



## **PELUANG USAHA MAKANAN Di ERA PANDEMI Covid 19 STUDI KASUS RUMAH MAKAN PAMENAN DIKECAMATAN RAWALUMBU**

**Eriandi**

[Eriandi1962@gmail.com](mailto:Eriandi1962@gmail.com)

Program Studi Akuntansi, Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

### **ABSTRAK**

Selain berdampak serius pada kesehatan, Pandemi Covid-19 juga melemahkan perekonomian nasional. Berbagai sektor industri, termasuk bisnis kuliner, mengalami penurunan omzet dan tidak sedikit yang menutup usahanya. Namun, di masa pandemi Covid-19 ini, masih terbuka peluang untuk membuka usaha bagi para pengusaha kecil yang bergerak di bidang kuliner. Agar mampu bersaing dan mengakuisisi konsumen di tengah menurunnya daya beli maka para pengusaha harus berinovasi, termasuk menggunakan sistem online dalam strategi penjualannya. Hal ini diterapkan untuk mematuhi peraturan untuk selalu menjaga jarak sekaligus memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Penelitian mengenai peluang usaha di bidang kuliner pada masa pandemi Covid 19 dilakukan di Kecamatan Rawalumbu dengan mengambil kasus pada Rumah Makan Dapoer Pamenan Kecamatan Rawalumbu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh bisnis kuliner di masa pandemi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan oleh bisnis kuliner adalah diversifikasi produk dan layanan. Usaha kuliner harus mampu mendapatkan kepercayaan konsumen dengan produk yang aman, sehat dan higienis, menerapkan protokol kesehatan, memaksimalkan pemasaran secara online, memenuhi permintaan take-away dan delivery order, melakukan diversifikasi atau inovasi produk berupa makanan sehat dan makanan beku, serta mengoptimalkan kualitas produk. Target luaran dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh para pelaku usaha kuliner di Kecamatan Rawalumbu serta menentukan strategi yang tepat untuk beradaptasi dengan new normal. Dalam jangka panjang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi bisnis untuk menghadapi situasi darurat dan tidak menentu.

**Kata kunci: pandemi COVID-19, peluang usaha, usaha kecil, analisis SWOT**



## **ABSTRACT**

*Aside from the serious impact to health, Covid-19 Pandemic also weakens the national economy. Various industrial sectors, including culinary business, experienced a decrease in turnover rate and not a few who closed their businesses. However, during Covid-19 pandemic, there are still opportunities to open business for small entrepreneurs engaged in the culinary sector. In order to be able to compete and acquire consumers amid declining purchasing power then the entrepreneurs must be innovative, including using an online system in their sales strategy. This is implemented to comply with regulations to always maintain distance and at the same time break the chain of spreading COVID-19. Research on business opportunities in the culinary sector during the Covid 19 pandemic was conducted in Rawalumbu District by taking the case of the Dapoer Pamenan Restaurant, Rawalumbu District. This research uses a descriptive qualitative method by using a SWOT analysis to find out the various strengths, weaknesses, opportunities, and threats that the culinary business has during pandemic. The result from this research shows that the strategy that can be carried out by the culinary business is product and service diversification. The culinary business must be able to gain consumer trust by the safe products, healthy and hygienic, implement the health protocol, maximize the online marketing, fulfill the demands of take-away and delivery order, making diversification or product innovation in the form of healthy food and frozen food, and also optimize the quality of the products. The target outcome of this research is to identify the factors of strengths, weaknesses, opportunities, and threats that will be faced by the culinary business entrepreneurs in Rawalumbu sub-district and also to decide the suitable strategy applied to adapt to the new normal. In the long term, it is hoped that the results of this study will contribute to the development of business strategies to deal with emergency and uncertain situations.*

**Keywords:** *covid-19 pandemic, business opportunities, small business, SWOT analysis*

## **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap segala aspek kehidupan, termasuk dibidang perekonomian. Dampak Covid-19 selain mempengaruhi usaha skala besar juga mempengaruhi usaha mikro, kecil dan menengah. Pandemi ini menyebabkan terjadinya pembatasan skala kegiatan dan usaha masyarakat yang bertujuan memutus mata rantai penularan Covid 19. Akibat pembatasan tersebut menyebabkan terjadinya penurunan omset usaha sehingga banyak perusahaan yang menutup usaha termasuk usaha skala kecil.

Bagi pengusaha yang berjiwa entrepreneur, krisis ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi Covid 19 tidak menyurutkan keinginan untuk membuka usaha. Hal inilah yang ada pada diri pengusaha yang membuka usaha dibidang kuliner dengan cita rasa masakan padang, yaitu Rumah Makan Dapoer Pamenan yang berada di Kecamatan Rawalumbu Bekasi.

Keberanian pengusaha tersebut membuka usaha baru ditengah masyarakat didera Pandemi Covid 19 untuk meneliti strategi usaha yang dilakukan dan perkembangan omset



## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut keterangan yang tercantum pada situs WHO, virus Corona merupakan golongan virus yang menyerang sistem pernapasan pada hewan dan manusia. Gejala virus ini relatif mirip dengan gejala flu biasa hingga ke taraf yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Covid-19 sendiri merupakan bagian dari mutasi *Coronavirus*. Covid-19 pertama kali muncul dari daerah Wuhan, salah satu distrik di negara Cina, terdeteksi pertama kali pada Desember 2019, dan kemudian menyebar hingga ke seluruh penjuru dunia. Virus ini diduga menyebar melalui tetesan atau percikan kecil yang berasal dari hidung atau mulut manusia saat batuk dan mengembuskan napas.

Berpatokan pada data yang diperoleh dari pihak kementerian koperasian yang diakses dari <http://www.depkop.go.id/>, diperoleh informasi bahwa tercatat 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terkena dampak dari Covid-19. Koperasi yang terdampak Covid-19 adalah koperasi yang bergerak di bidang kebutuhan sehari-hari, sementara di sektor UMKM yang paling merasakan dampak dari Covid-19 adalah sektor usaha makanan dan minuman.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pengertian 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 yakni memiliki aset antara Rp.50 jt sampai dengan Rp.500 jt, dan omset antara Rp.300 Jt s.d. Rp.2,5 Miliar dalam setahun.

Menurut Suarmawan (2015), UMKM adalah bentuk usaha berskala kecil hingga menengah yang didirikan berdasarkan inisiatif pribadi individu yang tujuan pendiriannya adalah untuk meningkatkan taraf hidupnya. UMKM memiliki sifat yang fleksibel, sehingga dapat dijalankan oleh semua lapisan masyarakat, baik dari kalangan bawah hingga menengah. UMKM juga merupakan usaha yang relatif mudah untuk dijalankan oleh masyarakat.

UMKM memiliki beberapa peran yang signifikan dalam sistem perekonomian nasional, peran tersebut antara lain:

- a. Memegang peran utama dalam berjalannya kegiatan ekonomi
- b. Menyediakan lapangan kerja yang relatif luas
- c. Memainkan peran penting dalam mengembangkan perekonomian lokal serta pemberdayaan masyarakat kelas bawah dan menengah.
- d. Menciptakan pasar dan menjadi sumber inovasi kreatif
- e. Memberikan kontribusi dalam gerak neraca pembayaran

## METODELOGI PENELITIAN

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2021 sampai dengan bulan Maret 2021 bertempat di Kecamatan Rawa Lumbu dengan mengambil kasus usaha kecil sektor makanan yakni Rumah Makan Dapoer Pamenan, rumah makan yang menjual aneka masakan dengan cita rasa padang. Rumah makan Dapoer Pamenan beralamata di



Jl. Pramuka No.19 RT.004/002 Sepanjang Jaya, Kecamatan Rawalumbu.

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Diambil dari wikipedia, pengertian dari penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Berdasarkan Modul Rancangan Penelitian (2019) yang diterbitkan oleh Ristekdikti, penelitian kualitatif bisa dipahami sebagai prosedur riset yang memanfaatkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.

### **Jenis Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis data primer untuk membantu memecahkan masalah. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi (Situmorang, 2010:2).

### **Metode Pengumpulan Data**

Beberapa metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dan informasi selama proses penelitian adalah sebagai berikut

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan sifat terbuka antara pemilik usaha Rumah Makan Dapoer Pamenan dengan peneliti. Peneliti telah membuat daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada pemilik rumah makan tersebut. Hasil wawancara kemudian menjadi acuan dasar bagi peneliti dalam menyusun penelitian

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap apa yang terjadi di lapangan. Observasi menjadi salah satu metode yang dapat memberikan informasi akurat yang menjadi dasar penelitian

c. Catatan lapangan

Dalam catatan lapangan, terdapat beberapa fakta yang penulis temukan dan dapat dijadikan sebagai pijakan untuk mengembangkan penelitian

d. Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi dapat dilakukan dengan pengambilan sampel foto saat beberapa kegiatan berlangsung.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan terhadap data yang telah peneliti kumpulkan di lapangan baik melalui proses wawancara, observasi, telaah lapangan maupun dokumentasi. Seluruh data yang dikumpulkan ditelaah beberapa metode dan pendekatan untuk memperoleh kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan. Adapun hal-hal yang dilakukan dalam analisis data antara lain:

- a. Menyusun data berdasarkan data sebenarnya yang ditemukan di lapangan
- b. Menyusun data berdasarkan jenis dan kategori data



- c. Melakukan transfer data kasar ke catatan lapangan kemudian menyederhanakan data tersebut.

## PEMBAHASAN

### Matriks SWOT Rumah Makan Dapoer Pamenan

Analisa SWOT, dalam hal ini merupakan analisis terhadap suatu pengembangan usaha dengan mempertimbangkan empat hal, yaitu *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threat* dari Rumah Makan Dapoer Pamenan. Adapun analisis SWOT-nya adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisis Strengths (Kekuatan)

Analisis terhadap kekuatan merupakan analisis terhadap faktor-faktor yang menjadi kekuatan dalam sebuah usaha. Dalam hal ini adalah keunggulan yang dimiliki Rumah Makan Dapoer Pamenan untuk bersaing dengan pesaing yang memiliki usaha sejenis. Adapun yang menjadi kekuatan dari Rumah Makan Dapoer Pamenan antara lain:

- a. Tempat usaha yang nyaman dan aman
- b. Berkolaborasi dengan aplikasi online *Go-Food* dan *Grab-Food*
- c. Memiliki strategi pemasaran online media sosial Instagram dan Facebook.
- d. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan cepat dan memuaskan
- e. Memiliki cita rasa masakan yang khas
- f. Menu yang bervariasi, baik variasi minuman maupun variasi makanan.
- g. Lokasi usaha berada di kawasan yang strategis, berada di pusat keramaian dan mudah dijangkau.
- h. Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai.

#### 2. Analisis Weakness (kelemahan)

Analisis terhadap kelemahan berarti analisis terhadap hal-hal negatif yang dihadapi oleh suatu usaha, dan menghalangi usaha tersebut untuk berkembang. Dalam hal ini Rumah Makan Dapoer Pamenan memiliki beberapa hal yang menjadi kelemahannya, dan meskipun relatif kecil, tetapi cukup menjadi hambatan dalam prospek pengembangan usaha. Faktor tersebut antara lain:

- a. Merk dagang "Rumah Makan Dapoer Pamenan" belum terlalu familiar di kalangan masyarakat luas, terutama masyarakat kelas menengah dan bawah.
- b. Keterbatasan modal dalam mengembangkan usaha agar menjadi lebih maju lagi
- c. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang andal dan profesional
- d. Laporan keuangan belum tersusun secara sistematis.
- e. Keterbatasan areal parkir.

#### 3. Analisis Opportunities (Peluang)

Analisis terhadap peluang merupakan analisis yang bertujuan untuk mengamati faktor-faktor yang dapat diadopsi dan dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Adapun peluang yang dimiliki oleh Rumah Makan Dapoer Pamenan antara lain:

- a. Dukungan pemerintah khususnya pemerintah daerah dalam pengembangan

UMKM

- b. Berdatangnya pelanggan baru yang berpotensi untuk menjadi pelanggan tetap yang setia.
- c. Adanya daftar beberapa pelanggan setia yang telah percaya penuh terhadap pelayanan dan kualitas rumah makan Dapoer Pamenan.
- d. Adanya diversifikasi atau varian menu yang beragam.
- e. Relatif tingginya tingkat pertumbuhan penduduk di kawasan sekitar rumah makan.
- f. Jenis gaya hidup masyarakat yang modern dan cenderung membutuhkan layanan makanan jadi dalam keseharian mereka.

4. *Threat* (Ancaman)

Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh Rumah Makan Dapoer Pamenan.

Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kehilangan pelanggan, karena berpindah kepada pesaing.
- b. Inovasi Rumah Makan dari pesaing sangat cepat
- c. Banyaknya Rumah Makan baru dengan harga yang lebih terjangkau.
- d. Strategi bisnis mudah ditiru oleh pesaing

Melalui analisis SWOT yang terdiri dari empat unsur yaitu Strengths, weakness, opportunities, dan threat akan menciptakan langkah-langkah terbaru, berupa metode maupun strategi yang dapat dijadikan landasan oleh Rumah Makan Dapoer Pamenan untuk mengembangkan usahanya. Dalam hal ini, Rumah Makan Dapoer telah menciptakan suatu strategi yang mereka kenal sebagai strategi SO (*Strengths Opportunities*), atau yang dikenal pula dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*). Sementara itu Strengths (Kekuatan) dan Threats (Ancaman) yang dimiliki Rumah Makan Dapoer Pamenan menciptakan strategi ST (*Strengths Threats*). Strategi ST berupa strategi yang berbasis pada diversifikasi produk. Kemudian, kelemahan dan peluang dalam usaha menciptakan suatu strategi WO (*Weaknesses Opportunities*), dikenal juga dengan strategi *turn-around*. Dan yang terakhir, kelemahan dan ancaman yang ditemui selama pengembangan usaha menciptakan suatu strategi yaitu WT (*Weaknesses Threats*), strategi ini lebih familiar dikenal sebagai strategi defensif (bertahan) terhadap segala kemungkinan yang dialami selama menjalankan usaha.

**Tabel. 1 Matrik SWOT Rumah Makan Dapoer Pamenan**

<b>IFAS</b>	<p>Strengths (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tempat yang aman dan nyaman</li> <li>b. Berkolaborasi dengan aplikasi online Go-Food dan Grab-Food</li> <li>c. Pelayanan yang memuaskan</li> <li>d. Cita rasa yang khas</li> </ul>	<p>Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Citra merek Rumah Makan Dapoer Pamenan belum banyak dikenal orang pribumi</li> <li>b. Memerlukan modal yang besar untuk mengembangkan usaha</li> <li>c. Tidak memiliki laporan keuangan yang sistematis</li> </ul>
-------------	---	--





<b>EFAS</b>	e. Menu makanan dan minuman yang beragam f. Lokasi yang mudah dijangkau	d. Area parkir tidak luas
<b>Opportunities (O)</b> a. Pemerintah daerah mendukung perkembangan UMKM b. Mendapatkan pelanggan baru yang potensial dan dapat dijadikan sebagai pelanggan yang loyal c. Memiliki pelanggan yang setia d. Mendiversifikasi (menganekaragamkan) Menu. e. Pertumbuhan penduduk di daerah tersebut meningkatkan penjualan f. Gaya hidup masyarakat menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok	<b>Strategi SO</b> a. Membuat standar kualitas produk dan pelayanan b. Mengembangkan kualitas produk dan pelayanan c. Menentukan harga agar dapat bersaing d. Memanfaatkan potensi lokal e. Melakukan inovasi produk, pelayanan suasana tempat usaha secara terus-menerus	<b>Strategi WO</b> a. Meningkatkan promosi b. Menciptakan lingkungan kerja yang harmonis c. Efisiensi modal d. Keuangan dikelola sendiri oleh pemilik e. Bekerja sama dengan pengelola parker setempat
<b>Threats (T)</b> a. Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing b. Inovasi rumah makan pesaing sangat cepat c. Banyaknya rumah makan baru yang lebih terjangkau d. Strategi bisnis mudah ditiru oleh pesaing	<b>Strategi ST</b> a. Harga yang bersaing b. Lebih mengutamakan kualitas pelayanan c. Tatanan ruangan yang menarik	<b>Strategi WT</b> a. Mengembangkan dan meningkatkan kemampuan SDM b. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan c. Menyediakan menu dengan rasa yang khas d. Mempelajari dunia usaha yang lebih mendalam

*Sumber data diolah*

**IFAS : Internal Strategic Factors Analysis Summary Rumah Makan Dapoer Pamenan Bekasi**  
**EFAS : Eksternal Strategic Factors Analysis Summary Rumah Makan Dapoer Pamenan Bekasi**

### Pembobotan Aspek-Aspek Internal Dan Eksternal

**Tabel. 2Aspek Internal (Perpaduan Kekuatan dengan Kelemahan Rumah Makan Dapoer Pamenan)**

Aspek Internal	Nilai	Skor	Bobot	Rata-rata tertimbang
Tempat	Sedang	2	20%	0,4
Pelayanan	Kuat	3	25%	0,75
Lokasi	Sedang	2	15%	0,3
Menu makanan	Kuat	3	25%	0,75



Brand image	Kuat	3	25%	0,75
Modal	Sedang	2	15%	0,3
Sistem keuangan	Sedang	2	10%	0,2
Berkolaborasi	Kuat	3	10%	0,3
Area parker	Lemah	1	15%	0,15
Total				3,15

Berpatokan pada data yang tercantum pada tabel 2, dapat diperoleh informasi mengenai aspek internal, yaitu skor tertinggi pada pelayanan, varian menu makanan serta brand image di mata masyarakat. Menu makanan dibuat dengan rasa khas tersendiri sehingga menjadi alat untuk menarik konsumen dan membuat konsumen tertarik untuk datang Kembali untuk membeli menu makanan tersebut. Kekhasan yang ada menimbulkan Brand Image tersendiri bagi para pelanggan, hal ini juga di dukung dengan pelayanan yang tidak hanya ramah tapi juga penuh kekeluargaan sehingga pelanggan akan merasa nyaman. Meskipun area parkir kurang luas dan nyaman namun dapat di tutupi dengan pelayanan yang baik dan masakan yang enak. Modal yang kuat dapat mendukung dalam pengembangan usaha Rumah Makan, namun usaha yang dapat berkembang adalah usaha yang telah memiliki Brand Image yang bagus di masyarakat.

**Tabel. 3 Aspek Eksternal (Perpaduan Peluang dengan Ancaman Rumah Makan Dapoer Pamenan**

Aspek Eksternal	Nilai	Skor	Bobot	Rata-rata tertimbang
Pesaing	Sedang	2	25%	0,5
Pelanggan	Kuat	3	20%	0,6
Penduduk	Sedang	2	15%	0,3
Diversifikasi menu	Sedang	2	20%	0,4
Inovasi	Sedang	2	25%	0,5
Strategi usaha	Sedang	2	20%	0,4
Harga	Kuat	3	20%	0,6
Total				3,4

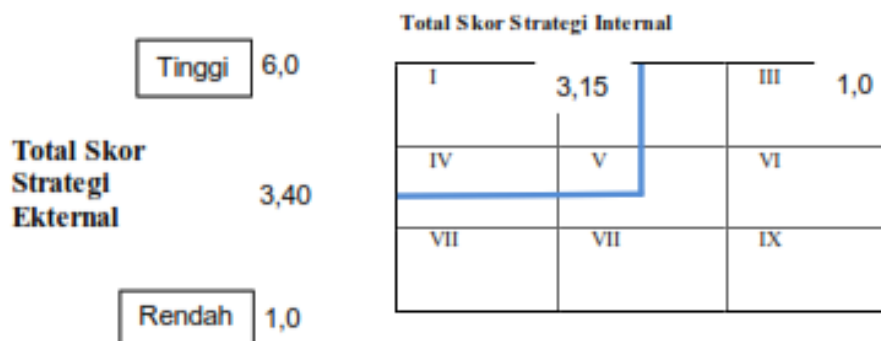


Berpatokan pada hasil skor pada tabel 3 tercatat bahwa aspek internal yang meraih skor tertinggi terdapat di pelanggan dan harga. Karena tingkat pertumbuhan Rumah Makan Dapoer Pamenan sangat ditentukan oleh pelanggan, bagaimana pelanggan yang setia mampu memberikan peningkatan penjualan bagi Rumah Makan Dapoer Pamenan. Oleh karena itu pelanggan yang loyal akan dilayani dengan sangat baik dan penuh kekeluargaan agar pelanggan merasa nyaman dan puas.

Banyaknya pesaing-pesaing yang muncul tidak akan mampu memberikan pengaruh yang berarti selama Rumah Makan Dapoer Pamenan masih memiliki pelanggan yang loyal. Dengan adanya diversifikasi, inovasi dan strategi dalam usaha, terutama yang berbasis pada kompetensi mumpuni dalam pengembangannya, Rumah Makan Dapoer akan memperoleh pengaruh yang cukup signifikan dalam pengembangan usahanya, terutama dari segi mengusir kejenuhan pelanggan yang telah menjadi pelanggan setia. Sementara harga akan menjadi pertimbangan bagi pelanggan yang berasal dari golongan kelas menengah ke bawah hal ini disebabkan dengan banyaknya Rumah Makan lain yang memberikan harga murah.

**Matriks IE ( Internal Eksternal ) UMKM Rumah Makan Dapoer Pamenan**

Berdasarkan klasifikasi pada tabel IFAS dan Tabel EFAS diketahui bahwa skor untuk faktor internal sebesar 3,15 berarti bahwa UMKM memiliki kekuatan dan kelemahan rata-rata yang dimiliki oleh UMKM dapat dimanfaatkan untuk meminimalkan kelemahan sedang skor total faktor eksternal sebesar 3,40 memberikan arti bahwa pada Rumah Makan Dapoer Pamenan mempunyai kekuatan serta peluang untuk tumbuh dan berkembang di masa yang akan mendatang dengan melakukan antisipasi terhadap ancaman seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi. Untuk mengetahui gambaran strategi perusahaan maka berdasarkan formulasi IFAS dan EFAS selanjutnya di perhitungkan dalam matrik Internal eksternal IE matrik .



**Gambar .1 Matrik IE**

Menelaah dari gambar yang disajikan pada gambar matrik IE, letak UMKM Rumah Makan Dapoer Pamenan terletak pada Kuadrat V (3,15;3,40), dalam kuadran V ini berarti terdapat beberapa strategi pertumbuhan dan strategi stabilitas yang dapat diterapkan, antara lain:

- a. Menetapkan standardisasi terhadap kualitas produk dan kinerja pelayanan
- b. Menetapkan harga yang dapat bersaing dan tetap mempertimbangkan keoptimalan



- laba usaha yang diperoleh pengusaha
- c. Memberdayakan dan mengembangkan kekuatan internal sebagai senjata
  - d. Melakukan inovasi dan riset pasar secara kontinu atau berkelanjutan untuk menilai selera konsumen

Strategi ini telah diterapkan, dan diharapkan dengan berjalannya strategi usaha ini, Rumah Makan Dapoer Pamenan dapat bertahan di masa Pandemi Covid-19, dengan omset penjualan yang stabil atau bahkan mengalami peningkatan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian terhadap Rumah Makan Dapoer Pamenan ini menunjukkan bahwa bagi masyarakat yang berjiwa wirausaha (Entrepreneurship) dan berfikir inovatif maka tetap terdapat peluang membuka usaha di masa Pandemi Covid 19. Berdirinya rumah makan Dapoer Pamenan ini juga telah menginspirasi bagi masyarakat di Kecamatan Rawalumbu membuka usaha sejenis Rumah Makan Dapoer Pamenan ini.

Walaupun secara umum daya beli masyarakat menurun akibat Pandemi Covid 19, omset penjualan Rumah Makan Dapoer Pamenan mengalami grafik kenaikan setiap bulan. Hal ini disebabkan oleh: pemilihan citra rasa produk yang berbeda dibandingkan dengan rumah makan padang lainnya, dan strategi pemasaran yang telah menggunakan teknologi on line serta melakukan kolaborasi dengan perusahaan-perusahaan start up seperti grabfood.

### **Saran**

Untuk mempertahankan kinerja (Performance) dan sekaligus meningkatkannya, kami mengusulkan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas produk dan pelayanan.
- b. Bersikap hati-hati terhadap penetapan harga dengan pertimbangan berbagai Faktor, termasuk harga dari pesaing.
- c. Melakukan pemberdayaan terhadap potensi lokal yang dirasa mampu mendongkrak kemajuan usaha.
- d. Menerapkan sistem persaudaraan, dengan cara tetap menjaga kepercayaan, terutama antara pengusaha dan pegawai, pengusaha dan pelanggan, serta pelayan dengan Pelanggan.
- e. Selalu berfikir inovatif dalam hal produk dan teknologi penjualan.
- f. Mempertahankan sikap berkolaborasi dengan pihak-pihak lain

## **REFERENSI**

Alamia. Ricka Z. 2006. *Analisis SWOT Pada Warung Bang Man Di Kawasan Warung Kopi (Warkop) Harapan Medan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. (tidak dipublikasikan).



- Anugrah, Intan Widya & Suhaeni, Tintin. 2017. *Pengaruh Kepemimpinan Stratejik Terhadap Strategi Bersaing UKM Café dan Restoran*. Jurnal Riset Bisnis & Investasi Vol. 3, No. 3, Desember 2017. Bandung.
- Data. 2016. BPS Kantor Kecamatan Rawalumbu.
- Data. 2019. BPS Kantor Kecamatan Rawalumbu.
- Feti Fatimah dan Wenny Murtalining Tyas. 2020. *Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19*. Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 5 No. 2 Juli 2020 Hal: 245-253. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rukmini. 2011. *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Kamang Jaya*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara Medan. (tidak dipublikasikan).
- Suhandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Zimmer, Thomas W, dan Scarborough, Norman M. 2002. *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Prehalindo. Jakarta.
- ([https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha\\_Kecil\\_dan\\_Menengah](https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah))