

Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pada Pasca Pandemi Covid-19 di Kelurahan Pagesangan Kota Mataram

Nurin Rochayati¹, Elisaber Irma¹, Ibrahim¹, Mas'ad¹, Arif¹, Abdul Wahab², Agus Herianto¹

¹Pendidikan Geografi, Universitas Muhammadiyah Mataram

²Pendidikan Bahasa Arab, Universitas Muhammadiyah Mataram

nurinrochayati@gmail.com

Keywords:

Culinary Business, Post Covid-19 Pandemic

Abstract: The research aims to 1). Describing culinary business during a pandemic. 2) Explaining the culinary business development strategy (MSMEs) related to the opportunities and strengths, threats and weaknesses of MSMEs. This research is a qualitative research with a descriptive approach. data collection using the method of observation, interviews, and documentation. In this study, the key informants are restaurant owners and employees, and the regular informants are the public or customers, while the data analysis technique uses SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). The results of this study can be concluded that the restaurant has aspects of strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Aspects of strength, namely: Willingness and self-confidence for business, Focus on goals, Clean restaurant, and providing a diverse menu. Weakness aspects are: Unclean dining conditions, Inadequate location or marketing area, Expensive rental prices. Aspects of opportunity, namely: ... of boarding houses and students, Close to campus, product quality must be prioritized, and restaurants. Threat aspects are: increased production material costs, appearance/culture of the seller, the existence of the Covid-19 pandemic, different consumer desires and tastes

Kata Kunci:

Usaha Kuliner, Pasca Pandemi Covid-19

Abstrak: Penelitian bertujuan untuk 1). Mendeskripsikan usaha kuliner pada masa pandemic. 2) Menjelaskan strategi pengembangan usaha kuliner (UMKM) yang berkaitan dengan faktor peluang dan kekuatan, ancaman dan kelemahan UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci yaitu pemilik rumah makan dan karyawan, dan yang menjadi informan biasa yaitu masyarakat atau pelanggan, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Hasil penelitian ini bahwa rumah makan memiliki aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Aspek kekuatan yaitu: Kemauan dan percaya diri untuk usaha, Fokus pada sasaran, Rumah makan yang bersih, dan menyediakan menu makan yang beragam. Aspek kelemahan yaitu: Kondisi tempat makan yang kurang bersih, Lokasi atau tempat pemasaran yang tidak memadai, Harga sewa yang mahal. Aspek peluang yaitu: Banyaknya kos-kosan dan mahasiswa, Dekat dengan kampus, Kualitas produk harus diutamakan, dan rumah makan. aspek ancaman yaitu: Biaya bahan produksi meningkat, Penampilan/ budaya penjual, Adanya Pandemic covid-19, Keinginan dan selera konsumen yang berbeda

Article History:

Received: 19-08-2021

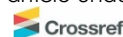
Revised : 16-09-2021

Accepted: 23-09-2021

Online : 30-09-2021



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



A. LATAR BELAKANG

Sektor ekonomi nasional di Negara Indonesia yang merupakan sangat berperan dalam kehidupan masyarakat tidak lain adalah usaha kecil menengah (UKM). Usaha Mikro kecil didefinisikan sebagai kegiatan 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 (Setyawati, 2009). Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut (Mariana, 2012). UKM (Usaha Kecil Menengah selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya (Mariana, 2012).

Kenyataannya, masih belum diberdayakan secara optimal. Seperti hanya di daerah Sabang peran dari D2KUKM kurang optimal dalam memberdayakan masyarakat melalui usaha kecil menengah, sehingga butuh perbaikan dari berbagai sector baik dari dinas perdagangan itu sendiri serta peningkatan kompetensi masyarakat dalam hal ini pelaku usaha kecil menengah melalui pelatihan, workshop serta memberikan bantuan yang dapat menunjang Usaha mereka (Arif Ferdian, 2008). Pemberdayaan sebenarnya dapat dilakukan diantaranya dengan mengidentifikasi masalah yang ada di sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Implikasinya, pengembangan komoditas unggulan dan pengembangan UKM dapat merupakan strategi yang efektif dalam mengembangkan ekonomi daerah. Pemberdayaan UKM seyogyanya dilaksanakan secara simultan dalam kerangka kerja yang komprehensif dengan berbagai upaya lain seperti di bidang pendidikan, pelatihan kerja, pemberdayaan masyarakat, pembangunan sosial dan pembangunan infrastruktur lainnya (Sukesti & Iriyanto, 2011). Salah satu upaya yang sudah dilakukan pemerintah melalui kementerian Koperasi dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah merencanakan pertumbuhan 6 juta unit usaha di Indonesia selama periode 2005-2009. Sekitar 5,3 juta unit usaha baru di Indonesia baru diprediksikan akan tumbuh secara alami pada sektor-sektor ekonomi yang telah ada, sedangkan 700.000 unit usaha baru perlu diarahkan pada sektor-sektor usaha yang berbasis pengetahuan dan teknologi serta sektor yang mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing perekonomian nasional (Lestari, 2007). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah berencana untuk menciptakan 20 juta usaha kecil menengah baru tahun 2020 (Agus & Waluyo, 2018). Tahun 2020 adalah masa yang menjanjikan begitu banyak peluang karena di tahun tersebut akan terwujud apa yang diimpikan para pemimpin ASEAN yang tertuang dalam Bali Concord II (Sukesti & Iriyanto, 2011)

Kondisi yang nyata yang tidak bisa dipungkiri, sekarang ini UMKM mengalami penurunan. Terkait Pandemi covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah (Hardilawati, 2020). Pada tahun 2020, berbagai sektor usaha terdampak negatif akibat sebaran virus yang masih berkelanjutan. Wabah virus corona baru (Covid-19) semakin terasa dalam perekonomian dalam negeri, terutama dari sisi konsumsi, korporasi, sektor keuangan, dan Usaha Kecil Menengah (UKM) (Purwanto & Fachrizi, 2021). Selain itu berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Hal ini disebabkan karena 2 tahun ini (2019-2021) Negara mengalami wabah pandemic covid-19. Jumlah pengunjung warkop turun antara 30%-40% sedangkan kafe antara 65%-85% (Fathoni & Al-hakim, 2021). Usaha warung kuliner agar tetap bertahan dalam masa pandemic perlu diperhatikan beberapa halbeberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap unit usaha kecil menengah, antara lain: kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan sumber daya manusia. (gregorius rio alfrian, 2020). Melihat di sekitar jalan Gajah Mada Kelurahan Pagesangan dapat menemukan berbagai produk lokal, yang pada umumnya merupakan hasil usaha atau

industri kecil, yang dapat di katakan sebagai industri informal atau tradisional. Pedagang rumah makan tradisional yang kita kenal yaitu warung lamongan, warung umi, warung nasi puyung, dan warung ummat. Warung lamongan memiliki beberapa menu makanan yaitu: nasi pecel, nasi campur, soto lamongan, dan kare ayam. Sedangkan di warung ummat memiliki 2 jenis makanan khas yaitu makana khas jawa dan makanan khas Lombok. Dalam penelitian ini tujuannya untuk mendeskripsikan usaha kuliner yang ada didesa Kelurahan Pagesangan, terutama sepanjang jalan Gajahmada, strategi dalam menghadapi pandemic-2019 agar usaha kulinernya tetap bertahan.

B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini mendeskripsikan kejadian yang di dengar, dirasakan dan dibuat dalam pernyataan naratif atau deskriptif. Jenis penelitian ini berkarakteristik alamiah atau bersetting apa adanya dari fenomena yang terjadi di lapangan yang menitik beratkan pada kualitasnya (Strauss & Corbin, 2007). Pendekatan tersebut digunakan karena penelitian ini bertujuan mendeskripsikan data yaitu cara pengembangan usaha kuliner jenis makanan dan kararteristik usaha mikro kecil dan menengah. Penelitian berlokasi di Kelurahan Pagesangan, Kota Mataram. Dipilihnya tempat penelitian ini, karena tempat ini sangat strategis dekat kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, kampus UIN Mataram, pasar tradisional, tempat kos mahasiswa, perumahan pepabri dll. Dalam pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Adapun analisis data dengan analisis SWOT. Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengeni peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain (Nisak, 2013)

Table 01. Matrik analisis SWOT

	IFAS	STRENGTHS S	WEAKNESSES W
EFAS		<ul style="list-style-type: none"> Tentukan 3-5 faktor-faktor kelemahan internal 	<ul style="list-style-type: none"> Tentukan 3-5 kekuatan internal
OPPORTUNITIES (O)	<ul style="list-style-type: none"> Tentukan 3-5 faktor peluang eksternal 	STRATEGI SO <ul style="list-style-type: none"> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang 	STRATEGI WO <ul style="list-style-type: none"> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T)	<ul style="list-style-type: none"> Tentukan 3-5 faktor ancaman eksternal 	STRATEGI ST <ul style="list-style-type: none"> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman 	STRATEGI WT <ul style="list-style-type: none"> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Rumah Makan Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Di Sekitar Jalan Gajah Mada Pagesangan.

1. Strengths (kekuatan)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disampaikan bahwa karakteristik UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dari aspek kekuatan adalah sebagai berikut:

- a. Kemauan dan rasa percaya diri

Modal utama seorang wirausaha adalah kemauan yang kuat serta rasa percaya diri. Mereka mempunyai keyakinan dan kepercayaan bahwa dengan tekat dan kemauan yang tinggi akan mampu mengatasi semua permasalahan dilapangan. Dalam usaha yang paling utama diperlukan yaitu rasa percaya diri, karena rasa percaya diri dan memotivasi seseorang untuk membangun usaha.

b. Fokus pada sasaran

Untuk mempertahankan usahanya warung makan tetap fokus pada sasaran yang menjadi kekuatan utama agar tetap lancar dan di minati pelanggan. Peneliti simpulkan bahwa warung makan di sekitar jalan gajah mada Kelurahan Pagesangan harus fokus pada sasaran, karena sasaran menjadi hal penting untuk usaha itu berdiri, berkembang dan bermanfaat untuk masyarakat.

c. Rumah makan yang bersih

Melihat segala sesuatu yang rumah bersih dan rapih, termasuk rumah makan dapat membuat suasana hati menjadi lebih senang, hal ini di karenakan rumah makan di sekitar jalan gajah mada yang bersih dapat memberikan kenyamanan di dalam rumah makan sehingga makan yang sajikan dapat memberi ruang tersendiri untuk bersantai dan menikmati makanan.

d. Bahan baku yang segar

Bahan baku merupakan faktor utama dalam memulai suatu proses produksi dan merupakan langkah awal untuk menentukan produksi apa yang dihasilkan. Setiap perusahaan akan mendirikan suatu usaha, perlu memperhatikan bahan baku dan letak atau sumber bahan baku tersebut. bahan baku yang segar akan memberikan kualitas lebih baik karena tidak tercampur dengan bahan kimia, selain itu rasa makanan yang dihidangkan oleh konsumen akan menjadi lebih lezat, lebih menyehatkan. Persediaan bahan baku yang masih segar akan dapat menjamin berlangsungnya proses produksi.

e. Menu makan yang beragam

Untuk memenuhi konsumsi konsumen terhadap berbagai jenis menu makanan, maka saat ini banyak bermunculan rumah makan yang menyediakan berbagai jenis makanan dengan berbagai makanan khas daerah sebagai menu utamanya. Salah satu nya adalah rumah makan di sekitar jalan Gajah Mada Kelurahan Pagesangan yang menyediakan berbagai jenis menu khas daerah Lombok dan Jawa. Makanan itu antara lain, nasi goreng, soto lamongan, bebalung, nasi campur, nasi pecel, nasi balab, soto ayam kampung, soto ayam kampung campur nasi, soto ayam kampung pisah lontong, soto ayam kampung pisah nasi.kekhasan tersebut menjadi keuntungan tersendiri bagi konsumen untuk memilih rumah makan yang sesuai dengan keinginannya.

f. Sambal

Rumah makan di sekitar jalan Gajah Mada Kelurahan Pagesangan menyediakan sambal khas daerah untuk menambah cita rasa di makanan. Dan sambal itu berbahan dasar cabai dan ditambah dengan garam dan terasi.

g. Harga terjangkau dikalangan masyarakat

Harga terjangkau yaitu harga yang murah sehingga dapat di beli oleh semua orang seperti di warung-warung sekitar jalan gajah mada pagesangan. Harga yang terjangkau ini dapat menarik perhatian para pelanggan untuk berlangganan.

2. Weakness (Kelemahan)

- a. Kondisi tempat warung makan kurang bersih
Kondisi atau keadaan tempat warung makan sangat mempengaruhi kemajuan dan pertumbuhan warung makan tersebut karena dapat membuat kenyamanan bagi pelanggan untuk mengunjungi warung makan tersebut. seperti yang terjadi di salah satu warung makan yang ada di sekitar jalan Gajah Mada PAGESANGAN yang jarang di kunjungi oleh pelanggan. Di mana letak atau tempat warung tersebut berdekatan dengan sungai tempat orang membuang sampah dan air got di tambah lagi dengan keadaan tempat yang kurang kurang bersih. Jadi pelanggan yang pernah makan di warung makan tersebut merasa tidak nyaman.
- b. Lokasi/tempat pemasaran tidak memadai
Lokasi merupakan salah satu bentuk kediaman yang sangat penting karena dengan adanya lokasi yang sudah di tentukan dan kita mengetahui tempat yang seharusnya sudah ada. Lokasi yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan usah warung makan untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi ini akan menghambat usaha warung makan dan secara otomatis keuntungan maksimalnya tidak dapat dirasakan oleh pengusaha rumah makan.
- c. Harga sewa yang mahal
Kontrak kios warung makan di sekitar jalan Gajah Mada Kelurahan Pagesangan terbilang cukup mahal di bandingkan dengan harga kost-kosan. Harga sewa ini harus bayar uang muka dulu, dan harga kontrakan saya ini 13 juta pertahun, karena dekat dengan jalan raya dan kampus.
- d. Kurangnya optimalnya pemasaran produk
Pemasaran produk UMKM masih bersifat konvensional dan cenderung dilakukan secara pasif, yaitu hanya mengandalkan konsumen yang datang ke tokonya maupun konsumen dapat informasi dari mulut ke mulut. Selain itu, UMKM rumah makan belum memiliki sumber daya manusia yang menangani pemasaran produk serta jangkauannya kurang meluas dikarenakan rumah makan itu sendiri belum melakukan pemasaran secara online sehingga hasil yang didapatkan kurang memaksimal.
- e. Modal yang terbatas
Keterbatasan modal relatif rendah berpengaruh terhadap penyerapan atau adopsi teknologi yang rendah pula. dari aspek ekonomi modal usaha rumah makan rendah bahkan tidak mempunyai modal usaha untuk membuka warung. Kamajuan teknologi berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang di tawarkan. Adanya teknologi yang lebih modern akan memudahkan dalam menghasilkan komoditas. Selain itu dengan menggunakan alat-alat modern akan menurunkan biaya produksi dan akan memudahkan untuk penjual komoditas dengan jumlah yang banyak.

3. Opportunities (Peluang)

- a. Kualitas produk yang ditawarkan harus diutamakan
Apabila telah memilih menu makanan yang banyak di cari konsumen, cara selanjutnya adalah dengan membuat aneka jenis lauk pauk serta sayuran dengan cita rasa yang nikmat dan enak. Salah satu yang harus di perhatikan adalah dari bahan pembuatannya harus memiliki kualitas dan pada saat proses produksi kebersihan harus selalu dijaga agar makan yang di hasilkan lebih higienis. Untuk segi rasa yang di tawarkan oleh para konsumen ini benar-benar berkualitas dan pas.

b. Banyak kost-kosan dan mahasiswa

Usaha rumah makan sekarang ini memang merupakan bisnis yang cukup menjanjikan. Dengan adanya kost kosan di sekitar warung makan maka dapat memberi peluang terbesar walaupun dalam keadaan yang sulit. Dengan strategis seperti ini tidak perlu mencari pengunjung karena dengan sendirinya pengunjung akan berdatangan sendiri. Rumah makan mengingat anak kost rata-rata adalah anak kuliah, orang yang bekerja merantau, atau orang-orang kantoran yang jauh dari rumah dan biasanya cuman sendirian tanpa keluarga. Dengan adanya peluang ini maka rumah makan tidak perlu besar, cukup ruang untuk makan dan ruang untuk masak.

c. Banyak anak-anak mudah yang nongkrong

Dengan adanya cita rasa yang baru masyarakat tidak bosan menikmati hidangan yang di sediakan oleh warung makan tersebut. Selain itu, juga masyarakat akan merasa tertarik sehingga mereka akan senang mengunjunginya.

d. Dekat dengan lokasi kampus

Adanya jadwal masuk kuliah kampus UMMAT dan kampus UIN menjadi peluang untuk rumah makan di sekitar jalan gajah mada pagesangan. Karena adanya jadwal mahasiswa masuk kampus sehingga warung makan jauh dari kata sepih.

4. Threats (Ancaman)

a. Biaya bahan produksi meningkat

Biaya produksi meningkat dapat menyebabkan warung makan mengalami kesulitan dalam membeli bahan baku. tingginya biaya produksi akan menjadi penghambat bahkan ancaman untuk rumah makan.

b. Penampilan/ budaya penjual

Gaya atau perilaku seseorang baik itu baik itu dari penampilan atau tata cara dalam berbicara merupakan salah satu tindakan yang harus kita hargai sesama. Kebiasaan seseorang salah satu bentuk budaya yang sering dilakukan di warung makan, seperti bentuk budaya dalam sebuah bisnis yaitu penjual bagaimana cara mereka agar warung makan bias laku dan di beli oleh orang lain. Salah satu bentuk budaya yang harus mereka lakukan yaitu dengan cara pakaian sopan dan bentuk perilaku yang baik terhadap pembeli.

c. Adanya Pandemic covid-19

Virus corona (covid-19) merupakan virus baru yang merebak pada tahun 2020, virus ini merupakan virus jenis baru (SAES-CoV-2) penyakitnya di sebut Coronavirus disease 2019 (Covid-19). Penyebaran virus ini yang begitu cepat mengakibatkan terjadinya masalah social dan ekonomi yang terjadi hamper di seluruh dunia, salah satunya adalah Negara Indonesia. Di Negara Indonesia hampir seluruh wilayah terdampak pada perubahan sosial dan ekonominya. Seperti pada warung makan yang ada di sekitar jalan Gajah Mada Kelurahan Pagesangan. Adanya covid-19 mengakibatkan mahasiswa melakukan pembelajaran daring dan ini dampak untuk rumah makan kehilangan pelanggan serta pendapatan yang didapatkan tidak seimbang.

Tabel 02. Lingkungan Internal Dan Ekternal Strategi
Rumah Makan

	<p>STRENGTH (S):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemauan dan percaya diri untuk usaha • Fokus pada sasaran • Rumah makan yang bersih • Bahan baku yang di gunakan masih segar • Menu makan yang beragam • Sambak khas • Harga terjangkau di kalangan masyarakat. 	<p>WEAKNESESS (W):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kondisi tempat warung kurang bersih • Lokasi atau tempat pemasaran yang kurang memadai • Harga sewa yang mahal • Kurang optimalnya pemasaran produk. • Modal yang terbatas
	<p>OPPORTUNITIES (O):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak kost-kosan dan mahasiswa • Banyak anak-anak muda yang nongkrong • Dekat dengan kampus • Kualitas produk yang di tawarkan harus di utamakan. 	<p>STRATEGI (SO):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya kost-kosan dan mahasiswa dapat mempengaruhi pendapatan rumah makan. • dapat meningkat pendapatan bagi rumah makan dengan adanya kampus. • Dengan kualitas produk yang baik dapat memberikan atau menarik perhatian pelanggan. • Membuka catering khusus anak-anak kost-kosan pesantren. • Pembuatan tokoh online dan di daftarkan link di berbagai portal bisnis online
<p>THREATS (S):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya bahan produksi meningkat • Penampilan/ budaya penjual • Adanya Pandemic covid-19 • Keinginan dan selera konsumen yang berbeda 	<p>STRATEGI (ST):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adanya kemauan dan rasa percaya diri serta mejaga kebersihan rumah makan. • Mengoptimalkan kerjasama antar warung makan untuk meciptakan menu yang baru. • Intitusi pendamping dapat memfasilitasi promo bersama dengan didaftarkan portal bisnis • Memperbaiki lokasi yang ada dapat menark perhatian pelanggan. 	<p>STRATEGI (WT):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membangun kekuatan bersama koperasi dan komunitas UKM • Istitusi pendamping dapat memfasilitasi untuk pemerintah membuat regulasi dan kebijakan yang mendukung pengmabangan usaha rumah makan • Adanya kerja sama yang baik dan interaksi yang sopan • Dengan menambah lokasi yang baik dapat menjamin sebagian rumah makan bisa memasarkan makanan yang di jualnya.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dengan penelitian yang dilaksanakan di sekitar jalan Gajahmada Kelurahan Pagesangan Kota mataram, maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

Usaha kuliner (UKM) pada masa pandemik memang mengalami penurunan jumlah pembeli, hal ini karena ada peraturan pemerintah supaya membatasi pembeli, tidak diperbolehkan untuk makan ditempat, selra konsumen berbeda ada rasa takut/khawatir. Usaha kuliner agar tidak mengalami kebangkrutan maka berbagai usaha dilakukan dengan mengadakan harga murah dengan penambahan menu dan meningkatkan kualitas, bahkan ada yang memberikan beli 2 gratis 1, beli makan gratis minum(es teh, es sirup). Adapun strategi yang dipakai oleh pengusaha warung kuliner; mendaftarkan menu makanan ke ojek online (go-jek), membuat promosi dengan menggunakan brosur, atau menawarkan variasi menu makanan ke tempat kos-kosan (catering) dengan sistem mengantar.

Penelitian ini jauh lebih sempurna maka perlu dilakukan lagi penelitian yang selanjutnya, yaitu tentang sosial ekonomi pengusaha warung kuliner, sehingga nantinya dalam pengambilan kebijakan-kebijakan lebih tepat. Selain itu, pemerintah juga harus ikut andil dalam pengembangan usaha kuliner tersebut, karena dengan berkembangnya usaha kuliner dapat meningkatkan Pendapatan Anggaran Daerah (PAD). Dalam meningkatkan usaha warung kuliner sederhana bertaraf restoran, maka perlu adanya pelatihan-pelatihan dari segi memasak, menyajikan bahkan juga perlu higienis tempatnya. Dengan demikian akan meningkatkan pengunjung/pembeli.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terima kasih kepada teman-teman rekan kerja yang sudah membantu dalam penelitian ini, sehingga dapat terwujud suatu artikel jurnal.
2. Terima kasih kepada pak Lurah kelurahan Pagesangan Kota Mataram yang banyak memberikan data dan informasinya
3. Terima kasih kepada Mahasiswa yang telah membantu melakukan penelitian bersama kami.
4. Terima kasih kepada pemilik usaha warung kuliner yang telah memberi banyak informasi tentang keadaan usahanya pada masa pandemik covid-19.
5. Terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait yang tidak bisa disebutkan

REFERENSI

- Agus, F. X., & Waluyo, J. (2018). *Memperkuat Daya Saing Umkm Di Wilayah Surabaya Bisnis*. 1(1). Arif Ferdian. (2008). Usaha Kecil Menengah Oleh Dinas Perdagangan , Perindustrian. *Journal I La Galigo Public Administration Journal*, 60–66.
- Fathoni, O. A., & Al-hakim, S. L. (2021). *Di Tengah Hantaman Badai Pandemi Covid-19 Di Surabaya Utara*. 4(September 2020), 149–176.
- Gregorius rio alfrian, E. P. (2020). Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Mariana, K. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Informatika*, 3(I Januari), 15.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Ekonomi Bisnis*, 9(2), 468–476
- Sukesti, F., & Iriyanto, S. (2011). Pemberdayaan UKM : Meningkatkan Komoditas Unggulan Ekspor UKM Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Daerah
- Gregorius rio alfrian, E. P. (2020). Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Ekonomi Bisnis*, 9(2),

468–476.

Purwanto, P., & Fachrizi, A. R. (2021). Upaya Meningkatkan Penjualan Pada UKM Makanan Akibat Terdampak Pandemi COVID 19. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.30651/hm.v2i1.5788>

Setyawati, I. (2009). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Perekonomian Nasional. *Majalah Ilmiah Widya*, 26(288), 50–57. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7qkj6>

Strauss, A., & Corbin, J. (2007). Teknologi, Badan Pengkajian dan Penerapan. *Pengolahan Air Limbah Domestik Individual Atau Semi Komunal*, 189–232.