahaan mereka. Banyaknya prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tinggi dan jangka waktu yang lama.

2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana

Usaha Terbatasnya sarana dan prasarana menyebabkan usaha tidak cepat berkembang sebagaimana yang diharapkan. UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam memperoleh tempat untuk menjalankan usahanya karena mahalnya harga sewa atau tempat yang kurang strategis.

3. Pungutan Liar

Pungutan tidak resmi atau pungutan liar menjadi salah satu kendala bagi UMKM karena menambah pengeluaran yang tidak sedikit. Hal ini tidak hanya terjadi sekali namun dapat berulang kali secara periodik, misalnya setiap minggu atau setiap bulan tergantung peraturan yang ada di daerahnya.

4. Implikasi Otonomi Daerah

Dengan berlakunya Undang-undang UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan berpengaruh terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UMKM

5. Implikasi Perdagangan Bebas

Seperti kita ketahui bersama, AFTA (Asean Free Trade Area) yang mulai berlaku pada tahun 2003 dan APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) yang mulai berlaku pada tahun 2020 berdampak luas terhadap persaingan usaha kecil dan menengah. perdagangan bebas. Dalam hal ini, tidak dapat dipungkiri bahwa usaha kecil, menengah dan mikro dituntut untuk melakukan proses produksi secara efisien dan mampu menghasilkan produk yang memenuhi standar frekuensi dan kualitas pasar global.

6. Sifat Produk dengan Ketahanan Pendek

Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik dengan ketahanan yang pendek. Dengan kata lain, produk atau kerajinan yang dihasilkan UMKM mudah rusak dan tidak tahan lama.

7. Terbatasnya Akses Informasi Pasar

2.2.1.5 Peran UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Sarmigi, 2020). Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran:

1. Sebagai pameran utama dalam kegiatan ekonomi,
2. Penyedia lapangan kerja terbesar,
3. Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat,
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta
5. Kontribusinya terhadap neraca pembayaran.

2.2.1.6 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Menurut (Sarmigi, 2020) UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

1. Kekuatan UMKM

Usaha kecil, menengah dan mikro memiliki beberapa potensi keunggulan yang menjadi pilar pembangunan ke depan, yaitu::

- a. Menyediakan pekerjaan, pekerjaan, harus mempertimbangkan peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja, perkiraan atau menyerap hingga 50% dari tenaga kerja yang tersedia. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- b. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar

- c. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
- d. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

2. Kelemahan UMKM

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

a. Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

1. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
2. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
3. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
4. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relative kecil.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

2.2.2 Teori Kuliner

Kata kuliner berasal dari bahasa Inggris “culinary”. Kuliner didefinisikan sebagai terkait dengan memasak atau makanan olahan. Hidangan tersebut bisa berupa lauk pauk, makanan (food) dan minuman. Makanan diklasifikasikan menurut penampilannya, termasuk konsumsi di tempat dan konsumsi di luar tempat, dan dibagi menjadi kurang dari satu hari dan lebih dari satu hari berdasarkan umur simpan.

Menurut bentuk penyajiannya, makanan diklasifikasikan menjadi penyajian formal dan penyajian informal, yaitu sambil menikmati pertunjukan seni dan keindahan alam. Pada awalnya, makanan tersebut hanya sebagai pelengkap kegiatan wisata. Namun kemudian menjadi bentuk wisata khusus, yang disebut wisata kuliner atau wisata kuliner. (Desy, 2016).

Makanan merupakan produk budaya yang erat kaitannya dengan masyarakat. Karena selain bahan makanan sebagai fungsi utama pemenuhan kebutuhan pokok, makanan juga memiliki nilai sejarah bahkan filosofis. Masakan autentik merupakan salah satu bentuk kreativitas masyarakat yang dapat mengolah bahan dan menambah nilai budaya kuliner tradisional..

Dalam upaya melestarikan budaya kuliner Indonesia dari generasi sekarang ke generasi selanjutnya, dan member informasi kepada masyarakat, khususnya masyarakat yg tinggal di daerah perkotaan, mengenai budaya dan jenis – jenis kuliner Indonesia maka dirasa perlu adanya fasilitas – fasilitas yang menunjang seperti restoran, kursus untuk memasak dan tempat untuk membeli bumbu – bumbu dan sesuatu yang berhubungan dengan kuliner Indonesia (Deni & Yuni, 2017)

2.2.3 Teori Strategi

Definisi strategi menurut David adalah cara untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akusisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture* (Muttalib, 2017)

Pengertian strategi adalah rencana dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan (Muttalib, 2017)

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menentukan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk

mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik (Muttalib, 2017)

Menurut (Muttalib, 2017) Langkah-langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

- a. Mengidentifikasi lingkungan perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan visi dan misinya.
- c. Merumuskan faktor yang menjadi ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang (Muttalib, 2017)

b. Jenis-jenis Strategi

Banyak organisasi yang menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Di perusahaan yang besar dan terdiversifikasi, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Begitu pula, organisasi yang berjuang untuk tetap hidup mungkin menggunakan gabungan dari sejumlah strategi defensif, seperti divestasi, likuidasi, dan rasionalisasi biaya secara bersamaan (Muttalib, 2017)

Menurut (Muttalib, 2017) jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi Strategi integrasi meliputi integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai

integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan / atau pesaing.

2. Strategi Intensif Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada akan ditingkatkan.
3. Strategi Diversifikasi Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Tidak menambah produk atau jasa baru disebut diversifikasi konglomerat.
4. Strategi Defensif Selain strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut.
5. Strategi Umum Michael Porter Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Menurut Porter ketiga strategi tersebut disebut strategi umum. Keunggulan biaya adalah menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi merupakan strategi yang tujuan untuk membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa untuk memenuhi kebutuhan sejumlah kelompok kecil konsumen.

2.2.4 Analisis SWOT

Analisi SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu kegiatan pembangunan atau bisnis. Keempat sektor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut (Muta'ali, 2015)

Analisis SWOT meliputi identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengolahan. Analisis ini didasari pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan. Dengan demikian perencanaan strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Muta'ali, 2015)

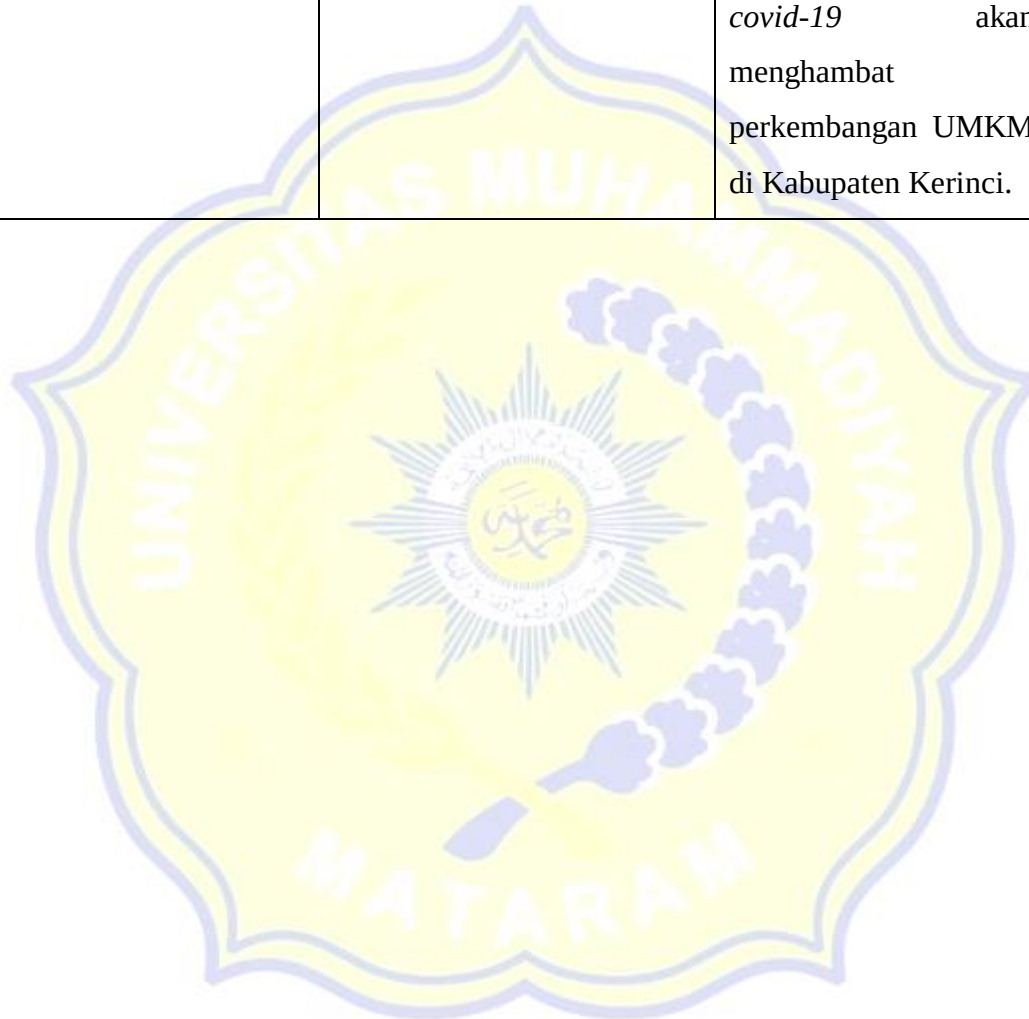
2.3 Penelitian Terdahulu

Table 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	(Anggraeni, Hardjanto, & Hayat, 2016)	Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal	Mengetahui, mendeskripsikan dan meng-analisis pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal pada kelompok usaha “empiring jagung” di Kelurahan pandan Wangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang.	❖ Internal • Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana ❖ Eksternal • Permodalan • Pembinaan • Promosi • Pemasaran produk • Sarana dan prasarana (Lokasi)	Pengadaan permodalan, mayoritas pengusaha emping jagung memulai usahanya menggunakan modal dengan tabungan sendiri. Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang telah memberikan akses permodalan kepada pengusaha emping jagung terdiri dari dua sumber yaitu dana yang diberikan oleh pemerintah pusat berupa dana LPDB	Lokasi dan Metode yang digunakan	Menggunakan variabel yang sama

					(Lembaga Pengelola Dana Bergulir) dan dana yang diberikan oleh pemerintah Provinsi berupa bantuan sosial (Bansos) dan Hibah melalui sepuluh Koperasi Wanita yang ada di Kota Malang agar masyarakat ikut peduli		
2	(Sarmigi, 2020)	Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Kerinci	untuk menganalisa dampak Covid-19 terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Kerinci	• Kekuatan UMKM • Kelemahan UMKM • Peran UMKM	Dari hasil perhitungan dan pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana maka dapat disimpulkan bahwa variabel covid-19 memiliki pengaruh negatif terhadap variabel UMKM.	Lokasi dan Metode yang digunakan	Menggunakan variabel yang sama

					Dimana setiap kenaikan satu satuan covid-19 akan menghambat perkembangan UMKM di Kabupaten Kerinci.		
--	--	--	--	--	---	--	--



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada Di Kota Mataram, terdiri dari 6 kecamatan, yaitu Kecamatan Mataram, Kecamatan Cakra Negara, Kecamatan Selaparang, Kecamatan Ampenan, Kecamatan Sekarbela, Kecamatan Sandubaya. Alasan penelitian memilih lokasi ini adalah Kota Mataram merupakan angka kasus penderita *covid-19* tertinggi di NTB sehingga pembatasan sosial lebih ketat di lakukan di Kota Mataram dibandingkan dengan daerah lain yang ada di NTB dan UMKM Sektor Kuliner merupakan pelaku usaha yang paling banyak di minati oleh masyarakat dibandingkan dengan UMKM sektor lainnya.

3.2 Jenis Penelitian

Metode deskripsi dan metode kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah peneliti dapat menggambarkan keadaan saat ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, membahas dan menganalisis lebih dalam.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan alat yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan para ahli. Artinya, peserta komersial usaha kecil, menengah dan mikro memasak yang memiliki pengalaman dan peran di industri kuliner. Karena penelitian ini menggunakan kuesioner survei, maka hasil kuesioner diubah menjadi angka-angka untuk pengolahan data. Kemudian mendeskripsikan hasil pengolahan untuk secara sistematis, jujur dan akurat menggambarkan fakta, atribut dan hubungan antar fenomena yang diselidiki selama pandemi *covid-19* di Mataram.

3.3 Variabel Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran tentang kondisi UMKM Sektor Kuliner di Kota Mataram dan konsep strategi UMKM Sektor Kuliner Selama pandemi *covid-19* di Kota Mataram. Beberapa variabel digunakan yang menjadi acuan dalam penyusunan kuesioner, di antaranya yang dapat dilihat pada tabel. 3.1

Table 3.1 Variabel Terpilih Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19

No.	Sasaran Penelitian	Variabel	Variable Terpilih
1.	Bagaimana kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi covid-19	(Anggraeni, Hardjanto, & Hayat , 2016) faktor-faktor pengembangan UMKM ➤ Internal • Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana produksi ➤ Eksternal • Modal • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Pemasaran • Sarana dan prasaran (Lokasi)	• Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana (produksi) • Sumber Permodalan • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Pemasaran • Sarana dan Prasarana (Lokasi)
2	Bagaimana strategi pengembangan UMKM sektor kuliner Selama pandemi Covid 19 di Mataram	(Anggraeni, Hardjanto, & Hayat , 2016) faktor-faktor pengembangan UMKM ➤ Internal • Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana produksi ➤ Eksternal • Modal • Pembinaan dan pelatihan	• Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana (produksi) • Sumber Permodalan • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Pemasaran • Sarana dan Prasarana (Lokasi)

		• Promosi • Pemasaran • Sarana dan prasarana (Lokasi)	
--	--	---	--

3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data Penelitian

Data adalah gambaran tentang suatu keadaan atau masalah yang berkaitan dengan tempat dan waktu, menjadi dasar perencanaan dan alat pengambilan keputusan.

Data yang digunakan untuk penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan peneliti bertindak sebagai pengumpul data. Data yang dicari langsung dari sumbernya meliputi::

1. Modal
2. Produksi
3. Pemasaran
4. Sarana prasarana produksi
5. Pembinaan dan Pelatihan
6. Promosi
7. Sarana dan prasarana (lokasi)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi Lapangan

Observasi adalah pengamatan langsung terhadap daerah penelitian, tujuannya untuk mengetahui gambaran sebenarnya dari daerah penelitian. UMKM sektor kuliner di wilayah studi, Kegiatan observasi ini dilakukan dalam bentuk pencatatan dan dokumen.

b. Wawancara

Wawancara pertanyaan wawancara, dan interaksi pribadi antara penulis/pewawancara dengan yang diwawancarai melalui telepon atau tatap

muka. Melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi awal. bagaimana kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi dan strategi pengembangan pada masa pandemi *covid-19*.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumber lain, dan dapat diperoleh melalui dokumen resmi yang terkait dengan objek penelitian di tingkat nasional, seperti catatan dan dokumen pendukung, buku perpustakaan, dokumen, arsip, dan informasi lain yang berkaitan dengan masalah penelitian. Digunakan sebagai suplemen dan pendukung. Dari data asli, data sekunder diperoleh melalui sumber kedua atau pengumpul data sebelumnya dan peneliti bertindak sebagai pengguna data. Data adalah data pendukung, seperti:

Tabel 3.2 Data Sekunder

No	Data	Sumber data
1	Jumlah IUMKM di Kota Mataram	Dinas Perindustri, Koperasi dan UMK Kota Mataram
2	Jumlah UMKM terdampak <i>Covid-19</i>	Dinas Perindustri, Koperasi dan UMK Kota Mataram
3	Kontribusi UMKM terhadap PDRB	BPS Kota Mataram
4	SHP Kota Mataram	Dinas PUPR
5	Modal	Pelaku Usaha, Dinas Perindustri, Koperasi dan UKM Kota Mataram

3.5 Metode Pengolahan Data (Analisis)

3.5.1 Analisis Kondisi UMKM Sektor Kuliner (Deskriptif Kualitatif)

1. Berdasarkan situasi selama epidemi, melalui wawancara dan observasi lapangan, mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk menggambarkan kegiatan usaha yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah yang ada serta menganalisis secara mendalam pada saat pandemi *covid-19* mewabah di Kota Mataram.

3.5.2 Analisis Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan bisnis

atau kegiatan. Keempat bagian tersebut membentuk akronim SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Proses ini melibatkan penentuan tujuan spesifik dari bisnis atau proyek yang diduga, dan menentukan faktor internal dan eksternal yang mendukung dan tidak mencapai tujuan tersebut. (Muta'ali, 2015)

3.5.2.1 Analisis Internal atau *Internal Factor Evaluation (IFE)*

Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan. Melakukan analisis internal untuk mendapatkan kekuatan yang akan digunakan dan kelemahan yang akan diantisipasi. Untuk mengevaluasi faktor-faktor tersebut, digunakan matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*). Tahap – tahap yang perlu dilakukan (Muta'ali, 2015):

- a. Menentukan key success factor (faktor utama yang berpengaruh besar terhadap objek penelitian) adalah kekuatan dan kelemahan kolom pertama..
- b. Tentukan bobot kekuatan dan kelemahan dalam rentang 0,0 (penting) hingga 1,0 (paling penting). Dalam pemberian nilai bobot peneliti menggunakan 10 responden yang sudah dianggap mengerti dan paham dengan kondisi dan permasalahan mengenai Pengembangan UMKM Sektor Kuliner, yang terdiri dari Responden, manajemen (Pelaku UMKM Sektor Kuliner), pakar (Dinas Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kota Mataram), stakeholder (Dinas Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kota Mataram, Akademisi). Gunakan skala ordinal. Urutan skala yang digunakan adalah 1 (tidak penting), 2 (paling tidak penting), 3 (umum), 4 (penting), 5 (sangat penting). Bobot masing-masing faktor digunakan untuk menunjukkan tingkat kepentingannya. relative setiap faktor. Kemudian ambil rata-rata hasilnya dan bagi dengan total rata-rata untuk mendapatkan nilai bobot (semua bobot ini tidak boleh melebihi skor total 1,0)
- c. Hitung rating masing-masing faktor di kolom ketiga, beri rating dari 4 (tinggi) hingga 1 (rendah), tergantung bagaimana faktor-faktor tersebut objek kajian.
- d. Mengalikan Bobot pada kolom kedua dan cabang pada kolom ketiga mendapatkan skor pada kolom keempat. Tambahkan semua skor untuk mendapatkan skor total. Semakin tinggi nilai skor total semakin baik dalam memanfaatkan kekuatan dan mengantisipasi kelemahan. Selanjutnya dapat dihitung nilai rata-ratanya, diasumsikan jika nilai dibawah rata-rata maka secara

- e. Internal faktor internalnya adalah lemah, sebaliknya jika diatas rata-rata menunjukkan posisi internal yang kuat.

3.5.2.2 Analisis Eksternal atau *Eksternal Factor Evaluation (EFE)*

Melakukan analisis eksternal untuk mengembangkan faktor peluang yang dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang harus dihindari. Dalam analisis ini, terdapat dua faktor lingkungan eksternal, yaitu: faktor lingkungan makro (politik, ekonomi, sosial budaya, dan teknologi) dan faktor eksternal mikro yang berkaitan dengan objek penelitian. Seperti lingkungan bisnis, distribusi, infrastruktur, sumber daya manusia. Hasil analisis eksternal dilanjutkan dengan evaluasi untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan saat ini dapat menghadapi peluang dan ancaman yang ada. (Muta'ali, 2015):

- a. Identifikasi daftar faktor kunci sukses yang mencakup eksternalitas peluang dan ancaman (faktor utama yang memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan atau kegagalan bisnis).
- b. Tentukan bobot dari faktor peluang dan ancaman dengan skala mulai dari 0,0 (penting) sampai 1,0 (paling penting). Dalam pemberian nilai bobot peneliti menggunakan 10 responden yang sudah dianggap mengerti dan paham dengan kondisi dan permasalahan mengenai Pengembangan UMKM Sektor Kuliner, yang terdiri dari Responden, manajemen (Pelaku UMKM Sektor Kuliner), pakar (Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Mataram), stakeholder (Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Mataram, Akademisi). dengan Gunakan skala ordinal. Urutan skala yang digunakan adalah 1 (tidak penting), 2 (paling tidak penting), 3 (umum), 4 (penting), 5 (sangat penting). Bobot masing-masing faktor digunakan untuk menunjukkan kepentingan relatif dari masing-masing faktor. Kemudian ambil rata-rata hasilnya dan bagi dengan total rata-rata untuk mendapatkan nilai bobot (semua bobot ini tidak boleh melebihi skor total 1,0)
- c. Hitung cabang di kolom 3 untuk setiap faktor, berikan skala dari 4 (tinggi) hingga 1 (rendah), tergantung pada bagaimana faktor-faktor ini objek kajian.
- d. Mengalikan bobot pada pada kolom dua dengan ranting pada kolom tiga untuk memperoleh skor pada kolom empat.

- e. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan skor total yang diniali. Semakin tinggi nilai skor total semakin baik dalam memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman. Atau dapat pula dihitung nilai rata-ratanya, diasumsikan jika nilai dibawah rata-rata maka secara eksternal factor eksternalnya adalah lemah, sebaliknya jika di atas rata-rata menunjukkan posisi eksternal yang kuat dan resposif terhadap peluang dan ancaman.

3.5.2.3 Matriks IE (*Internal External*)

Hasil analisis berdasarkan lingkungan internal (IFE) dan eksternal (EFE) sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan analisis tabel silang (*crosstab*) untuk mendapatkan strategi. Memakai matrik IFE dan EFE untuk memposisikan suatu objek kajian/institusi ke dalam matriks yang terdiri atas Sembilan sel (Muta'ali, 2015)

Matrik IE didasrkan Dalam dua dimensi utama, skor bobot total IFE pada sumbu x dan skor bobot total EFE pada sumbu y. Pada sumbu x matriks EI, skor total berbobot IFE 1,0 hingga 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, skor 2,0 hingga 2,99 dianggap sedang, dan skor 3,0 hingga 4,0 adalah kuat. Sumbu y dari matriks EFE adalah 1,0 hingga 1,99 yang berarti posisi terluar rendah, skor 2,0 hingga 2,99 dianggap sedang, dan skor 3,0 hingga 4 tinggi. (Muta'ali, 2015).

		Total Skor IFE			
		Kuat	Rata-Rata	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
Total Skor EFE	Tinggi 3,0	I <i>Grow and Build</i>	II <i>Grow and Build</i>	III <i>Holg and mainzain</i>	
	Sedang 2,0	IV <i>Grow and Build</i>	V <i>Holg and <u>Maintain</u></i>	VI <i>Harvest and divestiture</i>	
	Lemah 1,0	VII <i>Hold and maintain</i>	VIII <i>Harvest and divestiture</i>	IX <i>Harvest and divestiture</i>	

Gambar 3.1 Matrik IFE Dan EFE

Berdasarkan matrik diatas, terdapat 3 implikasi starategi yang berbeda, yaitu:

1. Tumbuh dan Bangun ada di sel I, II, atau IV. Strategi yang tepat adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Hold and Maintain (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.
2. *Harvest and Devest* (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi.

3.6 Desain Survey

Tabel 3.3 Desain Survey

No	Tujuan	Variable	Data Yang Dibutuhkan	Sumber Data	Metode Analisis	Output
1.	Untuk mengetahui kondisi UMKM Setor Kuliner pada masa pandemi covid-19	• Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana (produksi) • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Sarana dan Prasarana (Lokasi)	• Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana produksi • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Sarana dan Prasarana (Lokasi)	1. Data primer • Observasi • Wawancara	Analisis Deskriptif Kualitatif	Mengetahui kondisi UMKM sektor kuliner pada masa pandemi
2.	Untuk mengetahui strategi pengembangan	• Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan	• Modal • Produksi • Pemasaran • Sarana dan prasarana	1. Data primer ➤ Observasi ➤ Wawancara ➤ Kuisisioner	SWOT	Memunculkan konsep strategi faktor pengembangan

No	Tujuan	Variable	Data Yang Dibutuhkan	Sumber Data	Metode Analisis	Output
	UMKM sektor kuliner pada masa pandemi <i>covid-19</i>	prasarana (produksi) • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Sarana dan Prasarana (Lokasi)	produksi • Pembinaan dan pelatihan • Promosi • Sarana dan Prasarana (Lokasi)			UMKM Sektor Kuliner pada masa <i>covid-19</i>

3.7 Kerangka Berfikir

Setelah melakukan analisis terhadap kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi dan strategi pengembangan UMKM sektor kuliner pada masa *covid-19* di Kota Mataram, Dapat membuat rekomendasi bagi instansi/pemegang kebijakan terkait. Berdasarkan uraian di atas, kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut::



- UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi wilayah dan merupakan lapangan usaha terbesar bagi masyarakat sekitar wilayah serta penyumbang kontribusi UMKM terhadap PDRB, secara tidak langsung UMKM meningkatkan perekonomian masyarakat di sekitarnya.
- Pada masa pandemi *covid-19* UMKM memiliki dampak negatif terhadap lini bisnis khususnya bisnis UMKM Dampak negatif akibat wabah *Covid-19* ini menghambat pertumbuhan bisnis UMKM dimana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pameran atau promosi terhalang dengan adanya *Physical distancing*.
- Sebelum adanya *covid-19* UMKM sektor kuliner membaik setelah pandemi *covid-19* masuk Dampak pandemi *covid-19* terhadap UMKM sektor kuliner di Kota Mataram merasakan penurunan omset otomatis penurunan jumlah pembeli menurun untuk tetap bertahan UMKM sektor kuliner memiliki konsep strategi pengembangan UMKM agar tetap bertahan pada masa pandemi *covid-19*.

Variabel :

1. Modal
2. Produksi
3. Pemasaran
4. Sarana Dan Prasarana Produksi
5. Pelatihan
6. Promosi
7. Sarana dan Prasarana (Lokasi)

Kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi

Analisis Deskriptif Kualitatif

Strategi Pengembangan UMKM pada masa *covid-19*

Analisis Swot

- Mengetahui kondisi UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi *covid-19*
- Mengetahui strategi pengembangan UMKM sektor kuliner pada masa pandemi *covid-19*

Dapat memunculkan konsep strategi yang cocok untuk mengembangkan UMKM Sektor Kuliner pada masa pandemi *covid-19*

