**UPAYA STRATEGI MEMPERTAHANKAN BISNIS IKAN UD.RIZKY DI TENGAH PANDEMI COVID-19**

Rizkyta Reza Prasetyo , Ni Nyoman Sunariani.ac.id

Program Studi Manajemen

Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS) Denpasar

E-mail: rizkytareza5@gmail.com

sunarianinyoman@gmail.gmail.com

**ABSTRAK**

Dampak COVID-19 terjadi diseluruh dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia banyak perusahaan UKM yang terkena dampaknya, salah satunya UD.RIZKY. Saya mengangkat tema “Upaya UD.RIZKY Dalam Mempertahankan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19”. Tema tersebut diangkat agar mampu mengetahui upaya apa saja yang dilakukan dalam sebuah perusahaan UKM di tengah pandemi covid-19. Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa UD.RIZKY mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19, dengan segala usaha yang dilakukan membuat bisnis ini tetap berjalan meskipun banyak kesulitan yang tengah dialami. Di masa pandemi ini, UD.RIZKY mengalami penurunan permintaan dari pelanggan, hal ini juga membuat menurunnya pendapatan jauh dari sebelumnya. UD.RIZKY merupakan bisnis *supplie* ikan, tentu ikan merupakan makanan pokok, dengan hal tersebut juga membuat bisnis ini masih dapat bertahan ditengah pandemi COVID-19.

**Kata Kunci : Covid-19, Kewirausahaan, Bisnis UKM.**

***ABSTRACT***

*The impact of COVID-19 occurred throughout the world including Indonesia. In Indonesia many UKM companies are affected, one of which is UD.RIZKY. I raised the theme "UD.RIZKY's Efforts in Maintaining Business Amid the Covid-19 Pandemic". The theme was raised to be able to know what efforts are being made in a UKM company in the midst of a co-19 pandemic. Based on the analysis and discussion, it can be concluded that UD.RIZKY was able to survive in the midst of the Covid-19 pandemic, with all the efforts being made to keep this business running despite many difficulties being experienced. During this pandemic, UD.RIZKY experienced a decline in demand from customers, this also led to a decline in income far from before. UD.RIZKY is a fish supplie business, of course fish is a staple food, with it also makes this business can still survive amid the COVID-19 pandemic.*

***Keywords: Covid-19, Entrepreneurship, UKM Business.***

1. **PENDAHULUAN**

Pada tahun 2019 Indonesia digemparkan oleh COVID-19 yang muncul di Wuhan, China. Di dunia saat ini wabah tersebut menyerang seluruh Negara. COVID-19 ini merupakan menyebabkan penyakit dimulai dari gejala ringan sampai berat. Virus ini memiliki tanda dan gejala umum seperti panas tinggi, batuk, dan gangguan pernafasan. Dampak dari COVID-19 terjadi di seluruh bidang seperti, social, pariwisata, pendidikan dan

ekonomi. Pemerintah mengeluakan Surat Edaran (SE) per tanggal 18 Maret 2020, dimana berisikan hal mengenai segala kegiatan didalam dan diluar ruangan di semua sector sementara waktu dirunda demi mengurangi penyebaran COVID-19. Dampak yang paling besar selain kesehatan adalah bidang ekonomi.

Pada kesempatan ini saya akan melakukan penelitian di sebuah perusahaan UKM, bisnis *supplier* ikan, yang beralamatkan di Jl. Raya Sesetan, Gg.Ikan Mas, No 31D, Denpasar, Bali.

**Tujuan PKL**

Tujuan dilaksanakannya PKL adalah :

1. Memberkan bekal ketrampilan praktis kepada mahasiswa sehingga mampu bekerja dilapangan berdasarkan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai bidang ilmu yang dikuasainya.
2. Memberikan bekal manajerial dan organisasi secara nyata kepada mahasiswa.
3. Menigkatkan kemampuan dalam melakuikanh analisis situasi ditempat pelaksanaan PKL berdasarkan kaidah ilmiah.
4. Mengimplementasikan kedalam penguasaan teori yang diterapkan pada keadaan sebenarnya dilapangan.
5. Melatih kemampuan mahasiswa sebagai agen-agen pemecah masalah dan pencari solusi yang tepat dalam perusahaan.
6. **GAMBARAN UMUM**

UD. RIZKY merupakan sebuah usaha *supplier* ikan yang didirikan oleh Bapak Eri Prasetyo. Usaha ini berdiri pada tahun 2008. Bapak Eri Prasetyo yang dibantu dengan istrinya memulai bisnis ini dari bawah, hingga sekarang bisnis ini sudah banyak kemajuan berkat usaha mereka berdua. Namun dengan keadaan saat ini usaha yang dimilikinya masih harus tetap berjalan karna bisnis ini merupakan satu – satu nya sumber penghasilan yang mereka miliki.

Permintaan ikan dari para *customer*juga harus tetap terpenuhi demi berjalannya kerjasama yang baik antara pihak *supplier* dan *customer.* Melihat permintaan dari *customer* yang tak menuntu membuat bapak Eri harus tetap *standby* jika saja ada permintaan dadakan dari para *customer.*

Keadaan usaha pada saat ini tentu mengalami suatu penurunan jauh dari sebelum terjadinya pandemi ini. Namun bisnis ini masih bias terselamatkan sehingga benar – benar tidak mati total. Kekhawatiran saat ini adalah tidak ada *stock* ikan yang tersedia sehingga permintaan *customer* tidak dapat terpenuhi dengan baik seperti sebelumnya. Dan juga ketepatan waktu para *customer* dalam masalah pembayaran ikan yang telah dikirim, membuat perputaran keuangan yang sedikit harus ekstra hati – hati dalam mengelolanya.

Sejak merebaknya pandemi yang disebabkan oleh virus Corona di Indonesia, banyak cara yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah penyebarannya. Melalui surat edaran pemerintah RI Tahun 2020 tentang pencegahan Covid-19, bahwa masyarakat di anjurkan untuk menerapkan sistem *Social Distancing* dan juga efektivitas layanan publik. Masyarakat di anjurkan untuk melakukan segala kegiatan dengan dirumah saja. Seperti sistem pembelajaran sekolah, perkuliahan bahkan tak menutup kemungkinan segala suatu pekerjaan dilakukan dirumah. Masyarakat diizinkan untuk melakukan kegiatan diluar rumah jika hal tersebut bersifat *urgent* saja, dan tetap menggunakan protokol kesehatan dengan menggunakan masker, dan menggunakan *handsanitizer.*

UD. RIZKY merupakan sebuah usaha *supplier* ikan yang didirikan oleh Bapak Eri Prasetyo. Usaha ini berdiri pada tahun 2008. Bapak Eri Prasetyo yang dibantu dengan istrinya memulai bisnis ini dari bawah, hingga sekarang bisnis ini sudah banyak kemajuan berkat usaha mereka berdua. Usaha yang dirintis dari bawah sekarang sudah banyak mengalami kemajuan. Jatuh bangun menjalankan sebuah usaha sudah dirasakan oleh keduanya. Dengan kesabaran dari pasangan suami istri ini membuahkan hasil yang baik. Hingga saat ini bisnis ini sudah memiliki banyak *customer,* seperti warung lalapan, pedagang pasar, warga sekitar lokasi UD.RIZKY, dan biasanya banyak *customer* baru yang memesan ikan.

Harga ikan di UD.RIZKY sangat jauh dari tempat lain, harga yang ditawarkan sangat murah sehingga banyak *customer* dari tempat lain yang memilih untuk membeli ikan di UD.RIZKY. Banyak jenis ikan yang tersedia di UD.RIZKY, seperti Ikan Tuna, Ikan Bawal, Ikan Tenggiri, Ikan Gindara, Cumi – Cumi, Telur Ikan, dll. UD.RIZKY menerima pesanan ikan, jika untuk acara seperti manggang, bias minta untuk dibersihkan, dan di potong, sehingga *customer* tinggal terima beres saja.

UD.RIZKY berlokasi di Jl. Raya Sesetan, Gg.Ikan Mas 31D. Bukan berbentuk kantor melainkan berbentuk gudang dimana disana terdapat *freezer* tempat penyimpanan ikan. Terdapat 3 *freezer* besar, terkadang masih kurang tempat untuk menampung *stock* ikan yang di bawa kegudang. Karna tidak hanya mengambil ikan di gudang benoa, namun juga menerima jika ada yang ingin menjual ikan kepada UD.RIZKY tentu saja ikan yang bissa di perjual belikan lagi memiliki beberapa ketentuan, seperti ikan harus dalam kondisi yang bagus atau tidak rusak, sesuai jenis ikan yang dapat dipasarkan kembali. Terkadang terdapat beberapa jenis ikan yang tidak dapat diperjual belikan kembali, tergantung dari banyak nya peminat ikan tersebut, jika sedikit peminatnya maka akan sulit untuk dijual kembali.

UD.RIZKY memiliki satu orang karyawan, karena ikan yang dijual merupakan ikan yang memiliki memiliki ukuran besar, bahkan sampai ada yang belasan hingga puluhan Kg. Namun ikan untuk dikonsumsi setiap harinya juga ada seperti ikan kecil – kecil untuk digoreng atau di *soup*. UD.RIZKY juga biasa membuka lapak di pinggir jalan setiap akhir tahun atau malam tahun baru, peluangnya cukup besar bahkan terkadang ikan yang di jual ludes terjual, selain membukan lapak UD.RIZKY tetap menerima jika ada yang mau membeli di gudang dan bisa di *keep* dari beberapa hari sebelum di ambil.

1. **PEMBAHASAN**

**3.1 Analisis Permasalahan**

Menurut Rangkuti pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis :

1. Strategi Manajemen

Merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

1. Strategi investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

1. Strategi bisnis

Merupakan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi – fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi – strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Menurut Philip Kotler, Strategi pemasaran merupakan pola piki yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pasa suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.

Hasil analisa saya dalam permasalahan yang terdapat di dalam UD.RIZKY ini adalah bagaimana cara mempertahankan bisnis di tengah Pandemi Covid-19.

Mengapa saya melakukan penelitian seperti itu? Karena di tengah masa pandemi seperti ini banyak pelaku bisnis yang mengalami kesulitan dalam menjalankan bisnisnya, tidak sedikit usaha UKM mengalami penurunan pendapatan dan bahkan mengalami kebangkrutan.

Namun UD.RIZKY merupakan bisnis *supplier* ikan yang *notabene*nya termasuk makanan pokok sehingga usaha ini masih bisa berjalan di tengah pandemi Covid-19 dan era *New Normal* seperti sekarang ini.

* 1. **Pembahasan**

Sesuai analisis saya dalam permasalahan diatas adalah bagaimana cara mempertahankan bisnis di tengah pandemi ini yaitu ketersediaan *stock* ikan yang terbatas.

Dari sanalah saya bisa melihat dan menganalisa bahwa ketersediaan *stock* ikan yang terbatas sangat berpengaruh terhadap permintaan *customer* yang tidak terpenuhi. Ketersediaan ikan digudang Benoa sangat mempengaruhi ketersediaan ikan di UD.RIZKY, penyebab keterbatasan ikan digudang Benoa dikarenakan kapal ikan yang harusnya berlayar disarankan untuk beristirahat sejenak, jika berlayarpun akan terkendala pada keterbatasan para nelayan. Para kapal ikan yang sudah terlanjur berlayar pun ditahan untuk tidak masuk wilayah Benoa Bali untuk sementara waktu, hal tersebut sangat menghambat ketersediaan ikan di UD.RIZKY.

**3.3 Solusi Permasalahan**

 Upaya atau strategi yang dilakukan oleh UD.RIZKY untuk mengatasi keterbatasan *stock* ikan, sebagai berikut ini :

1. Mencari gudang ikan di benoa yang masih memiliki *stock* ikan.
2. Menerima jual beli ikan dari nelayan.
3. Menjalin kerjasama dengan UD lain yang sama – sama di bidang *supplier* ikan.
4. **PENUTUP**

**4.1 Kesimpulan**

Jadi kesimpulan yang dapat saya ambil adalah UD.RIZKY merupakan perusahaan UKM yang sedang gencar – gencarnya berusaha membalikkan keadaan seperti semula, dengan melakukan segala upaya yang bisa dilakukan, dari mencari gudang ikan, menjalin kerjasama dengan UD lain, dan menerima jual beli ikan dari nelayan.

**4.2 Saran**

 Saran yang bisa saya sampaikan pada hasil laporan yang telah saya buat terhadap tempat penelitian saya yakni UD.RIZKY adalah ada baiknya untuk sementara waktu membuka jangkauan baru, yang dimana mereka biasanya menyediakan berbagai menu olahan ikan yang bisa dijadikan bisnis rumahan. Dengan harga yang terjangkau masyarakat sekitar pasti ingin mencobanya. Hasil dari penjualan olahan tersebut bisa membantu menambah pemasukan pendapatan setiap harinya.

1. **DAFTAR PUSTAKA**

Silpa Hnoatubun (2020). Dampak Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia.

 Aknolt Kristian Pakpahan (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah.

 Narto Narto, Gatot Basuki HM (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Pudak di Tengah Pandemi Covid-19 untuk MeningkatkN Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik.

 Ika Fitriyani, Nining Sudiyarti, M Nur Fietroh (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19.

 Wan Laura Hardilawati (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19.

 Resty Avita Haryanto (2013). Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald’s manado.

 Ahmad Ramadhan, Fivi Rahmatus Sofiyah (2013). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus McDonald’s Ring Road).