

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS UMKM BAKSO SEITALO DI KOTA PALEMBANG)

Desiantina Tri Rachmadina¹, Saprida², Chandra Satria³

¹Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

^{2,3}Prodi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang

Email : desiantina14@gmail.com, saprida@stebisigm.ac.id, chandras@stebisigm.ac.id

Abstract

The Covid-19 pandemic is a global event that occurs throughout the world and attacks anyone regardless of age. The Covid-19 pandemic has had a major impact on the economy in Indonesia and the government must immediately address it. The problem faced by Bakso Seitalo MSMEs is the emergence of the Covid-19 pandemic which has a very big impact on the business continuity of Bakso Seitalo MSMEs seen from unstable and declining business income and the number of consumers who come to MSME Bakso Seitalo has also decreased. This research is a field research, with the type of qualitative descriptive research. Sources of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The results of this study determine the business development strategy that will be carried out by Bakso Seitalo MSMEs in increasing income during the covid-19 pandemic, namely product strategy, price strategy, promotion strategy, place strategy. And for the service quality strategy, namely by implementing an honest, friendly, polite, patient attitude in serving all consumers and providing services such as delivery orders to serve customers, as well as implementing health protocols by providing hand washing places, hand sanitizers, and adjusting the distance between chairs so that protected from the Covid-19 virus.

Keywords: *Business Development, Service Quality, Income*

Abstrak

Pandemi Covid-19 merupakan kejadian global yang terjadi di seluruh dunia dan menyerang siapapun tanpa mengenal usia. Pandemi Covid-19 ini sangat berdampak besar pada perekonomian di Indonesia dan harus segera di atasi oleh pemerintah. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Bakso Seitalo adalah dengan munculnya pandemi Covid-19 yang sangat berdampak sekali pada kelangsungan usaha UMKM Bakso Seitalo dilihat dari pendapatan usaha yang tidak stabil serta mengalami penurunan dan jumlah konsumen yang datang ke UMKM Bakso Seitalo pun berkurang. Penelitian ini adalah penelitian lapangan,

dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mengetahui strategi pengembangan usaha yang akan dilakukan UMKM Bakso Seitelo dalam meningkatkan pendapatan di masa pandemi covid-19 ini yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat. Dan untuk strategi kualitas pelayanan yaitu dengan diterapkannya sikap jujur, ramah tamah, sopan, sabar dalam melayani semua konsumen serta menyediakan jasa pelayanan seperti delivery order untuk melayani pelanggan, serta menerapkan protokol kesehatan dengan menyediakan tempat cuci tangan, handsanitizer, dan mengatur jarak antar kursi agar terhindar dari virus Covid-19.

Kata kunci :*Pengembangan Usaha, Kualitas Pelayanan, Pendapatan*

PENDAHULUAN

Aktivitas ekonomi merupakan suatu usaha guna menaikkan daya serta taraf hidup penduduk, sebab dengan naiknya pertumbuhan ekonomi maka kebutuhan penduduk bakal terpenuhi. Guna memenuhi kebutuhan penduduk maka diperlukan ketersediaan lapangan pekerjaan yang sanggup menampung setiap penduduk yang ada. Terdapat beberapa aspek kasus yang sedang muncul di dalam kalangan UMKM di Indonesia terkhususnya di Kota Palembang. (Yamali & Putri, 2020) Salah satu nya ialah dengan timbulnya pandemi Covid- 19 ditengah penduduk Indonesia. Diketahui bahwa Covid19 merupakan kepanjangan dari sebuah pandemi coronavirus disease 2019. Suatu penyakit yang menular serta mematikan yang diakibatkan oleh SARSCoV- 2, salah satu jenis yang berasal dari corona virus.

Selama pandemi ini, pendapatan para UMKM menjadi berubah berdasarkan lingkungan serta keuntungan dari pembelian konsumen. Salah satu UMKM yang terkena dampak akibat pandemic covid-19 ini ialah bakso seitelo. Pemilik usaha bakso seitelo ini menjelaskan bahwa dimasa pandemi ini pendapatan usaha baksonya tidak stabil bahkan mengalami penurunan, hal tersebut terjadi sejak pertengahan tahun 2020 kemarin. Penurunan pendapatan ini karena melemahnya sektor perekonomian masyarakat akibat adanya pandemic covid-19 sehingga banyak pelanggan yang takut untuk membeli makanan keluar rumah. Namun demikian masih ada konsumen yang mau membeli seperti biasanya, baik itu datang langsung ketempat ataupun membeli melalui aplikasi gofood dan shopeefood. Selain itu mahal nya harga bahan baku pembuatan bakso seperti daging sapi membuat pemilik usaha mengurangi jumlah produksinya. Tetapi pemilik usaha bakso seitelo ini tetap konsisten melakukan aktivitas penjualannya agar terus menghasilkan produk yang berkualitas.

Dari data penjualan tahun 2019 sampai tahun 2022 yang telah didapatkan, penjualan bakso pada UMKM Bakso Seitelo mengalami penurunan yang tidak stabil. Menurut data yang telah saya dapatkan, penurunan penjualan pada usaha UMKM Bakso Seitelo dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk pencegahan penyebaran Covid-19 dan juga berkurangnya pesanan untuk acara-acara tertentu. Oleh karena itu produksi pembuatannya pun berkurang sehingga mengakibatkan penurunan penjualan.

KAJIAN TEORI

Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan merupakan suatu proses, perbuatan, cara, dan mengembangkan. Sementara itu konsep pengembangan adalah suatu kebutuhan yang diaplikasikan kedalam kehidupan. Maka konsep berarti suatu rancangan, ide atau pengertian yang diabstrakan dari suatu peristiwa yang nyata.(Sridewi, 2020)

Pengembangan bisa diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan teoritis, konseptual, dan moral individu melalui pendidikan dan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan. Sedangkan usaha merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghasilkan pendapatan dengan tujuan menghasilkan keuntungan.(Sridewi, 2020).

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah totalitas karakteristik barang atau jasa yang memperlihatkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat ataupun yang tersembunyi. Bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sangat penting untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya agar perusahaan dapat mencapai keberhasilan.(mulyaningsih, 2012)

Menurut (Zeithaml, 1998) kualitas pelayanan diartikan sebagai penilaian pelanggan atas totalitas keunggulan ataupun superioritas layanan. Khususnya di bidang kuliner, kualitas pelayanan dan kepuasan Konsumen merupakan salah satu hal yang paling mendasar. (Mustikasari,2020)

Pengertian Pendapatan

Menurut Sadono Sukirno, pendapatan merupakan “penghasilan yang diterima tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima oleh suatu negara”. Dengan begitu pendapatan merupakan cerminan posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat.(Lisnawati, 2020)

Menurut ilmu ekonomi pendapatan adalah nilai maksimum yang dapat di konsumsi oleh seseorang dalam suatu waktu dengan mengharapkan kondisi yang sama di akhir periode seperti dalam kondisi semula. Tingkat pendapatan per kapita bisa mencerminkan daya beli. Semakin tinggi tingkat pendapatan, semakin tinggi daya beli dan semakin meningkat juga permintaan barang. (Supardi, 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang narasumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Bakso Seitalo Di Kota Palembang

a. Produk (Product)

Penerapan strategi produk UMKM Bakso Seitalo mencakup tentang acuan/bauran, kemasan produk, kualitas produk, cara pembungkusan, proses produksi dan beragam produk yang dijual. Berkaitan dengan produk terutama barang konsumsi, konsumen sekarang ini tidak hanya membutuhkan makanan yang lezat di lidah untuk bisa menarik perhatian mereka. Makanan yang unik dan menarik secara visual akan sangat mudah mempengaruhi mereka ketika melihat sebuah makanan.

Dengan berbagai macam variasi produk yang dijual Bakso Seitalo, memudahkan konsumen dalam menentukan pembelian sesuai dengan kebutuhannya dengan harga yang terjangkau agar konsumen tertarik pada UMKM Bakso Seitalo.

Produk Bakso Seitalo juga memiliki kualitas produk yang baik, hal ini dibuktikan dengan penggunaan bahan baku yang berkualitas sesuai dengan aturan kesehatan menyajikan makanan dengan produk yang masih fresh. Proses pengolahannya pun sangat baik dengan takaran bumbu-bumbu yang pas dan sangat memperhatikan kebersihan pada produk terutama pada saat sedang pandemi seperti sekarang ini. Hal ini dilakukan tentunya agar bisa terhindar dari pemaparan virus pandemi Covid-19. UMKM Bakso Seitalo juga terus berinovasi agar produk yang jual bisa terus diminati oleh para konsumen. Untuk merek sendiri UMKM Bakso Seitalo sudah memiliki logo sendiri sehingga konsumen sudah mengenal UMKM Bakso Seitalo. Pengemasan pada UMKM Bakso Seitalo juga sudah menggunakan plastik dengan bahan yang bagus dan cup yang ada logonya sehingga bisa menjadi lebih menarik.

b. Harga (Price)

UMKM Bakso Seitalo sangat mempertimbangkan dengan matang dalam menetapkan harga jual produk kepada konsumen. Dalam menetapkan harga, UMKM Bakso Seitalo melihat pada kondisi pasar dan segmentasi pasar yang sudah ditetapkan. Harga yang dibandingkan setiap produk UMKM Bakso Seitalo sudah terjangkau. Dimana harga jual produk UMKM Bakso Seitalo dapat terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat. Sehingga harganya pun bervariasi sesuai dengan segmen yang dituju. Harga yang ditawarkan pun sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

UMKM Bakso Seitalo dalam menentukan harga jual produk Bakso Seitalo menetapkan harga dengan tidak melebihi harga pasaran pada umumnya karena perusahaan tidak ingin memberatkan konsumen dengan mematok harga yang terlalu tinggi melebihi harga pasaran yang ada.

c. Tempat (Place)

Lokasi yang strategis bagi sebuah bisnis adalah lokasi yang berada di pusat wilayah daerah seperti perkotaan. UMKM Bakso Seitalo sendiri lokasinya berada di pusat kota dan dekat dengan pusat pendidikan. Lokasi UMKM Bakso Seitalo

pun didukung dengan banyaknya permukiman penduduk untuk dilalui oleh kendaraan motor dalam melakukan kegiatan produksi.

Berada di lokasi yang strategis jadi dengan mudah konsumen bisa mengetahui atau mencari tempat/lokasinya. Menyediakan tempat produksi yang bersih, nyaman, dan mempunyai halaman parkir yang luas. Dengan lokasi yang strategis ini, pelanggan tidak akan kesukesan dalam mencari tempat UMKM Bakso Seitalo.

d. Promosi (*Promotion*)

Dalam melaksanakan promosi, UMKM Bakso Seitalo melakukan kegiatan promosi melalui berbagai media promosi, media cetak, dan media online. Pada media cetak UMKMBakso Seitalo menggunakan banner yang diletakkan di depan tempat lokasi, sedangkan media online, UMKM Bakso Seitalo menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Gofood, dan Shopeefood. Selain itu untuk meyakinkan hasil produksinya. Ibu Wiwid menggunakan promosi personal selling dengan mengedukasi target konsumen tentang keunggulan pada produk untuk membangun image yang baik serta merangsang terjadinya promosi *word of mouth*.

2. Strategi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Bakso Seitalo Di Kota Palembang

Menurut Tjiptono menjelaskan kualitas pelayanan yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan adalah langkah yang harus diambil oleh para pengusaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing mereka.

Strategi pelayanan yang dilakukan oleh pelaku UMKM kuliner, seperti melayani dengan sabar, ramah, murah senyum, melayani kebutuhan konsumen dengan cepat, memberikan kesan yang baik, dan membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja. Menyediakan tempat cuci tangan, handsanitizer, dan mengatur jarak antar tempat duduk juga menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk menghindari penyebaran virus Covid-19. Selain itu menyediakan jasa pelayanan seperti grabfood dan shopeefood atau *delivery order* untuk melayani pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke lokasi. Pelayanan yang demikian ternyata mampu meningkatkan jumlah penjualan pedagang.

Selain itu dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan proses yang cepat, maka akan semakin kuatlah mutu pelayanan di UMKM Bakso Seitalo yang akan diberikan kepada para konsumen, sehingga konsumen yakin bahwa pelayanan dan proses yang sudah diberikan pihak UMKM Bakso Seitalo sangatlah baik dan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen itu sendiri.

SIMPULAN

1. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh UMKM Bakso Seitalo yaitu dengan pertama strategi produk. Strategi produk yang diterapkan di UMKM Bakso Seitalo sudah sesuai mulai dari proses pembuatan sampai pemilihan bahan baku menggunakan bahan yang berkualitas baik dan menjaga kebersihan pada

produk. Kedua strategi harga, pemilik usaha melakukan strategi harga dengan memberikan harga yang terjangkau sehingga dapat dirasakan oleh semua kalangan. Ketiga strategi tempat atau lokasi, strategi tempat pada UMKM Bakso Seitalo ini yaitu dengan memilih lokasi yang strategis berada di tengah kota sehingga UMKM Bakso Seitalo ini lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Keempat strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan oleh UMKM Bakso Seitalo ini ialah dengan cara mempromosikan produknya secara online (Whatsapp, Facebook, Instagram, Gofood, Shopeefood, Google map) dan offline (banner, dari mulut ke mulut).

2. Strategi Kualitas Pelayanan

Strategi kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM Bakso Seitalo sudah sangat baik. Diterapkannya sikap jujur, ramah tamah, sopan, sabar dalam melayani semua konsumen serta menyediakan jasa pelayanan seperti *delivery order* untuk melayani pelanggan. Sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh pihak Bakso Seitalo. Selain itu UMKM Bakso Seitalo juga sudah menerapkan protokol kesehatan dengan menyediakan tempat cuci tangan, handsanitizer, dan mengatur jarak antar kursi agar terhindar dari virus Covid-19

DAFTAR PUSTAKA

- Lisnawati, U. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan ternak ayam potong*. mulyaningsih, indrya. (2012). *terampil surat menyurat* (Jamroni & O. Kreativa (eds.)).
- Ayyana. Mustikasari, A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen*. 1, 24–32.
- Sridewi, N. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*.
- Supardi, A. (2021). *Analisis Penetapan Tingkat Upah Dalam Meningkatkan Pendapatan Tenaga Kerja Perspektif Ekonomi Islam*. 147.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*. 4(September), 384–388.