



JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS

Halaman Jurnal: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem>
Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php>



STRATEGI PENGEMBANGKAN USAHA PADA UMKM DI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada UMKM Bolen Lumer Yulia di Demak)

Sulistiyorini Sulistiyorini ^a, Masine Slahanti ^b

^a Universitas Semarang, sulistiyorini@usm.ac.id,

^b Universitas Semarang, masineslahanti@usm.ac.id

ABSTRAK : The purpose of this research is to find out the right strategy in business development and knowing the strengths, weaknesses, opportunities and threats in Yulia's melted cake business during the current New Normal situation. The research was conducted on Yulia's melted ballen cake UMKM in Demak. Methods of data collection is done by observation and interviews. The results of the study show that the strategy used in business development is through management strategy namely the process of planning, organizing, directing, supervising the business carried out by UMKM, so that the product, price, taste and location of the business make a business become developed which previously was in the house now has a shop by the side of the road, Then investment strategies such as personal capital, loans from banks, equipment, vehicles, shop houses owned by , Bolen Lumer Yulia, make the business grow, with a business strategy that maintains product quality, quality of human resources, promotions, cooperation, expanding capital will affect the business development undertaken by UMKM, cakes bolen lumer yulia. However, the development strategy that will be implemented must be in accordance with the external and internal environment, so in a competitive strategy an analysis of external and internal factors is needed through a SWOT analysis, namely by looking at the strengths and weaknesses as well as threats and opportunities.

Keywords : *New Normal, development strategy, SWOT, UMKM*

I. PENDAHULUAN

Pandemi Corona Virus Disease (Covid-19) pertama kali di Indonesia diumumkan pada 2 Maret 2020. Menurut WHO (World Helath Organization) Corona Virus Desease adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan dan manusia. Di Indonesia Covid-19 telah menyebar ke 34 provinsi termasuk Jawa Tengah dengan Kabupaten Demak sebagai daerah yang kasus konfirmasi positif Covid-19 cukup tinggi. sektor UMKM perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah dikarenakan UMKM merupakan salah satu penyumbang PDB terbesar dan dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup banyak. Hal ini sesuai dengan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2018) bahwa data pada tahun 2018 menunjukkan jumlah unit usaha UMKM. 99,9% dari total unit usaha atau 62,9 juta unit. UMKM menyerap 97% dari total penyerapan tenaga kerja, 89% di antaranya ada di sektor mikro, dan menyumbang 60% terhadap produk domestik bruto.

Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Percepatan Penanganan Covid-19, Bapak Wiku Adisasmito. *New normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap melakukan aktivitas normal dengan ditambah menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19. *New normal* ini hanya melanjutkan kebiasaan-kebiasaan yang selama ini dilakukan saat diberlakukannya karantina wilayah atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dengan diberlakukannya *new normal*, kita mulai melakukan aktifitas di luar rumah dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah diatur oleh pemerintah, yaitu memakai masker bila keluar dari rumah, sering mencuci tangan dengan sabun, dan tetap menjaga jarak serta menghindari kerumunan orang untuk mencegah penularan virus corona. Pemerintah sendiri

sudah memberikan panduan dengan mengeluarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor HK 01.07/MENKES/328/2020 tanggal 20 Mei 2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di tempat kerja perkantoran dan industri dalam mendukung keberlangsungan usaha pada situasi pandemi Covid-19.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu praktik usaha populer di kalangan masyarakat. Banyaknya pegiat UMKM menjadikan sektor bisnis ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian negara. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala besar, dan omzet relative kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang terbatas, (Airlangga, 2021:1).

Roti bolen adalah roti khas Indonesia yang memiliki lapisan-lapisan renyah seperti kroisan. Makanan ini terbuat dari tepung, margarin, dan bahan lainnya yang dipanggang dan diisi oleh keju, pisang, atau isian lainnya. Roti ini juga menunjukkan pengaruh kue pastri Eropa terhadap makanan Indonesia. Nama pisang bolen berasal dari bahasa Belanda, yaitu bananenbollen. Seperti yang kita sudah ketahui bersama, tercatat dalam sejarah bahwa bangsa Indonesia pernah dijajah oleh Belanda (VOC, Vereenigde Oost-Indische Compagnie) selama kurang lebih 350 tahun. Tentunya dalam waktu 350 tahun tersebut banyak budaya Belanda yang secara langsung maupun tidak terserap oleh masyarakat lokal, salah satunya dalam segi makanan. Kue pisang bolen ini umumnya terbuat dari potongan pisang yang dibungkus dengan lapisan adonan tepung terigu. Biasanya pisang bolen ini divariasikan dengan tambahan isian potongan keju ataupun cokelat. Belakangan varian bolen ini bertambah dengan mengganti bahan pisang dengan menggunakan tape (peuyeum) yang dikombinasikan dengan potongan keju ataupun cokelat. Kue pisang bolen jadi salah satu makanan khas andalan di Demak. Usaha panganan olahan pisang itu turut bantu memutar roda perekonomian warga di kawasan Demak.

Usaha Bolen Lumer Yulia merupakan usaha yang menjual beberapa macam produk hasil produksi. Usaha Bolen Lumer Yulia ini merupakan industri mikro yang sudah berjalan kurang lebih selama 5 tahun. Karena pelaku usaha bernama yulia maka kue bolen ini diberi nama bolen lumer yulia dengan memiliki berbagai macam varian rasa, yaitu rasa yang best seller adalah pisang coklat dengan pisang yang lezat dilapisi coklat yang lumer dan parutan keju yang lembut, selain best seller varian rasa lainnya adalah coklat, pisang keju, coklat keju, keju, pisang coklat keju, tape dan durian. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang, bolen lumer yulia memproduksi bolen dari proses produksi sampai dengan pemasarnya. Sekarang usaha kue bolen lumer yulia telah banyak dikenal orang karena rasa dari bolenya yang enak dan harganya yang terjangkau oleh kalangan menengah.

Usaha kue bolen lumer yulia mulanya hanya memproduksi dengan skala kecil dan dikemas hanya dengan menggunakan plastic dan mika, untuk mengenalkan produknya ke masyarakat kue bolen lumer yulia menitipkan ke warung-warung dan membuka reseller yang ingin ikut berjualan dengan memberi keuntungan, dengan tempat usaha yang hanya di dalam rumah jauh dari perkotaan dan tempat yang tidak strategis karena di dalam kampung. Usaha kue bolen adalah kue yang proses pembuatannya tidak menggunakan bahan pengawet sehingga hanya bertahan kurang lebih 7 hari. Usaha kue bolen lumer yulia ini tepatnya terletak di Kecamatan Demak Kabupaten Demak. Berawal dengan membuka usaha di rumah yang terletak di Gg.Siwalan Cabean Kecamatan Demak Kabupaten Demak, sekarang pemasaran Usaha Bolen lumer yulia sudah memiliki toko yang berdiri di seberang jalan raya. Usaha bolen lumer yulia adalah usaha yang dijalankan oleh mbak yuli dan mas suyadi dengan karyawan sebanyak 3 orang. Karyawan merupakan keluarga sendiri dan tetangga.

Berdasarkan observasi, selama pandemic Covid-19, pelaku usaha bolen lumer yulia mengalami penurunan produksi, akibat menurunnya permintaan. menurunnya permintaan tersebut disebabkan oleh

pembatasan kegiatan (sosial distancing) dan dengan adanya keterbatasan metode pemasaran. Maka dalam kaitannya dalam penguatan dan mempertahankan usaha, khususnya bagi kalangan usaha mikro kecil menengah maupun industri rumahan seperti “Bolen Lumer Yulia” diperlukan usaha extra dalam mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankan selama masa *new normal* pandemic covid 19. Dalam pelaksanaannya dibutuhkan strategi yang mampu memberikan kontribusi bagi keberlangsungan usaha dan pengembangan usaha “Bolen lumer Yulia”

Berdasarkan pada latar belakang, maka penulis dapat menentukan rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Kue Bolen Lumer Yulia Kecamatan Demak Kabupaten Demak?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Kue Bolen Lumer Yulia Kecamatan Demak Kabupaten Demak?

Tujuan Penelitian

1. Untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan Usaha Kue Bolen Lumer Yulia Kecamatan Demak Kabupaten Demak?
2. Untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Kue Bolen Lumer Yulia Kecamatan Demak Kabupaten Demak?

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan, (Idayu et al., 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan suatu lembaga yang bergabung dengan koperasi dibawah naungan Kementerian Koperasi dan UKM. Visi dari lembaga ini adalah menjadikan Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (KUMKM) Sehat dan Kuat, (Maya, 2017). Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang dikutip dari (www.bi.go.id) ada beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Sebuah usaha bisa dikatakan sebagai Usaha Mikro bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000.

2. Usaha Kecil

Kriteria 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang. Usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000.

3. Usaha Menengah

Kriteria 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 jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri. Pertama, usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp2.500.000.000 sampai dengan Rp50.000.000.000 dalam satu tahun. Sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp500.000.000 dalam satu tahun.

2.2 Strategi Pengembangan

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah. (Sopiah & etta, 2017:28). Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia, strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi adalah suatu perencanaan untuk mencapai tujuan dan visi dari sasaran yang direncanakan.

b. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya, (Afridhal, 2017). Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. (David, 2003).

c. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Disamping itu, strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Strategi pengembangan usaha dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu (Afridhal, 2017).

1. Strategi manajemen
2. Strategi investasi
3. Strategi bisnis

2.3 Analisis SWOT

Proses perumusan berhubungan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis, dan kebijakan pelaku usaha. Agar hal tersebut tercapai pelaku usaha harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pada situasi sekarang. Analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi, analisis situasi juga mengharuskan para pelaku usaha untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal, (David, 2003).

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mengumpulkan informasi untuk mendeskripsikan suatu masalah, gejala, atau fenomena sosial secara langsung dan akurat. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2017:482).

Case study (studi kasus) yang diangkat pada penelitian ini adalah Bahwa UMKM Bolen Lumer Yulia di Kabupaten Demak dalam kurun waktu 2 tahun (2020-2021) mampu meningkatkan pengembangan jenis usahanya dengan mengembangkan produk dan tempat yang lebih besar dalam masa pademi covid-19 yang awalnya hanya UMKM home industri bisa memiliki toko di pinggir jalan raya.

Itu semua disebabkan karena faktor strategi pengembangan yang diterapkan oleh UMKM Bolen Lumer Yulia di Demak.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara semi terstruktur dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas. Tujuan dari wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara detail dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam melakukan studi pendahuluan untuk permasalahan yang harus di teliti dan untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. (Sugiyono, 2017:465). Observasi dilakukan pada saat UMKM melakukan manajemen, investasi dan bisnis yang dilakukan oleh UMKM Bolen Lumer Yulia di Demak. Kemudian wawancara dilakukan dengan UMKM Bolen Lumer Yulia dengan menggali berbagai kendala yang dihadapi dimasa pademi dalam pengembangan usaha, strategi yang digunakan, kemudian apa saja strategi yang diterapkan dalam mengembangkan usaha. Wawancara dilakukan pemilik UMKM bolen lumer yulia dan karyawan yang bekerja di UMKM bolen lumer yulia, selain itu pelanggan yang sering berbelanja di UMKM bolen lumer yulia untuk memperoleh informasi tambahan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengembangan yang dipakai oleh UMKM bolen lumer yulia di Demak yaitu Strategi manajemen, strategi investasi, strategi bisnis.

1. Strategi Manajemen

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 1992:8)

Tabel 1
Strategi Manajemen UMKM Bolen Lumer Yulia

Elemen	Perencanaan	Pengorganisasian	Pengarahan	Pengawasan
Produk	Melihat peluang pasar sehingga bisa menciptakan produk bolen lumer yulia	Melakukan pengorganisasian antara pemroduksi bolen lumer yulia dari proses produksi, pengemasan sampai dengan penjualan.	Melakukan pengarahan agar produk bisa diciptakan dengan bai dari segi rasa, kemasan dan lain-lain.	Melakukan pengawasan dari proses produksi sampai dengan produk di tangan konsumen dengan mengatasi berbagai masalah yang ada.
Harga	Merencanakan harga yang biaya rendah sehingga bisa masuk dikalangan bawah sampai atas.	Harga dibuat untuk yang ingin menjadi reseller untuk dijual kembali sehingga mendapatkan keuntungan.	Melakukan promo turun harga dengan konsumen yang beli produk dengan banyak, menerima pesanan dalam jumlah banyak.	Selalu memantau harga yang muncul di competitor

Rasa	Rasa dibuat agar memiliki ciri khas beda dengan yang lain.	Memiliki berbagai varian diantaranya paling best seller adalah pisang coklat, dan yang lainnya ada pisang keju, coklat, coklat keju, tape, durian.	Rasa selalu di Buat agar proporsinya sama tidak berubah -ubah sehingga masuk dilidah konsumen atau pelanggan.	Bolen lumer yulia selalu fresh sehingga pengawasan dalam segi expayed tidak terjadi.
Lokasi	Bolen lumer yulia merencanakan memiliki took dipinggir jalan, sehingga jangkauan konsumen lebih luas.	Memilih tempat lokasi yang bisa dijangkau, menjadi pusat oleh - oleh khas Demak, yang tadinya hanya di dalam rumah dan di perkampungan bisa berjualan dipinggir jalan raya.	Dengan adanya letak lokasi yang berada dijalan Raya meningkatkan penjualan.	Selalu meningkatkan penjualan, selalu memasarkan produk baik online maupun offline.

2. Strategi Investasi

Strategi investasi adalah berbagai cara yang bisa dilakukan investor untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dengan tingkat risiko sekecil mungkin. Dalam pengembangan UMKM bolen lumer yulia Strategi investasi yang dilakukan oleh UMKM bolen lumer yulia melalui modal pribadi, modal pinjaman Bank dan investasi untuk orang yang ingin bagi hasil. Investasi yang dimiliki yaitu alat produksi bolen lumer yulia, gedung ruko milik sendiri untuk tempat berjualan bolen lumer yulia, kendaraan untuk mengambil dan mengantarkan barang dalam jumlah banyak, alat-alat lainnya yang mendukung seperti etalase, freezer dan lain sebagainya. Kemudian asset yang dimiliki di bank juga merupakan investasi yang dimiliki UMKM bolen lumer yulia melalui laba dari hasil penjualan, sehingga resiko yang akan ditimbulkan apabila usaha tidak bisa berjalan masih bisa di selamatkan melalui investasi yang dimiliki UMKM bolen lumer yulia. Melalui investasi yang dimiliki oleh UMKM bolen lumer yulia mampu akan mengembangkan usaha dan didukung dengan adanya strategi dalam pengembangan usaha.

3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah alat yang ampuh untuk membantu usaha mencapai tujuan bisnis, menentukan strategi dan taktik yang perlu diambil dalam UMKM kue bolen lumer yulia. Strategi ini juga memandu banyak keputusan organisasi untuk berkembang menjadi lebih baik. Strategi bisnis yang dapat dilakukan pada UMKM bolen lumer yulia dalam mengembangkan usaha antara lain :

1. Meningkatkan kualitas dan kekhasan produk bolen lumer yulia sehingga melalui kualitas loyalitas pelanggan menjadi meningkat.
2. Meningkatkan kualitas SDM sehingga dapat mengembangkan usaha, dengan adanya kualitas SDM UMKM bolen lumer yulia mampu mengelola UMKM dengan baik
3. Promosi lebih ditingkatkan melalui offline dan online whatsapp, facebook dan berjualan melalui shopee, grab food, go jek, dan lain sebagainya, kemudian memasang MMT disetiap jalan untuk mempromosikan lebih luas. Dengan pembayaran bisa melalui transfer ataupun cash.
4. kerjasama dengan petani pisang ditingkatkan agar memperoleh rasa pisang yang enak dan pasokan bahan baku menjadi aman sehingga dalam proses produksi menjadi terkendali tidak kekurangan bahan baku yaitu pisang, karena pisang merupakan sumber utama dalam pembuatan bolen lumer yulia.

5. Memperluas akses permodalan melalui lembaga keuangan untuk ekspansi usaha dimasa yang akan datang agar pengembangan usaha bisa menjadi lebih besar dan bisa meningkatkan pengembangan usaha melalui investasi yang dimiliki oleh UMKM bolen lumer yulia.
6. Penggunaan teknologi lebih ditingkatkan untuk mempermudah proses produksi, menghemat biaya tenaga kerja dan mempercepat waktu produksi.

Untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Kue Bolen Lumer Yulia di Demak melalui analisis SWOT, analisis SWOT yang dimiliki UMKM bolen lumer yulia adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Kekuatan dan Kelemahan Bolen Lumer Yulia

Kekuatan	
1	Pelayanan pemilik dan pegawai yang menyenangkan dan ramah.
2	Memberikan harga yang lebih murah untuk para <i>reseller</i>
3	Memberikan diskon pembelian banyak yang dikonsumsi sendiri
4	Memiliki kualitas rasa yang konsisten, enak dan lezat yang dapat diterima pasar
5	Ciri khas pada produksi bolen lumer yulia selalu fresh
6	Tersedia berbagai rasa yang dibutuhkan pasar
7	Sebagai oleh-oleh khas Demak
Kelemahan	
1	Para reseller masih ada yang rebutan stok bolen lumer yulia
2	Jumlah pegawai yang sedikit dalam melayani pembeli
3	Terbatasnya produk sehingga kebutuhan <i>reseller</i> belum terpenuhi dengan maksimal
4	Tidak bisa menerima pesanan yang mendadak dalam jumlah banyak
5	Belum tersedia pelayanan delivery order

Sumber : Peneliti (2021)

Sedangkan berdasarkan lingkungan eksternal yang menjadi ancaman dan peluang UMKM bolen lumer yulia saat ini sebagai berikut :

Tabel 3
Ancaman dan Peluang Bolen Lumer Yulia

Ancaman	
1	Tidak menggunakan teknologi modern
2	Dominasi jajanan dengan titip jual
3	Bertahan dengan adanya pademi Covid-19 di Indonesia mulai tahun 2020
4	Stok dari pemasok yang kurang konsisten
Peluang	
1	Bergabung dengan grub social media dalam hal pemasaran produk
2	Promosi melalui whatsapp, facebook dan shopee
3	Mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan
4	Pengembangan pasar hingga keluar dari Kelurahan Cabean
5	Menciptakan diferensiasi produk sebagai pembeda dengan pesaing

Sumber : Peneliti (2021)

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Dapat mengelola manajemen dengan baik melalui strategi manajemen akan memperoleh hasil produk yang dibutuhkan pasar serta pengelolaan kualitas SDM juga berjalan dengan baik sehingga berdampak pada pengembangan usaha UMKM.
2. Melalui manajemen investasi UMKM bolen lumer yulia dapat mempertahankan usahanya dan berkelanjutan, karena memiliki modal yang cukup serta asset yang bisa di kembangkan dan akan berdampak pada pengembangan usaha yang lebih besar.
3. Melalui manajemen bisnis pelaku usaha bolen lumer yulia dapat mengembangkan usahanya dengan meningkatnya kualitas dan kekhasan produk, kualitas SDM yang meningkat, promosi melalui offline maupun online, kerjasama dengan pihak lain yang berhubungan dengan proses pembuatan produk, akses permodalan.menjadi lebih mudah, pengembangan penggunaan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Muhammad Afridhal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Atmayanti, T., Dewi, B., & Andiana, L. (2021). Strategi Pengembangan Home Industry Era New Normal Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) “ Arjanjang ” Desa Selebung Ketangga , Kabupaten Lombok Timur). *Strategi Pengembangan Home Industry Era New Normal Pandemi Covid 19 Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama(KUBE) “Arjanjang”Desa Selebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur) Tati*, 5(1), 76–89.<https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3349>
- Handoko, T, Hani. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE, 1992, 1-408..
- Hardiyanti, Ridwan. (2020). Pengembangan Usaha Rumahan Kerupuk Rengginang Sebagai Peluang Dalam Meningkatkan Pendapatan Kaum Wanita di Kelurahan Biringere Kecamatan Sinjai Utara Kab.Sinjai. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 5, No. 1, 2020* <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/adz-dzahab>
- Hartanto, Airlangga. *Pembiayaan UMKM*. Depok : PT. RajaGrafindo Persada, 2021, 1-198.
- Hunger, J. David & Wheelen, Thomas, L. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi, 1996, 579..
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1) 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Maya, S. (2017). Strategik Pengembangan Usaha Mikro-Kecil-Menengah Guna Menghadapi Tantangan di Era MEA. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(2), 156–175.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,2017, Hal : 1-817.
- Sawitri, N., & Afiza, Y. (2019). *Jurnal Agribisnis Unisi Vol.6 No.2 Tahun 2019*. 6(2), 66–77.

Suhaety, Y., Mulyati, M., & Fadillah, M. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawa di Kandai 2 Kecamatan Woja. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)*, 2(3), 281–287. <https://doi.org/10.54371/ainj.v2i3.93>

Usman, N., Halid, A., Bempah, I., Agribisnis, J., Pertanian, F., Gorontalo, U. N., Bonebolango, K., Pertanian, F., & Gorontalo, U. N. (2017). *Strategi pengembangan usaha sambal roa di ukm flamboyan kota gorontalo.*

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn1-sidempuan/baca-artikel/13169/New-Normal-di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html>

<https://binus.ac.id/malang/2021/08/pandemi-covid-19-dan-dampaknya-yang-dirasakan-oleh-usaha-mikro-kecil-dan-menengah/>