

## Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Kota Bandar Lampung Sebagai Strategi Bertahan Selama Masa Pandemi

**Rahmad Ramadhan Adji<sup>1</sup>, Selfia Alke Mega<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung  
Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton, 35142, Bandar Lampung,  
Indonesia

Email : Rahmad.18011026@student.ubl.ac.id

### *Abstract*

*The lack of community mobility has caused a decrease in purchasing power, due to government regulations during the Pandemic which forced MSMEs to limit direct buying and selling activities. This research aims to find out and analyze the role of marketing strategy as a survival strategy for SMEs in Bandar Lampung City during the Covid-19 pandemic. The research design that will be used by researchers is a qualitative approach. The qualitative method used is to be able to obtain natural and rich data and information, and also to find out in depth the problems studied. Based on the results of the SWOT analysis, the total calculation of IFAS is 3.55 and EFAS is 2.86 from these results obtained The results show that MSMEs in Bandar Lampung City on the Internal-External Matrix are in the Cell I position (concentration through vertical integration). And, the position of MSMEs in Bandar Lampung City on the SWOT Analysis Diagram is in the Quadrant I position, namely growth with an aggressive strategy (Growth Oriented Strategy).*

*Keywords : MSMEs; Marketing Mix; SWOT Analysis*

### **Abstrak**

Kurangnya mobilitas masyarakat sehingga menyebabkan menurunnya daya beli, dikarenakan peraturan pemerintah di masa Pandemi yang membuat UMKM harus membatasi kegiatan jual beli secara langsung. Riset ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peran strategi pemasaran sebagai strategi bertahan UMKM di Kota Bandar Lampung selama masa pandemi Covid-19 Desain penelitian yang akan dipakai oleh peneliti ialah dengan pendekatan kualitatif. metode kualitatif dipakai ialah agar dapat memperoleh data serta informasi secara alami dan kaya, dan juga dapat mencari tahu secara mendalam terhadap permasalahan yang diteliti. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, total perhitungan IFAS sebesar 3,55 dan EFAS sebesar 2,86 dari hasil tersebut diperoleh hasil bahwa UMKM di Kota Bandar Lampung pada Matriks Internal- Eksternal berada pada posisi Sel I (konsentrasi melalui integrasi vertikal). Dan, posisi UMKM di Kota Bandar Lampung pada Diagram Analisis SWOT berada pada posisi Kuadran I yaitu pertumbuhan dengan strategi agresif (Growth Oriented Strategy)

**Kata Kunci :** UMKM; Strategi Bauran Pemasaran; Analisis SWOT

## 1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 merupakan virus yang terikat dengan famili virus yang sama dengan *SARS* dan beberapa jenis virus flu biasa. Kementerian Keuangan menjabarkan empat bidang yang terpuruk oleh pandemi Covid-19 yaitu bidang Rumah Tangga, bidang Keuangan, bidang Korporasi serta bidang Usaha Kecil dan Menengah. Sektor UMKM merupakan sektor yang paling terdampak. Sampai saat ini UMKM merupakan sektor yang berkontribusi terhadap 97% penyerapan tenaga kerja dan 60% PDB nasional.

usaha menguntungkan yang didirikan sendiri, yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dipunyai, dikuasai, atau sebagai belahan baik langsung ataupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memiliki kriteria usaha kecil. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi menguntungkan yang didirikan sendiri ialah merupakan definisi dari usaha kecil, yang digerakan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dipunyai, dikuasai, atau sebagai bagian langsung ataupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah hasil perdagangan tahunan maupun aset total. Rudjito mengemukakan, UMKM juga memiliki andil yang sangat penting bagi negara Indonesia, baik dari sisi perekonomian, jumlah usaha maupun lapangan pekerjaan yang terbentuk..

Bantuan serta dampingan pemerintah sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM dikarenakan virus Covid-19 yang membuat mereka harus berjuang lebih keras demi mempertahankan usahanya, dimasa saat ini banyak UMKM yang berjuang melalui ide ide kreatif seperti membayar influencer agar mempromosikan usahanya, menggunakan pengemasan produk yang menarik, serta menjual produk produk mereka di marketplace. Dimasa saat ini belanja daring sangat marak dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat, strategi pemasaran juga harus dilakukan karena banyak pengusaha yang terpaksa menutup usahanya karena tidak menerapkan strategi pemasaran, strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap kemajuan suatu usaha. Dari data tersebut banyak dari pelaku UMKM mulai menjual produknya di marketplace, marketplace dapat dikatakan tempat yang sangat tepat bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dimasa pandemi C0vid-19.

## 2. Metodologi

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian. Alasan memakai metode kualitatif adalah agar memperoleh data serta informasi yang kaya dan alami, serta untuk menggali lebih dalam masalah yang diteliti. Hal ini sesuai seperti yang dikemukakan Creswell (2015), metode kualitatif sangat cocok untuk mengetahui permasalahan penelitian yang variabelnya belum diketahui. Dan didukung oleh pendapat tersebut menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, wawasan tentang masalah atau masalah yang ingin dipecahkan. Dijelaskan pula bahwa penelitian kualitatif dilakukan ketika: (a) ketika masalah penelitian tidak jelas (b) mengerti makna dari data yang ditampilkan (c) memahami interaksi sosial; (d) memahami perasaan orang (e) pengembangan teori (f) memastikan keakuratan informasi (g) periksa riwayat perkembangan.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Sumber pertama dalam penelitian ini adalah pemilik dari UMKM yang berada di Bandar Lampung berjumlah 1117 yang terdiri dari berbagai sektor yaitu, Perkebunan, Makanan dan Minuman kecantikan, kerajinan tangan dan lainnya yang tersebar di 20 kecamatan. Data primer yang dipakai pada riset ini adalah data perkembangan konsumen, data perkembangan penjualan dan data-data lain yang berhubungan dengan UMKM di

Kota Bandar Lampung. Literatur dan data-data dari internet digunakan untuk mendapatkan data sekunder

Penulis mengamati, mewawancarai dan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung terkait strategi bisnis kepada para pemilik UMKM di Kota Bandar Lampung. Teknik pengumpulan informasi dilakukan dengan memakai bahan tertulis ( laporan tertulis, hasil penelitian, buku kepustakaan, jurnal, dll ) sebagai sumber data penelitian juga mengelompokkan atau memperjelas data yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Setelah diperoleh data kemudian dianalisis dengan menggunakan penalaran dan pengulasan serta berpanduan pada pendekatan teoritis. apabila terdapat data berupa angka-angka hanya sebatas pemberian informasi, menilai suatu, mengevaluasi data angka tersebut kemudian melakukan penafsiran dan menyimpulkan. Mengenai alat analisis yang dipakai didalam penelitian ialah analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, and threat*).

### 3. Hasil dan Pembahasan

Usaha mikro merupakan suatu usaha yang punyai oleh orang perorangan/badan usaha perseorangan yang mencukupi parameter usaha mikro. Usaha kecil ialah usaha yang efisien dan mandiri yang dijalankan oleh orang perorangan/badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dari usaha yang dipunyai, dikuasai, langsung atau tidak langsung oleh usaha menengah atau usaha besar yang mencukupi parameter usaha kecil. Usaha Menengah ialah usaha menguntungkan yang didirikan sendiri , yang dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan sebagai anak perusahaan atau afiliasi dari perusahaan yang dipunyai, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari satu ataupun suatu korporasi besar dengan total keseluruhan aset atau produk yang dijual setiap tahun. Objek dari riset ini adalah UMKM yang berlokasi di Bandar Lampung, UMKM yang terdaftar di perumahan BUMN Kota Bandar Lampung berjumlah 1117 yang meliputi berbagai sektor yaitu perkebunan, makanan dan minuman, kecantikan, kerajinan dan lain-lain yang tersebar di 20 kecamatan.

Bidang kekuatan dan kelemahan adalah analisis yang menggunakan kuesioner dan juga memakai wawancara yang terikat dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki atau dijalani oleh pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.

| No | Kekuatan ( <i>Strenght</i> )                                     | Nilai | No | Kelemahan ( <i>weakness</i> )   | Nilai |
|----|--|-------|----|---|-------|
| 1  | Produk yang berkualitas  | 4     | 1  | Kurangnya pembukuan kas masuk dan keluar  | 2     |
| 2  | Bahan baku yang mudah didapat                                    | 4     | 2  | Kurangnya kemampuan sdm untuk menggaet investor guna mendapatkan suntikan modal | 1     |
| 3  | Bahan baku yang berkualitas                                      | 4     | 3  | Produk kurang dikenal dibanding dengan produk UMKM yang sudah Go Digital        | 1     |
| 4  | Harga yang terjangkau  | 3     | 4  | Kurang memanfaatkan pangsa pasar yang luas                                      | 2     |
| 5  | Melakukan promosi secara langsung                                | 4     |    |   |       |
| 6  | Rata rata responden memiliki usaha dilokasi yang cukup strategis | 4     |    |   |       |

Terdapat 6 bidang yang merupakan kekuatan bagi pelaku UMKM yang berlokasi di Bandar Lampung yaitu memiliki produk yang berkualitas, indikator yang mempengaruhi kualitas dari produk tersebut yaitu bahan baku dengan kualitas terbaik, pengemasan yang menarik dan juga memperhatikan ke higienisan produk, bahan baku yang mudah didapatkan, bahan baku yang berkualitas, pelaku UMKM mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh rumah BUMN sehingga dapat menambah *skill/keahlian* mereka juga melakukan promosi secara langsung sehingga pengenalan produk mereka menjadi efektif, lokasi yang strategis juga menjadi penentu utama pengenalan dan penjualan produk, memiliki tempat yang memadai dan luas juga menjadi faktor yang memaksimalkan kualitas dan kuantitas produk.

Serta terdapat 4 bidang yang merupakan kelemahan bagi pemilik usaha di Kota Bandar Lampung yaitu kurangnya UMKM yang melakukan pembukuan dana masuk dan dana keluar sedangkan pembukuan dana masuk dan keluar dapat mempengaruhi pengembangan dan pengambilan keputusan usaha dimasa yang akan datang dan poin selanjutnya adalah sulitnya meyakinkan investor untuk untuk mendapatkan modal mengingat masih banyak UMKM yang belum menerapkan strategi bauran pemasaran yang mana merupakan salah satu elemen penting untuk mengembangkan suatu usaha, serta kurang dikenalnya produk dibandingkan UMKM yang sudah Go Digital dengan belum Go Digital UMKM menjadi tidak dapat memanfaatkan pangsa pasar yang besar.

Adapun hasil perbandingan unsur-unsur faktor eksternal sebagai peluang dan ancaman bagi pelaku UMKM dilihat pada tabel berikut ini :

| No | Peluang (opportunity)  | Rating | No | Ancaman ( Threat)                       | Rating |
|----|--|--------|----|---|--------|
| 1  | Memiliki pangsa pasar yang besar                               | 4      | 1  | Tingkat inflasi                         | 1      |
| 2  | Menerapkan digitalisasi untuk menjangkau lebih banyak konsumen | 4      | 2  | Banyaknya produk impor                  | 2      |
| 3  | Perubahan gaya hidup konsumen                                  | 3      | 3  | Kenaikan harga bahan baku               | 1      |
| 4  | Banyaknya bantuan pemerintah untuk mendapatkan modal           | 3      | 4  | Memiliki kesamaan produk dengan pesaing | 2      |
| 5  | Bermitra dengan <i>e commerce</i>                              | 3      |    |   |        |
| 6  | Memiliki konsumen setia  | 4      |    |   |        |

Terdapat 6 bidang yang merupakan peluang bagi pemilik UMKM yang berasal dari kuesioner dan wawancara antara lain memiliki konsumen yang setia, Memiliki pangsa pasar yang besar, Menerapkan digitalisasi untuk menjangkau lebih banyak konsumen, Perubahan gaya hidup konsumen, Banyaknya bantuan pemerintah untuk mendapatkan modal, Bermitra dengan *e commerce* Selain peluang terdapat 3 faktor ancaman antara lain Tingkat inflasi, Banyaknya produk impor, Kenaikan harga bahan baku.

Tahapan dalam membuat Internal Factor Analysis Summary (IFAS) didalam bentuk tabel serta Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) adalah melalui memutuskan bagian Internal yang mana penggabungan dari kekuatan dan kelemahan, kemudian bagian Eksternal yang merupakan peluang & ancaman pelaku UMKM. Setelah bagian Internal dan bagian UMKM di Bandar Lampung didapatkan, barulah dapat membuat tabel Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS). Dalam tabel IFAS dan 58 EFAS, tiap tiap bagian diberikan bobot dengan skala dimulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) dimana bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi 1,00, bagian-bagian tersebut kemungkinan dapat berdampak terhadap UMKM . Setelah tiap-tiap bidang diberikan bobot, tingkatan setelahnya yaitu menjumlahkan rating untuk tiap-tiap faktor dengan memberi skala dimulai dari satu (dibawah rata-rata) hingga empat (sangat baik).

poin rating strenght dan weakness selalu berlawanan, sama halnya juga dengan opportunity dan threat. Apabila sudah diberi bobot serta rating tiap-tiap bagian, tahap seterusnya adalah mengalikan bobot tiap-tiap faktor dengan rating tiap-tiap faktor untuk mendapatkan poin skor.

| No                  | Faktor-faktor IFAS  | Bobot       | Rating | Skor        |
|---------------------|---|-------------|--------|-------------|
| <b>Strenght (S)</b> |   |             |        |             |
| 1                   | Produk yang berkualitas   | 0,15        | 4      | 0,57        |
| 2                   | Bahan baku yang mudah didapat   | 0,15        | 4      | 0,57        |
| 3                   | Bahan baku yang berkualitas   | 0,15        | 4      | 0,57        |
| 4                   | Harga yang terjangkau   | 0,11        | 3      | 0,32        |
| 5                   | Melakukan promosi secara langsung   | 0,15        | 4      | 0,57        |
| 6                   | Rata rata responden memiliki usaha dilokasi yang cukup strategis                | 0,15        | 4      | 0,57        |
|                     | <b>Total Strenght</b>   | <b>0,79</b> |        | <b>3,17</b> |
| <b>Weakness (W)</b> |   |             |        |             |
| 7                   | Kurangnya pembukuan kas masuk dan keluar  | 0,07        | 2      | 0,15        |
| 8                   | Kurangnya kemampuan sdm untuk menggaet investor guna mendapatkan suntikan modal | 0,04        | 1      | 0,04        |
| 9                   | Produk kurang dikenal dibanding dengan produk UMKM yang sudah Go Digital        | 0,04        | 1      | 0,04        |
| 10                  | Kurang memanfaatkan pangsa pasar yang luas                                      | 0,07        | 2      | 0,15        |
|                     | <b>Total weakness</b>   | <b>0,21</b> |        | <b>0,38</b> |
|                     | <b>Total IFAS</b>   | <b>1,00</b> |        | <b>3,55</b> |

Perhitungan analisis bidang internal/IFAS (Internal Factor Analysis Summary) diketahui terdapat 5 faktor kekuatan yang memperoleh nilai bobot 0,15 (sangat tinggi ) dengan nilai rating 4 (sangat baik ).Kelima faktor kekuatan tersebut menjadi faktor kekuatan kunci dalam strategi bertahan UMKM di Bandar Lampung baik dimasa saat ini dan dimasa yang akan datang. Selain itu terdapat satu faktor yang memperoleh nilai bobot 0,11 (tinggi ) dengan nilai rating 3(baik ),1 faktor kekuatan ini dapat dikatakan sebagai faktor kekuatan pendukung dalam pengembangan usaha. Sehingga didapat jumlah faktor *strength* dengan total nilai skor sebesar 3,17

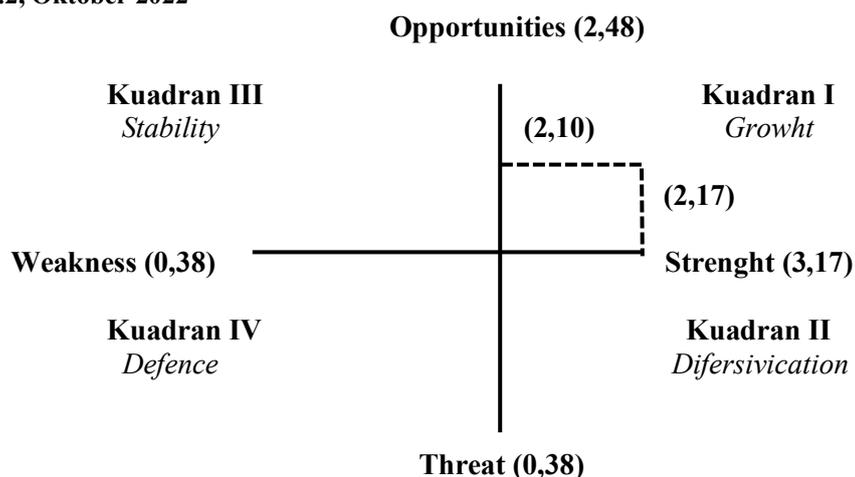
Kemudian pada faktor kelemahan pelaku UMKM di Bandar Lampung terdapat 2 faktor kelemahan sangat mempengaruhi, yaitu Kurangnya kemampuan sdm untuk menggaet investor guna mendapatkan suntikan modal dan Produk kurang dikenal dibanding dengan produk UMKM yang sudah Go Digital ,dimana masing-masing keduanya memperoleh nilai bobot 0,04(sangat rendah )dengan nilai rating 1(sangat lemah ).Selain itu ,terdapat 2 faktor kelemahan yang cukup mempengaruhi dimana masing-masing faktor kelemahan memperoleh nilai bobot 0,07 (rendah )dengan nilai rating 2 (lemah ).Adapun total nilai skor *weakness* yaitu 0,46 sehingga didapat jumlah nilai keseluruhan bagian internal kekuatan dan kelemahan ialah 3,55.

| No                             | Faktor-faktor EFAS   | Bobot       | Rating | Skor        |
|--------------------------------|--|-------------|--------|-------------|
| <b>Opportunities (O)</b>       |  |             |        |             |
| 1                              | Memiliki pangsa pasar yang besar                               | 0,16        | 4      | 0,62        |
| 2                              | Menerapkan digitalisasi untuk menjangkau lebih banyak konsumen | 0,16        | 4      | 0,46        |
| 3                              | Perubahan gaya hidup konsumen                                  | 0,12        | 3      | 0,35        |
| 4                              | Banyaknya bantuan pemerintah untuk mendapatkan modal           | 0,12        | 3      | 0,35        |
| 5                              | Bermitra dengan <i>e commerce</i>                              | 0,12        | 3      | 0,35        |
| 6                              | Memiliki konsumen setia  | 0,16        | 3      | 0,35        |
| <b>Total Opportunities (O)</b> |  | <b>0,73</b> |        | <b>2,48</b> |
| <b>Threat (T)</b>              |  |             |        |             |
| 1                              | Tingkat inflasi  | 0,04        | 1      | 0,04        |
| 2                              | Banyaknya produk impor   | 0,08        | 2      | 0,15        |
| 3                              | Kenaikan harga bahan baku                                      | 0,08        | 1      | 0,04        |
| 4                              | Memiliki kesamaan produk dengan pesaing                        | 0,08        | 2      | 0,15        |
| <b>Total Threat</b>            |  | <b>0,27</b> |        | <b>0,38</b> |
| <b>Total EFAS</b>              |  | <b>1,00</b> |        | <b>2,86</b> |

Perhitungan analisis faktor eksternal/EFAS (*External Factor Analysis Summary*) diketahui terdapat satu faktor peluang yang memperoleh nilai bobot 0,16 (sangat Tinggi) dengan nilai rating 4 (sangat baik), selain itu terdapat 2 faktor peluang yang memperoleh nilai bobot 0,012 (sangat tinggi) dengan rating 4 (sangat tinggi) dan terdapat 3 faktor peluang yang memperoleh nilai bobot 0,12 (sangat tinggi) dengan rating 3 (tinggi).

Kemudian pada faktor ancaman terdapat 1 faktor yang sangat mempengaruhi yaitu kenaikan biaya pembelian bahan baku dengan memperoleh nilai bobot 0,04 (sangat rendah) dengan nilai rating 1 (sangat lemah). Selain itu, terdapat ancaman dengan faktor kesamaan produk dengan pesaing, tingkat inflasi, dan keamanan berbelanja online, yang memperoleh nilai bobot 0,08 (rendah) dengan nilai rating 2 (lemah).

Apabila tabel IFAS dan EFAS telah dibuat tahap analisa selanjutnya adalah Diagram cartecius. Berlandaskan tabel IFAS dan EFAS diketahui bahwa nilai IFAS sebesar 3,55 yang berarti UMKM di Kota Bandar Lampung yang berada dibawah binaan rumah BUMN berada dititik tinggi dalam usahanya menggunakan strategi memanfaatkan kekuatan agar mengatasi kelemahan. Dan nilai EFAS sebesar 2,84 yang dapat diartikan juga bahwa UMKM berada pada titik tinggi dalam usahanya menggunakan strategi memanfaatkan peluang serta menghindari ancaman. Kemudian *Strenght* sebesar 3,17, nilai *Weakness* sebesar 0,38 dan nilai *Opportunity* sebesar 2,48, nilai *Threat* sebesar 0,38. Dari hasil yang diketahui pada bidang-bidang tersebut hingga dapat diperlihatkan didalam diagram cartesius analisa SWOT yang dapat diperhatiakn pada diagram cartecius berikut :



Gambar 1 Diagram Cartecius

Dari diagram cartesius yang digambarkan diatas, sangat jelas menunjukan bahwa UMKM di Kota Bandar Lampung berada dibagian kuadran pertama ,yaitu kuadran strategi agresif yang mana kuadran tersebut merupakan situasi sangat menguntungkan.

UMKM di Kota Bandar Lampung memiliki peluang serta kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dengan semakin majunya teknologi dapat memiliki andil bagi para pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran melalui bantuan sosial media yang memiliki banyak jenis contohnya Tik Tok, facabook, dan lain-lain. Para pelaku UMKM dapat melakukan penjualan menggunakan media sosial dan juga dapat menjangkau pelanggan/ konsumen yang berada di luar kota atau provinsi. Selain itu dengan tetap menjaga kualitas produk dapat membantu pemilik UMKM mendapatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Strategi ini menunjukan situasi usaha yang memiliki kekuatan dan dapat terus dikembangkan dengan memanfaatkan kesempatan atau peluang yang ada. Dengan strategi ini dapat mengembangkan usaha UMKM Kota Bandar Lampung.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bauran pemasaran UMKM Kota Bandar Lampung
  - 1) Produk
 

Rata rata produk yang dijual memiliki sejumlah tingkatan kualitas, diantaranya yakni kualitas rendah, kualitas menengah, kualitas tinggi, dan kualitas sangat tinggi. Pelaku UMKM dibidang makanan dan minuman mengedepankan bahan bahan yang segar dalam pembuatan produknya agar mendapat rasa dan kualitas dari produknya, berbeda dari UMKM dibidang

- kerajinan (tapis) kualitas produk menyesuaikan dengan kemauan konsumen.
- 2) Harga  
Responden dari penelitian ini menetapkan harga Rp.1000 sampai Rp.100.000 harga tersebut ditetapkan dan dapat diubah dengan menyesuaikan dari kualitas bahan baku, harga dipasaran, serta model dan ukuran.
  - 3) Promosi  
Responden melakukan berbagai promosi yaitu dengan membuat dan memajang banner yang berisi produk yang dijual serta beberapa responden juga melakukan promosi dengan menggunakan platform digital contohnya sosial media, online shop dan aplikasi ojek daring, dengan melakukan promosi melalui platform digital selain menghemat biaya responden juga dapat mencakup kalangan yang luas mengingat bahwa saat ini rata rata semua orang menggunakan internet di kehidupan sehari hari.
  - 4) Saluran Distribusi  
UMKM di Kota Bandar Lampung telah memiliki Rumah BUMN sebagai saluran distribusi dan selain itu ada juga yang melakukan distribusi langsung kepada konsumen dan juga melalui agen dan jalinan kemitraan.
- b. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, diperoleh hasil bahwa UMKM di Kota Bandar Lampung pada Matriks Internal-Eksternal berada pada posisi Sel I (konsentrasi melalui integrasi vertikal). Dan, posisi UMKM di Kota Bandar Lampung pada posisi Diagram Analisis SWOT ada pada Kuadran I yakni pertumbuhan dengan strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*)
- c. Serta pada Matriks SWOT terdapat 14 alternatif pengembangan usaha yang dapat diterapkan untuk pengembangan usahanya yaitu :
- 1) Mempertahankan kualitas pelayanan dan produk agar konsumen dapat memiliki kesetiaan untuk membeliproduk yang ditawarkan.
  - 2) Memanfaatkan teknologi seperti sosial media dalam melakukan promosi baik melalui Facebook, Instagram.
  - 3) Melakukan inovasi pada produk .
  - 4) Membuat produk yang memiliki ciri khas.
  - 5) Menjalni kerjasama dengan pemasok agar memperoleh bahan baku yang berkualitas dengan harga yang relatif murah
  - 6) Memanfaatkan lokasi serta distribusi untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam menaikkan minat beli, penjualan serta pengembangan usaha
  - 7) Membuat buku akuntansi usaha.
  - 8) Pemerataan jaringan serta penggunaan internet
  - 9) Bekerja sama dengan *e-commerce* dibagian promosi dan penjualan untuk mencakup lebih banyak konsumen.
  - 10) Meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM.
  - 11) Memberikan pelatihan dibidang kewirausahaan untuk para pelaku UMKM.
  - 12) Mengoptimalkan IT *softskill* bagi para pelaku UMKM.
  - 13) Mengikuti kegiatan kegiatan seperti bazar, pameran serta festival makanan

yang diselenggarakan pemerintah, perusahaan serta instansi lainnya.

### **Saran**

1. Pemerintah Kota Bandar Lampung dapat memberikan bantuan berupa pendanaan untuk para pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung, supaya UMKM yang ada di Kota Bandar Lampung dapat terberdayakan secara optimal. Serta mengadakan pelatihan untuk para pegiat UMKM, khususnya bagi pelaku usaha yang terdampak oleh Pandemi covid -19
2. Pelaku usaha Kampung di Kota Bandar Lampung dapat menerapkan 14 alternatif strategi pengembangan usaha yang telah dirumuskan berdasarkan hasil dari analisis SWOT.
3. Peneliti Selanjutnya: hendaknya untuk peneliti selanjutnya melakukan tindakan lanjutan dari penelitian yang sudah dilakukan yang terkait dengan strategi pengembangan usaha serta alternatif strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan situasi.

### **Daftar Pustaka**

- Alkemega, S. (2016, May). The Effect of Services Quality on Satisfaction of Visitors Tourism in Recreation Park Mutun Beach Lampung. In *International Conference On Law, Business and Governance (ICon-LBG)* (p. 114).
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo : Analisis Ekonomi Islam. *Vol 4, No. 2, Juli-Desember 2020*, 147-162.
- Rosmadi, M. L. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021*, 122-127.
- Siagian, A. O. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Vol. 3 No.1 31 Januari 2021*, 206-217.
- Yustianto, B. P., Barusman, A. R. P., & Barusman, T. M. (2018). strategi pemasaran kopi robusta berdasarkan analisa swot pada pt. benteng wijaya perkasa. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 3(2),49-66

