

ANALISIS STRATEGI PEDAGANG KULINER DITINJAU DARI PERENCANAAN KEUANGAN DAN KONDISI SOSIAL EKONOMI KELUARGA DI KACAMATAN BINAMU KABUPATEN JENEPONTO

Rahul¹, Thamrin Tahir², Muhammad Hasan³, Muhammad Dinar⁴

Pendidikan Ekonomi/Fakultas Ekonomi/Universitas Negeri Makassar

E-mail : aruluday74@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara-cara yang dilakukan pedagang kuliner dalam meningkatkan pendapatannya untuk kesejahteraan keluarga serta tantangan yang dihadapi dalam melakukannya. Menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, penelitian ini. Menggunakan metode analisis data yang meliputi reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dalam penelitian ini Berdasarkan hasil penelitian, pedagang kuliner menjaga kualitas produk, menetapkan harga produk yang wajar, menjalankan promosi, memilih lokasi yang strategis, dan menawarkan layanan terbaik. mungkin kepada pelanggan. Di sisi lain, mereka menghadapi tantangan seperti pembatasan lokasi usaha dan kendala modal ventura. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Kata kunci : Kuliner, Keuangan, Ekonomi

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the methods culinary traders utilize to increase their revenue for family welfare as well as the challenges they encounter in doing so. Using a descriptive qualitative methodology, this study. Using data analysis methods including data reduction, data collecting, data presentation, and conclusion-drawing in this study According to the study's findings, culinary traders maintain product quality, set reasonable product prices, run promotions, select locations strategically, and offer the best service possible to customers. On the other hand, they face challenges like business location restrictions and venture capital constraints. Data analysis was done using SWOT analysis.

Keywords : *culinary, economic, finance*

PENDAHULUAN

Masyarakat umum secara sadar terlibat dalam kegiatan ekonomi berkelanjutan untuk kelangsungan hidup dalam keluarga dan masyarakat. Untuk dapat menjalankan kehidupan ekonomi diperlukan tindakan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Upaya tersebut harus meningkatkan suasana ekonomi dalam kehidupan keluarga, masyarakat, dan negara. Menurut UUD Indonesia, hal itu tertuang dalam sila kelima Pancasila, “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia,” dan juga disebutkan dalam pasal 33 UUD 1945, yang meliputi bab utama tentang kesejahteraan sosial dan terdiri dari tiga paragraf. Perekonomian didirikan sebagai usaha koperasi berdasarkan asas kekeluargaan, khususnya untuk ayat (1). Negara memegang peranan penting dalam mengelola perekonomian di dua bidang fundamental tersebut guna mewujudkan masyarakat yang sejahtera (Wulandari, 2020).

Mewujudkan masyarakat yang sejahtera melalui pemanfaatan sektor ekonomi, salah satunya dengan pemanfaatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki jumlah unit usaha UMKM yang cukup besar yang membutuhkan dukungan pemerintah. UMKM terutama dikembangkan di Indonesia untuk menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan ekonomi masyarakat berpenghasilan rendah, bahkan dengan modal kecil (Fadlan, 2016).

Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk mengembangkan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan, salah satunya dengan membantu masyarakat mengelola UMKM. Dalam melakukan distribusi di lingkungan sekitar, UMKM memainkan peran penting dalam kehidupan individu. Selain itu, UMKM mendapat nilai tinggi dalam pembangunan ekonomi nasional. Dilihat dari sisi ketenagakerjaan, UMKM mampu menyerap tenaga kerja, sehingga menurunkan angka pengangguran dan membantu pemerintah memerangi pengangguran (Wulandari, 2020).

Sektor UMKM sering digambarkan sebagai kegiatan ekonomi berbasis kerakyatan dimana barang-barang yang dihasilkan oleh pelaku UMKM biasanya berupa kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh hampir semua lapisan masyarakat. UMKM merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk memerangi kemiskinan, dan pertumbuhannya dapat memperluas basis ekonomi dan secara signifikan meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Pratama dalam Prasetyo et al, 2018).

Penyebab kompleks berkontribusi pada keadaan kemiskinan di dunia kuliner. Faktor kunci yang menghambat masyarakat dalam mengelola sumber daya manusianya secara maksimal dalam rangka peningkatan kesejahteraan sosial adalah sebagai berikut: (1) terbatasnya sarana dan prasarana ekonomi, seperti jalan dan fasilitas umum-sosial, (2) rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat, sumber daya manusia yang berkualitas, keterbatasan teknologi penangkapan ikan, (3) keterbatasan akses permodalan dan pasar produk ekonomi lokal, (4) keterbatasan ketersediaan sumber daya sosial ekonomi, dan (5) ketiadaan kelembagaan sosial ekonomi.

Kemiskinan pedesaan merupakan masalah yang disebabkan oleh sejumlah faktor, termasuk pertumbuhan penduduk, kualitas sumber daya manusia yang buruk, dan produktivitas yang rendah. Menurut teori bahwa kemiskinan sudah mendarah daging dalam diri orang miskin, mereka tidak mampu meningkatkan output karena mereka kekurangan aset produksi yang diperlukan. Mereka terjebak dalam lingkaran kemiskinan yang tidak berkesudahan karena mereka kekurangan aset produksi akibat kemiskinan mereka. Selain itu, ada hubungan kausal antara kemiskinan dan pendapatan per kapita yang rendah, sehingga tingkat kemiskinan yang tinggi disebabkan oleh hal tersebut. Permintaan domestik per kapita yang rendah, yang dihasilkan dari tingkat kemiskinan yang tinggi, dan investasi per kapita yang rendah bekerja sama untuk menciptakan lingkaran kemiskinan, yang merupakan jenis hubungan sebab akibat (Sumanta, 2012).

Pertumbuhan sumber daya manusia harus berjalan seiring dengan perkembangan UMKM di industri kuliner. Peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya di bidang kompetensi manusia yang terkait dengan kewirausahaan sangat diperlukan, termasuk pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Pengembangan sumber daya manusia sangat diperlukan baik bagi karyawan maupun pemilik usaha UKM di industri kuliner. Dalam fokus pada penguatan sumber daya manusia, semangat kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung oleh kemajuan teknologi sangat penting. (Ratih, 2019).

Pemasaran produk, teknologi, manajemen keuangan, kualitas sumber daya manusia, dan permodalan merupakan isu yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM di industri kuliner.

Beberapa dari masalah ini akan mempengaruhi seberapa baik kinerja UKM di industri makanan jika tidak diselesaikan.

Kinerja yang buruk dapat berkembang karena berbagai alasan internal dan eksternal. Aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknis produksi dan operasi, aspek pasar dan pemasaran, aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya, dan ekonomi, serta aspek perilaku, dikatakan sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Indonesia. industri kuliner, menurut Musran Minuzu (2012). Studi oleh Hery Hermawan dan Domy Cahyo Damai menunjukkan bahwa komponen keuangan dan perilaku memiliki dampak besar pada keberhasilan UKM di industri makanan (2012).

Kabupaten Jeneponto, sebuah kota di Sulawesi Selatan, menghadapi kesulitan pembangunan karena jumlah penduduk yang cukup besar, yang berarti banyak orang tinggal di sana atau bahkan bekerja sebagai pengusaha. Beberapa dari mereka adalah penduduk setempat yang mendambakan kehidupan di kota yang bekerja sebagai pedagang makanan untuk menghidupi diri mereka sendiri. Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) di bidang industri kuliner yang diperkirakan menyerap tenaga kerja paling banyak dan mendorong peningkatan investasi, merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian di Kabupaten Jeneponto. Kuliner merupakan salah satu dari berbagai sektor unit usaha yang dimiliki oleh UKM di industri kuliner.

Menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai, serta menetapkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga adalah semua tindakan yang saling terkait yang dilakukan atas nama pemasaran untuk menentukan permintaan konsumen (Sudaryono, 2009).

Untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka dalam usaha yang akan dilakukan oleh para pedagang kuliner, maka diperlukan strategi perdagangan yang merupakan salah satu cara atau langkah yang digunakan. Karena kesejahteraan keluarga sangat penting bagi masyarakat yang adil dan makmur, diharapkan metode ini akan meningkatkan kesejahteraan keluarga pedagang. Lebih mudah daripada masyarakat yang adil, kemakmuran dapat dicapai dalam sebuah komunitas. Sementara yang terakhir lebih peduli dengan kesejahteraan moral, yang pertama terkait erat dengannya.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah disajikan, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: “Bagaimana strategi pedagang kuliner di tinjau dari perencanaan keuangan dan kondisi sosial ekonomi keluarga di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto?”.

METODE

Dalam penelitian kualitatif, informasi dikumpulkan dalam konteks alami menggunakan teknik alami oleh mereka yang terlibat dalam sains. Dengan analisis deskriptif kualitatif, variabel-variabel tersebut berpredikat sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Peringkat yang proporsional atau berdasarkan situasi yang diinginkan berfungsi sebagai predikat.

Manusia adalah makhluk sosial yang tindakannya berdampak dan dipengaruhi oleh orang lain. Manusia memiliki kebutuhan untuk mendasarkan keputusannya pada isyarat sosial, yang dapat berbentuk bisikan, komentar, saran, dan pendapat orang lain. Tanggapan masing-masing informan sangat dipengaruhi oleh kehadiran informan tambahan dalam focus group (Herdiansyah, 2013). Focus group discussion (FGD) adalah metode pengumpulan data kualitatif di mana individu atau kelompok mendiskusikan suatu topik dengan bantuan seorang fasilitator. Orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang topik penelitian dan memiliki kemampuan jaringan dianggap sebagai informan penting untuk penelitian ini. Pada akhirnya,

hal ini mengarahkan peneliti kepada informan yang dipilih. Informan penting dalam penelitian ini adalah Kepala Desa UMKM bidang kuliner, dan informan yang dipilih adalah para pelaku UMKM bidang kuliner di Kabupaten Binamu yang aktif di berbagai bidang usahanya.

Informan merupakan landasan penelitian kualitatif sebagai alat pengumpulan data (informasi). Tidak diragukan lagi, keputusan untuk memilih individu sebagai informan didasarkan pada kebutuhan penelitian. Informan adalah orang-orang yang langsung berperan sebagai UKM di industri kuliner karena penelitian ini merupakan komponen dari analisis aktor. Sumber informasi ini menawarkan informasi tentang masalah internal dan eksternal yang akan membantu merumuskan dan menentukan rencana aksi terbaik untuk pertumbuhan UKM di industri kuliner. Berikut ini akan ditelaah mengenai identitas informan penelitian:

Tabel 1.1 Data identitas pelaku UMKM di bidang kuliner di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto

No	Nama	Umur	Pendidikan Terakhir	Jenis Usaha	Sumber Modal	Lama Berusaha
1	Hj. Rahmawati Dg Ke'ngang	62 Tahun	SD	Coto Warung Nadia	Modal Sendiri	20 Tahun
2	Hj. Asseng	50 Tahun	SMA	Coto Putri Kambat	Pinjaman(Bank)	5 Tahun
3	Hj. Sa'diah	52 Tahun	S1	Coto Romanga	Modal Sendiri	3 Tahun
4	Hj. Suhari	44 Tahun	SMP	Lammang Khas Jeneponto	Modal sendiri	10 Tahun
5	Jusma	42 Tahun	SD	Lammang	Modal Sendiri	10 Tahun

Sumber : Data Olahan Tahun 2022

a. Umur

Tabel 1.1 menunjukkan pelaku UMKM memiliki tingkat umur yang berbeda-beda 42 dengan usia yang paling rendah diantara pelaku UMKM di bidang kuliner lainnya dan umur 62 yang merupakan umur informan yang paling tinggi dalam penelitian ini. Tingkat umur oleh informan penelitian memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di bidang kuliner. Tingkat umur yang tergolong sudah sangat tua dalam hal ini yaitu umur yang sudah tua sangat membutuhkan karyawan untuk membantu usaha kuliner ini.

b. Pendidikan

Hasil temuan mengungkapkan bahwa pelaku UMKM di bidang kuliner memiliki tingkat pendidikan yang beragam, antara lain pendidikan SD, SMP, SMA dan S1. memperoleh ilmu pengetahuan yang tinggi. Penelitian ini informan yang memiliki pendidikan paling tinggi yaitu ibu Hj Sa'diah dengan jenjang pendidikan sampai S1 sedangkan informan dengan jenjang pendidikan yang tergolong rendah yaitu Ibu Hj Rahmawati Dg Ke'ngang dan Ibu Jusma dengan jenjang Pendidikan sampai SD.

c. Jenis usaha

Di Kecamatan Binamu terdapat banyak jenis usaha UMKM di bidang kuliner yang dijalankan oleh masyarakat dalam rangka untuk mempertahankan kelangsungan hidup dengan memperoleh dari pendapatan dari usaha yang dijalankan. Jenis usaha yang dikelola informan dalam penelitian ini antara lain usaha Coto warung Nadia, Coto

Putri Kembar, Coto romanga, Lammang Khas Jeneponto, Lammang dan lain sebagainya.

d. Jenis Modal

Dalam menjalankan usaha, rata-rata informan pelaku UMKM di bidang kuliner dalam penelitian ini menggunakan modal sendiri dan modal pinjaman bank hal ini disebabkan oleh akses permodalan untuk mendapatkan pinjam dari lembaga keuangan hal ini juga dikarenakan usaha yang dijalankan masih terbilang modal yang sedikit dan ada juga yang membutuhkan modal yang banyak sehingga membutuhkan Modal yang besar bagi pelaku UMKM di bidang kuliner.

e. Lamanya Berusaha

Dalam penelitian ini pelaku UMKM di bidang kuliner memiliki lama usaha yang berbeda-beda. Dalam hal ini informan yang memiliki usaha paling lama berusaha yaitu ibu Hj Rahmawati Dg Ke'nang dengan lama berusaha selama 20 tahun dengan jenis usaha yang dijalankan yaitu Coto warung Nadia dapat dilihat bahwa usahannya sampai sekarang masih dapat bertahan dan belum bisa meningkat dikarenakan beberapa kendala misalnya penggunaan teknologi dan keterbatasan modal dan Pelaku usaha yang baru bergelut dibidang UMKM yaitu Hj sa'diah dengan lama berusaha selama 3 tahun.

1. Analisis kondisi faktor internal dan eksternal UMKM

Dengan menggunakan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi potensi pengembangan usaha pedagang kuliner, maka ditelaah variabel pendukung dan penghambat perkembangan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto.

a. Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal berupaya mengidentifikasi kekuatan (strengths) pelaku UMKM di beberapa bidang yang relevan dengan usaha UMKM yang akan dikembangkan, khususnya di Kabupaten Binamu. Serta mengidentifikasi kelemahan operasional perusahaan pedagang kuliner sehingga dapat dengan cepat diperbaiki.

Strategi adalah rencana, tujuan, atau sasaran yang diperlukan untuk mencapai sesuatu. Strategi perusahaan adalah serangkaian langkah logis yang diperlukan untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Tidak ada satu taktik yang dapat digunakan secara efektif dalam setiap keadaan. Keadaan yang berbeda membutuhkan penggunaan berbagai pendekatan.

Mereka yang membeli dan menjual dengan tujuan menghasilkan keuntungan dikenal sebagai pedagang. Mereka yang menjalankan bisnisnya di jalan, trotoar, ruang publik, atau taman kota dikenal sebagai pedagang kuliner.

Untuk menjamin kelangsungan usaha bagi para pelaku usaha tersebut, maka sangat penting untuk memiliki strategi dalam menjalankan usaha, seperti perdagangan, sehingga perusahaan tumbuh lebih cangguh dan penjualan dan pendapatan meningkat. Pelaku usaha seperti pedagang makanan akan diuntungkan jika kelangsungan usaha tetap terjaga. Agar para pedagang tersebut dapat terus bekerja dengan aman, nyaman, dan tenang serta untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, diperlukan kesejahteraan.

Berikut jumlah penghasilan bersih atau keuntungan yang diperoleh oleh pedagang setiap bulannya, sebagai berikut:

Tabel 1.2 Data jumlah penghasilan pedagang kuliner perbulan

No	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	Jumlah Penghasilan
1	Hj. Rahmawati Dg Ke'nang	Coto Warung Nadia	Rp. 9.000.000.-
2	Hj. Asseng	Coto Putri Kembar	Rp. 16.000.000.-

3	Hj. Sa'diah	Coto Romanga	Rp. 6.000.000.-
4	Hj. Suhari	Lammang Khas Jeneponto	Rp. 100.000.000.-
5	Jusma	Lammang	Rp. 20.000.000.-

Sumber wawancara pedagang (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 1 pedagang kuliner yang memperoleh keuntungan bersih 9.000.000, 1 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih sebesar 16.000.000, 1 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih 6.000.000, 1 pedagang yang memperoleh keuntungan bersih 20.000.000, dan 1 pedagang yang memperoleh pendapatan bersih 100.000.000.

Pada dasarnya, tingkat pendapatan seseorang atau organisasi tidak diragukan lagi dipengaruhi oleh berbagai elemen, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman mereka. Semakin tinggi pendidikan dan pengalaman yang mereka miliki, semakin tinggi tingkat pendapatan mereka. kredit, jumlah angkatan kerja, tanggungan anggota keluarga, kategori produk, dan variabel lainnya. Pada umumnya, orang selalu menginginkan tingkat pendapatan yang tinggi untuk menopang rumah tangganya, tetapi mereka terkendala oleh variabel-variabel tersebut.

1) Kekuatan

Aspek internal kekuatan memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan pedagang kuliner. Berikut komponen faktor ini, yang harus digunakan seefektif mungkin dalam upaya pertumbuhan bisnis:

a) Menjaga Kualitas Produk

Produk adalah kumpulan barang dan jasa yang ditawarkan bisnis kepada publik untuk dikonsumsi atau dibeli guna memenuhi kebutuhan mereka. Komponen penting dari proses pembelian dan penjualan adalah produk. Tidak adanya barang yang diperdagangkan menunjukkan tidak adanya aktivitas jual beli. Produk berkualitas tinggi diperlukan untuk perdagangan karena memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan penjualan. Pihak dagang harus menjunjung tinggi kualitas barang yang mereka tukarkan. Konsumen yang percaya pada produk yang mereka beli lebih cenderung menjadi pelanggan setia.

Produk didefinisikan sebagai "segala sesuatu yang dapat diberikan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi permintaan dan persyaratan," Sudaryono (2016:207).

b) Penentuan harga

Konsumen harus membayar harga produk untuk membelinya. Penetapan harga merupakan faktor kunci dalam operasi perusahaan dan merupakan kompromi antara penjual dan pembeli. Harga adalah ukuran seberapa besar kemungkinan suatu produk diperdagangkan. Penetapan harga sangat penting untuk menghasilkan pendapatan atau keuntungan yang akan dihasilkan dari menjalankan perusahaan.

c) Melakukan Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi antara penjual dan pembeli yang dihasilkan dari informasi yang akurat dan mencoba mengubah sikap dan perilaku konsumen yang sebelumnya tidak mengetahui produk agar mereka menjadi konsumen dan mengingatnya. Laksana (2019:129).

Semua pelaku di dunia usaha memanfaatkan promosi sebagai salah satu strategi untuk menarik pelanggan. Pertumbuhan penjualan sangat dipengaruhi oleh kekuatan promosi. Ada beberapa teknik untuk melakukan kegiatan promosi, menurut Kotler dan Armstrong, antara lain: (a) periklanan (b) promosi penjualan (c) penjualan pribadi (d)

hubungan masyarakat (e) pemasaran langsung. Penggunaan spanduk penjualan, cita rasa makanan Jeneponto yang baru, dan peningkatan nama perusahaan hanyalah beberapa strategi yang dilakukan dealer untuk menarik pelanggan.

d) Pemilihan lokasi yang strategi

Tempat meliputi tindakan yang diambil oleh bisnis untuk menciptakan barang yang dijual ke pasar sasaran. Untuk melakukan operasi komersial dan mempermudah pelanggan menerima produk atau komoditas yang diperlukan, lokasi sangat penting. Dalam menjalankan bisnis, penting untuk mempertimbangkan lokasi karena berfungsi sebagai hub untuk menghubungkan penjual dan pembeli. Kesenambungan bisnis akan dipengaruhi oleh pemilihan lokasi yang ideal, seperti di pusat kota atau daerah sibuk di mana banyak orang melakukan bisnis sehari-hari.

2) Kelemahan

Unsur internal yang berdampak pada pertumbuhan pedagang kuliner juga termasuk sebagai faktor kelemahan. Untuk mencegah efek merugikan dari komponen defisiensi dari menghambat upaya pembangunan, pengaruh harus diminimalkan. Kelemahan tersebut antara lain:

a) Lokasi usaha

Lokasi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi strategi bisnis perusahaan sedemikian rupa sehingga situs menjadi pendorong biaya dan pendapatan bagi perusahaan. Jika lokasi menguntungkan, perusahaan akan menguntungkan, tetapi jika tidak, maka kurang efektif. Di hampir setiap perusahaan, memilih lokasi memainkan peran penting dalam proses perencanaan strategis. Meskipun mungkin tampak seperti perusahaan baru yang membuat keputusan lokasi, nilai organisasi yang ada seringkali lebih tinggi. (J. Wiliam dan Chuong, 2014).

Tempat atau lokasi usaha merupakan salah satu tantangan yang sering dihadapi oleh para pedagang kuliner dalam menjalankan usahanya. Tempat usaha menentukan apakah para pedagang kuliner ini mampu bertahan lama atau tidak. Keputusan untuk menempatkan perusahaan di daerah perkotaan yang sibuk memungkinkannya berkembang untuk waktu yang lama. Pedagang kuliner biasanya menjalankan bisnis mereka di lokasi yang disewakan secara tahunan. Tempat usaha sering menjadi masalah bagi penjual makanan. Kemudian, bagi para pedagang kuliner, lokasi usaha ini menjadi penghalang bagi mereka untuk meningkatkan pendapatan. Berbeda dengan pedagang makanan Lammang yang memiliki lokasi sendiri di Jeneponto dimana mereka bisa mendirikan usaha makanan.

b) Modal usaha

Ketika suatu bisnis aktif, modal kerjanya digunakan untuk mendanai kegiatan sehari-harinya. Modal jangka pendek seperti ini biasanya hanya dibutuhkan sekali atau berkali-kali selama proses produksi. Pembelian bahan baku, meliputi gaji staf, pengeluaran pemeliharaan, dan pengeluaran lainnya semuanya memerlukan modal kerja. Kasmir (2016:85),

Dalam sebuah perusahaan, modal adalah segala sesuatu yang dibutuhkan. Tanpa uang, sebuah perusahaan merasa sulit untuk bersaing karena memiliki uang memungkinkannya untuk menjadi inovatif dalam cara menghasilkan hasil bagi perusahaan. Berbagai kekayaan, baik aset nyata maupun tidak berwujud, dapat digunakan sebagai modal untuk menciptakan kekayaan. Dalam Islam, modal perusahaan harus bebas dari beban bunga. Islam mengatur metode yang lebih baik untuk memperoleh modal dalam beberapa cara melalui kerjasama musyarakah. Hal ini dilakukan untuk melindungi kepentingan pemilik modal dan kepentingan produsen

dalam rangka memajukan kegiatan produktif yang pada akhirnya akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

c) Program perencanaan dan system keuangan yang tidak tertulis

Karena tidak adanya dokumentasi tertulis dari rancangan rencana bisnis masa depan, pedagang kuliner berisiko kehilangan uang. Draf ini saat ini hanya tersedia secara lisan, dan tujuannya belum ditetapkan. Organisasi catatan keuangan untuk pendapatan dan pengeluaran masih kurang.

Hasil penelitian ini menguatkan hasil survei UKM yang dilakukan peneliti kabupaten. Tanjung Balai Selatan menemukan masih banyak pelaku UMKM yang tidak melaporkan transaksinya. Teknik pencatatan semua transaksi bisnis dikenal sebagai pencatatan transaksi. Sulit untuk mendapatkan pinjaman dari bisnis luar, seperti pemerintah, calon investor, dan bank, sebagai akibat dari sistem akuntansi yang tidak tepat, dan butuh banyak waktu untuk mengumpulkan bukti yang membuktikan bahwa organisasi mereka layak untuk mendapatkan kredit. Akibatnya, mereka tidak dapat mengembangkan bisnis mereka karena kurangnya dana, yang dapat menyebabkan mereka gagal. Basu dan Waymire (2012).

Dasar dan awal akuntansi adalah pencatatan transaksi. Rekaman terjadi ketika seseorang lebih sering berinteraksi dengan pihak lain dan sulit mengingat setiap interaksi. Wirausahawan akan dapat mengelola keuangan bisnis dan memastikannya menguntungkan jika ada catatan tertulis yang cermat. Menurut Suhairi (2012), UMKM akan memperoleh keuntungan dari penggunaan informasi akuntansi berupa pencatatan keuangan yang tepat sehingga semua kegiatan usaha dapat diatur secara ketat. Ini menempatkan bisnisnya dalam bahaya besar dan mungkin membuatnya bangkrut. Menurut Astuti (2012): 4, ketidakmampuan akuntansi adalah alasan utama untuk masalah dan kegagalan dalam pertumbuhan perusahaan kecil dan menengah.

d) Terbatasnya Sarana dan Prasarana

Prasarana dan fasilitas berperan penting dalam mendorong perkembangan pedagang kuliner. Misalnya, infrastruktur dan fasilitas industri dan pemasaran. Sarana dan prasarana tidak dapat berkembang dan mendukung kemajuan organisasi akibat kurangnya informasi tentang kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Manajemen bisnis serta volume dan kualitas produk dan layanan yang diberikan akan terpengaruh oleh hal ini. Jika Anda meningkatkan kualitas barang Anda, Anda akan menarik lebih banyak pelanggan karena kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap ketidakpuasan pelanggan.

e) SDM yang terbatas

Komponen terpenting perusahaan adalah sumber daya manusianya. Penelitian telah menunjukkan bahwa sebagian besar pengetahuan dan kemampuan diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Oleh karena itu, mereka kurang mampu mencapai potensi kreatif mereka. UKM lebih cenderung diturunkan dari generasi ke generasi dan memiliki jalur pertumbuhan yang lebih mudah dikenali. Pendidikan formal, serta pengetahuan dan keterampilan yang memengaruhi manajemen bisnis, adalah contoh dari hambatan ini. Selain itu, sebagian besar perusahaan mikro dan kecil merasa kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi kontemporer untuk meningkatkan daya saing produk. Berdasarkan hasil wawancara di atas, meskipun memiliki sejumlah batasan operasional, para responden tidak terhalang untuk menjalankan perusahaan dan benar-benar mengembangkan keterampilan manajemen bisnis mereka.

f) Lemahnya penguasaan dan Penggunaan teknologi

Proses manufaktur disertai dengan teknologi, oleh karena itu perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi gerakan industri 4.0 membantu pertumbuhan operasi komersial termasuk produksi yang lebih besar dan akses cepat ke pasar. Terlepas dari kenyataan bahwa teknologi dianggap berpotensi menghasilkan keuntungan besar bagi para pedagang kuliner, sebagian besar dari mereka masih menghadapi masalah aplikasi, atau teknologi yang diterapkan tidak menguntungkan semua perusahaan secara merata.

Teknologi informasi adalah alat yang digunakan untuk menangani data dalam berbagai cara agar dapat menyediakan data berkualitas tinggi yang berguna bagi banyak pihak dan data strategis untuk pengambilan keputusan. Sutabri (2016). Menegaskan bahwa teknologi informasi Sebaliknya, Mulyadi mendefinisikan teknologi informasi meliputi komputer, termasuk perangkat keras dan perangkat lunaknya, serta peralatan kantor dan industri elektronik, serta telekomunikasi. Mulyadi (2014).

Teknologi informasi membantu para pedagang kuliner karena kegiatan ekonomi mereka tidak hanya berurusan dengan pedagang kuliner lain tetapi juga masuknya barang-barang luar yang lebih berkualitas. Menurut Lubis (2016), usaha mikro, kecil, dan menengah Kota Jambi kesulitan menerapkan teknologi informasi karena kurangnya pengetahuan tentang keunggulannya serta kurangnya pendanaan dan dukungan pemerintah.

Hasil ini sangat disayangkan para pedagang kuliner saat ini hanya menggunakan teknologi dalam skala yang relatif kecil. Ada beberapa alasan mengapa bidang ini tidak memiliki banyak penerapan. Penyebab utamanya adalah kendala finansial yang dihadapi para pedagang kuliner. Sebagian lainnya, termasuk beberapa pedagang kuliner, masih ragu mengeluarkan uang karena belum sepenuhnya memahami teknologi dan tidak memiliki staf untuk mengaplikasikannya. Menurut banyak penelitian, persepsi dan perilaku perusahaan kecil saat memanfaatkan teknologi lebih dipengaruhi oleh ketidaktahuan mereka akan fitur dan keunggulannya. Jika ketidaktahuan atau kurangnya informasi ini dapat diatasi, masih ada peluang bagi usaha kecil untuk menggunakan internet.

b. Analisis Fakto External

Penemuan strategis harus lebih menekankan pada aspek lingkungan eksternal daripada pada faktor lingkungan internal yang dikendalikan. Berbagai peluang (Opportunities) bagi pedagang kuliner untuk merebut serta ancaman (Treaths) yang menjadi faktor penghambat dalam berbagai aspek perkembangan komoditas pedagang kuliner terungkap melalui penelitian faktor eksternal.

1) Peluang

Peluang merupakan salah satu elemen strategis eksternal yang harus dimanfaatkan secara maksimal untuk mengembangkan pedagang kuliner. Aspek ini dapat lebih besar dan berdampak positif terhadap upaya yang direncanakan organisasi atau orang, dalam hal ini kegiatan yang bertujuan untuk membina pedagang kuliner. Faktor-faktor potensial ini meliputi:

a) Lokasi usaha strategis

Analisis rencana pemilihan lokasi bisnis strategis penting sebelum meluncurkan bisnis. Salah satu unsur yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan adalah penempatan pemasarannya dalam rencana pemasaran. Jumlah penjualan dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan meningkat seiring dengan pentingnya lokasi

bisnis. Namun, jika lokasi yang dipilih untuk perusahaan tidak bijaksana, penjualan akan menderita.

b) Peningkatan kesejahteraan keluarga

Karena sifat subjektif dari kesejahteraan sosial, setiap keluarga atau individu di dalamnya akan memiliki prinsip, tujuan, dan gaya hidup yang unik, yang mengarah ke berbagai nilai untuk faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesejahteraan. Salah satu faktor pendapatan menentukan tingkat kesejahteraan.

c) Perkembangan teknologi

Menurut pengamatan dan percakapan dengan informan, pemilik dan karyawan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di industri kuliner sudah memiliki dan mampu menggunakan alat komunikasi termasuk telepon seluler (HP) dan perangkat Android. menggunakan smartphone sebagai alat informasi. bantuan untuk memulai bisnis atau untuk alasan lain.

2) Ancaman

Masalah lingkungan yang berbahaya membatasi perluasan pedagang makanan. Berikut adalah daftar beberapa komponen tersebut:

a) Bahan baku yang semakin tinggi

Bahan baku adalah komponen utama dalam mengubah jenis bahan tertentu menjadi produk yang dapat diproduksi dengan kecerdikan dan orisinalitas yang paling mungkin. Selain itu, karena bahan mentah dibeli dari pemasok, mereka mengeluarkan biaya lebih banyak daripada jika mereka menanamnya sendiri. Naiknya harga bahan baku tentunya akan berpengaruh pada harga jual. Mereka hanya akan mengirimkan pasokan mentah jika anggaran mereka memungkinkan, yang menjadi perhatian. Bahkan ketika ada permintaan pasar yang tinggi, output berikutnya secara otomatis akan dibatasi. Pedagang kuliner menggunakan sumber daya regional terbaik, memungkinkan mereka untuk memproduksi menggunakan bahan baku regional.

b) Banyaknya saingan

Begitu pedagang kuliner memasuki pasar, produknya akan menghadapi persaingan dengan produk lain baik di pasar primer maupun sekunder. Operator usaha kecil dan besar terus bersaing secara tidak adil di pasar ini.

2. Analisis SWOT

Perubahan dalam banyak aspek kehidupan, termasuk ekonomi ditandai dengan persaingan sengit, terutama dalam pembuatan dan penjualan barang-barang yang ditangani oleh pedagang kuliner. Untuk mengatasi perubahan ini, pemerintah dan pihak lain yang berkepentingan harus berpartisipasi. Yang dimaksud dengan strategi adalah pola pikir dan perilaku tersebut. Termasuk memikirkan strategi-strategi yang harus diterapkan di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto dalam rangka meningkatkan upaya pengembangan usaha para pedagang kuliner.

a. Penerapan Analisis SWOT dalam Pedagang Kuliner

Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin timbul dalam mencapai suatu tujuan kegiatan usahatani dinilai dengan menggunakan analisis SWOT sebagai teknik perencanaan strategis. Untuk itu diperlukan kajian tentang faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi cara strategi bisnis pedagang kuliner digunakan untuk mencapai tujuan.

1) Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kesulitan yang dihadapi dalam upaya menciptakan pedagang kuliner di Kabupaten Jeneponto, diidentifikasi faktor internal.

Tabel berikut merangkum kelebihan dan kekurangan industri pedagang kuliner di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto berdasarkan temuan penelitian yang ada:

Tabel 1.3 Faktor Internal Usaha pedagang kuliner di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto.

FAKTOR INTERNAL	
Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (weakness)
1. Menjaga kualitas produk	1. Modal usaha
2. Penentuan harga	2. Lokasi usaha
3. Melakukan promosi	3. Terbatasnya sarana dan prasarana
4. Pemilihan lokasi yang baik	4. SDM yang terbatas
	5. Program perencanaan dan sistem keuangan yang tidak tertulis
	6. Lemahnya penguasaan dan penggunaan teknologi

Sumber : Data Diolah 2022

Dari hasil analisis tabel diatas menunjukkan faktor Internal usaha pedagang Kuliner di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto. terdiri atas kekuatan dan klemahaman. Terdapat 4 faktor kekuatan dan 6 faktor kelemahan yang telah diidentifikasi.

Secara ringkas tabel di bawah ini menunjukkan hasil identifikasi faktor eksternal yang digunakan untuk menilai kemungkinan dan bahaya dalam pertumbuhan usaha UMKM di Kecamatan Bainamu Kabupaten Jeneponto:

Tabel 1.5 Faktor Eksternal usaha pedagang kuliner kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto

FAKTOR EXTERNAL	
Peluang (Opportunities)	Ancaman (threats)
1. Lokasi usaha strategis	1. Bahan baku yang semakin tinggi
2. Peningkatan kesejahteraan keluarga	2. Banyaknya saingan
3. Perkembangan teknologi	

Sumber : Data Diolah, 2022

Dari hasil analisis tabel diatas menunjukkan faktor eksternal pengembangan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto terdiri atas peluang dan ancaman. Terdapat 3 faktor yang menjadi peluang dan 2 faktor ancaman yang telah diidentifikasi.

KESEIMPULAN

Berikut beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian: 1. Menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang atau badan usaha perorangan yang menganut prinsip mikro. -norma hukum perusahaan. hukum. Usaha kecil adalah perusahaan yang berhasil secara ekonomi yang dioperasikan secara mandiri oleh individu atau organisasi yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang, langsung atau tidak langsung, perusahaan menengah atau besar. Selain menawarkan peluang kerja besar bagi pekerja rumah tangga, pedagang kuliner sangat membantu dalam memerangi pengangguran. 2. Strategi yang digunakan pedagang makanan untuk meningkatkan pendapatan bagi kesejahteraan keluarga, seperti menjaga kualitas

produk, menetapkan harga produk yang adil, menjalankan promosi, memilih lokasi yang bijaksana, dan menawarkan layanan pelanggan terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Arifa, I. (2018). Analisis Kelayakkan Bisnis Kuliner dan Strategi Pemasaran pada Usaha Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(1), 37.
- AHMAD IHZA ASY'ARY MA'RIF. (2020). *Jurusan Ekonomi Syari ' Ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*. 1–83.
- Alex Sandra, & Purwanto, E. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta. *Business Management*, 11(1), 97–124.
- ANSAR, R. (2018). *Strategi Manajemen Usaha Rumah Makan Nikmat Di Kabupaten Sinjai Ditinjau Dari Ekonomi Islam*.
- Arif, S., Isdijoso, W., Fatah, A. R., & Tamyis, A. R. (2020). *Tinjauan Strategis Ketahanan Pangan dan Gizi di Indonesia*.
- Asha, A. K. (2021). *Strategi fundraising dalam upaya meningkatkan minat masyarakat berdonasi di aksi cepat tanggap (act) kota pekanbaru ditinjau dari perspektif ekonomi islam*.
- BAHARUDDIN, & TASKIRAWATI, I. (2009). Hasil hutan bukan kayu. *Jurnal Perennial*, 3(2), 1–295.
- Claudia, A., & Fachrudin, A. (2018). Pengaruh Pelaksanaan Program Keluarga Harapan Terhadap Kesejahteraan Keluarga Miskin Di Kelurahan Bojong Sari Kota *Swatantra*, 15, 209–217.
- FIDELA, S. (2016). *Analisis Potret Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Kaki Lima Studi Fenomenologi Di Pasar Sukaramai Medan*. 4(1), 1–23.
- Hairunisa, N., & Amalia, H. (2020). Review: penyakit virus corona baru 2019 (COVID-19). *Jurnal Biomedika Dan Kesehatan*, 3(2), 90–100.
- Hermawan, H., & Damai, D. C. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Madiun. *Ekomaks*, 1(2), 29–38.
- Jati, L. (2017). Kondisi Sosial Ekonomi Rumah Tangga Pedagang di Pantai Baru Desa Poncosari Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 640–656.
- Journal, I., Economics, I., Volume, B., Uin, R., & Thaha, S. (2019). *Strategi dan Hambatan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus PKL di Telanaipura Kota Jambi)*. 4, 55–69.
- Keuangan, J. L., Islam, B., Usaha, K., Studi, K., Usaha, P., Di, K., & Makassar, K. (2021). Asy-Syarikah *PERILAKU KEWIRAUSAHAAN MUSLIM TERHADAP*. 3(1), 25–39.
- Lestari, S., & Hardiyanti, N. (2019). Pengembangan Kota Wisata Syariah dengan Peningkatan UMKM Syariah. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i1.437>
- Madonna, M. (n.d.). *PENGEMBANGAN JEJARING BISNIS BERBASIS MEDIA DIGITAL*. 100–108.
- Mubarok, A. H. (2019). *Strategi Nusantara Ojek (NUJEK) dalam bisnis berbasis Financial Technology*. 76.
- Nugraini, L. P. (2021). *Laily Putri Nugraini_E20172214*. April.
- Pujiwidodo, D. (2016). *Analisis Kesejahteraan*. III(2), 2016.
- Qiptiya, M. (2020). Siasat Pedagang Kaki Lima di tengah Pandemi Covid-19 di Pasar Porong

- Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Kajian Masalah Sosial*, 21(1), 1–19.
- Rahayu, A. S. (2018). Kehidupan Sosial Ekonomi Single Mother Dalam Ranah Domestik Dan Publik. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(1).
- Rahayu, I. E., & Nugrahini, D. W. I. S. (2020). *STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA DI ALUN-ALUN PONOROGO*.
- Rumah, L., Pada, S., & Pandemi, M. (2021). *Universitas Sumatera Utara*. 19.
- Sahidayani. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Penjual Makanan Dan Minuman Dilapangan Pancasila Palopo)*. 4.
- Sari, A. A., Annisa, N., & Hinggo S, H. T. (2021). Analisis Manajemen Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Ikan menjadi Kuliner dengan Harga Terjangkau. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3387–3396.
- Sari, E. K., & Fikri Zufar, B. N. (2021). Perempuan Pencari Nafkah Selama Pandemi Covid-19. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 13–29.
- Sebagai, D., Menyelesaikan, S., Program, P., Perencanaan, S., Teknik, F., & Mataram, U. M. (2021). *Skripsi strategi pengembangan umkm sektor kuliner pada masa pandemi covid-19 di kota mataram*.
- Sholicha, N., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).
- Sulwanta, A. A., & Kasnawi, T. (2019). *Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Wisata Kuliner Maros*. 1(1), 1–14.
- Tugas, M., Memenuhi, D., Guna, S., Gelar, M., Ekonomi, S., & Syariah, F. (2021). *Diajukan untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Syariah dan Hukum*.
- Usaha, P., Kecil, M., Menengah, D., Kuta, D., Tengah, L., Tinjau, D., Perspektif, D., Islam, E., Mahendra, Y. I., Nahdlatul, U., Nusa, U., Barat, T., Studi, P., & Islam, E. (2020). *p- ISSN : 2685-1016 November 2020 Econetica Vol . 2 Nomor 2 p- ISSN : 2685-1016 November 2020*. 2(November).
- Wijayanti, L., & Ihsannudin. (2013). Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. *Agriekonomika*, 2, 139–152.
- Zabala, J. (2017). нской организации по разделу «Эпидемиологическая безопасность» No Title. *Manajemen Asuhan Kebidanan Pada Bayi Dengan Caput Succedaneum Di Rsud Syekh Yusuf Gowa Tahun*, 4, 9–15.
- Zulkarnaen, H. O. (2012). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2015.