

**Strategi Pengembangan Bakso Mercon Pak Rahmat Di Kekalek Jaya  
Kecamatan Sekarbela****<sup>1</sup>Alvieno Dwi Cahyo Putra, <sup>2</sup>Baiq Ertin Helmida, <sup>3</sup>Erviva Farianti**<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mataram<sup>1</sup>[Vinocahyo22@gmail.com](mailto:Vinocahyo22@gmail.com), <sup>2</sup>[ertin0009@gmail.com](mailto:ertin0009@gmail.com), <sup>3</sup>[Erviva65@gmail.com](mailto:Erviva65@gmail.com)**Abstract**

*The purpose of this study was to determine the development strategy of Pak Rahmat's Mercon Meatballs in the Kekalek Jaya area, Sekarbela District. There are several fundamental problems that cause Pak Rahmat's meatballs to have difficulty developing, including in the human resources, capital, marketing and technology sectors. The population in this study was Bakso Mercon Kekalik Jaya. The research sample is Bakso Mercon Pak Rahmat. This research uses qualitative methods with primary data collection, namely using interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is SWOT analysis technique and SWOT matrix as the formation of the right strategy to use. The results of this study indicate that the continuity of Pak Rahmat's mercon meatballs is more likely to survive and does not have the ability to develop a meatball business.*

**Keywords:** Strategy, SWOT analysis, SWOT Matrix

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi Pengembangan Bakso Mercon Pak Rahmat Di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela. Terdapat beberapa masalah mendasar yang menyebabkan bakso pak Rahmat kesulitan untuk berkembang antara lain pada sektor SDM, permodalan, pemasaran, dan teknologi.. Populasi dalam penelitian ini adalah Bakso Mercon Kekalik jaya . Sampel penelitian adalah bakso mercon pak rahmat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data primer, yaitu menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis SWOT dan matrix SWOT sebagai pembentukan strategi yang tepat untuk digunakan. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kelangsungan dari bakso mercon pak Rahmat lebih cenderung untuk bertahan dan tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha bakso.

**Kata kunci:** Strategi, analisis SWOT, Matrix SWOT

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha yang dilakukan oleh orang pribadi atau masyarakat untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain dan mendorong pertumbuhan perekonomian serta mempercepat pemerataan pendapatan melalui usaha. Menurut Lestari, et al (2019), UMKM merupakan usaha yang dimiliki oleh perseorangan atau kelompok perorangan yang memiliki tingkatan sesuai dengan kekayaan bersih dan penjualan tahunan. Pertumbuhan ekonomi juga sangat berdampak langsung pada lapangan pekerjaan yang seiring waktu terus meningkat.

Berdasarkan data Kementrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1% dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha.

Menurut Data per Juli Tahun 2021, Provinsi NTB sendiri memiliki jumlah UMKM sebanyak 103.284 UMKM. Kota Mataram menjadi kota yang memiliki jumlah UMKM terbanyak di Provinsi NTB dengan jumlah UMKM sebanyak 22.473 UMKM. Jadi sebagian besar masyarakat andalkan penghasilan sebagai pelaku usaha maupun pekerja di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Pada UMKM bakso sendiri seiring berjalannya waktu jumlah pedagang bakso di Kekaklik Jaya semakin bertambah jumlahnya. Berikut adalah data jumlah pedagang bakso yang terdapat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela perkembangan jumlah pedagang bakso Desa wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela dari tahun 2017 – 2021 mengalami peningkatan. Tahun 2017 jumlah pedagang bakso berjumlah 8 orang dan pada tahun 2021 jumlah pedagang bakso meningkat menjadi 22 orang.

Bakso mercon pak Rahmat sendiri merupakan usaha yang sudah beridiri lama, yang berada pada jalan swadaya dan jalan swakarya Kekalek Jaya, Kecamatan Sekarbela Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. Bkaso pak Rahmat ini memiliki beberapa produk yaitu bakso iga, bakso keju, bakso hati sapi, bakso urat, bakso jamur, bakso otak sapi, bakso telur puyuh, Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis dapat diketahui beberapa masalah mendasar yang menyebabkan bakso pak Rahmat kesulitan untuk berkembang antara lain pada sektor SDM, permodalan, pemasaran, dan teknologi.

Permasalahan dari segi SDM adalah masih rendahnya kualitas SDM pada bakso mercon pak Rahmat. Seperti contoh dalam manajemen, bakso mercon pak Rahmat tidak memiliki pembukuan dalam mengatur proses produksi. Dalam segi pemasaran masalah yang timbul seperti proses pemasaran yang masih bersifat tradisional yaitu para pembeli datang langsung sehingga proses produksi didasari pada jumlah pesanan yang ada. Hal ini tentu saja merugikan para pengusaha karena kebanyakan yang datang adalah para tengkulak yang akan menjual lagi barang tersebut tentu dengan harga yang lebih mahal.

Dalam permasalahan pada permodalan juga merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh bakso mercon pak Rahmat. Modal yang dimiliki bakso mercon pak Rahmat masih kecil, disamping itu mereka mengaku mengalami kesulitan mendapatkan pinjaman modal, sehingga untuk mengembangkan usahanya masih mengalami beberapa kesulitan. Permasalahan dalam teknologi yaitu masih terbatasnya kepemilikan teknologi tepat guna yang digunakan untuk proses produksi sehingga sebagian besar masih menggunakan alat yang tradisional contohnya dalam memotong bahan baku masih memakai cara manual yaitu dengan

menggunakan tenaga manusia, sehingga produksinya pun masih kurang efisien. Maka berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Bakso Mercon Pak Rahmat Di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, jenis penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengetahui strategi pengembangan bakso mercon pak rahmat di Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pegawai bakso mercon pak Rahmat wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela dengan jumlah 6 orang dengan menggunakan sampling jenuh sebagai Teknik pengambilan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 6.

Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif dengan sumber data primer dan skunder. data primernya yakni data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari pemilik bakso mercon pak Rahmat wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, artikel, skripsi, tesis, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti. Teknik pengumpulan datanya yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi, lalu teknik analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis SWOT, dan juga menggunakan matrix SWOT.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kondisi Sumber Daya Manusia (SDM), Teknologi, Permodalan dan Pemasaran Pada UMKM Bakso Mercon Di Wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela. Hasil analisis menunjukkan bahwa sumber daya manusia di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela cukup tersedia. Tenaga kerja yang diserap dalam pegawai bakso mercon pak Rahmat sebanyak 6 orang. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela cukup banyak, ditunjukkan dengan sangat mudahnya mendapatkan tenaga kerja yang mayoritasnya adalah anggota keluarga atau berasal dari keluarga sendiri. Tingkat pendidikan tenaga kerja adalah SD, SMP dan SMA. Pengusaha yang ada di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela sebagian besar tidak memberikan pelatihan/pembinaan yang dapat berpengaruh untuk kualitas (keterampilan) tenaga kerja.

Pada hasil analisis menyatakan bahwa teknologi yang digunakan oleh bakso mercon pak Rahmat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela cukup memadai. Peralatan

produksi bakso menggunakan mesin/teknologi tepat guna yaitu sudah menggunakan mesin penggiling daging. Lamanya waktu produksi yang dibutuhkan dari proses awal sampai siap jual, yaitu 1 – 2 hari. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi yang digunakan pada bakso mercon pak Rahmat ini cukup mampu untuk digunakan dalam proses produksi bakso.

Pada hasil analisis menunjukkan bahwa modal yang digunakan oleh bakso mercon pak Rahmat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela. Modal awal untuk menjalankan usaha bakso yaitu Rp 1.000.000 – Rp 10.000.000. Modal yang digunakan untuk proses produksi relatif kecil dan terbatas. Terdapat tiga cara perolehan modal yaitu modal sendiri, pinjaman keluarga dan pinjaman bank. Mayoritas menggunakan modal sendiri dan pinjaman dari keluarga.. Sistem administrasi pengusaha dengan pembukuan setiap minggu dan bulanan. Mayoritas pengusaha masih mencampurkan antara uang pribadi dengan uang usaha karena tidak ada administrasi yang tersistem pada setiap perusahaan tersebut.

Pada hasil penelitian menunjukkan daerah pemasaran bakso mercon pak Rahmat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela kurang luas yaitu sebagian besar terbatas di Kekalek Jaya. Terdapat tiga cara pemasaran yang dilakukan oleh bakso mercon pak Rahmat yaitu secara lisan, dan plang di depan grobak. Mayoritas melakukan promosi secara lisan dan daerah cakupan pemasaran produk bakso mayoritas di Kekalek Jaya sedangkan untuk luar Kekalek Jaya, terdapat kendala dalam memasarkan produk bakso yaitu adanya produk saingan yang lebih murah.

### Faktor-Faktor Strategi Internal

Faktor	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan:</b>			
1. Penempatan penjualan sangat strategis	0,15	2	0,30
2. Tingginya Permintaan bakso	0,15	3	0,45
3. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana	0,20	3	0,60
4. Ketersediaan bahan baku yang mudah	0,20	1	0,20
<b>Kelemahan:</b>			
1. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usahamaupun tenaga kerja.	0,20	1	0,20
2. Modal usaha yang dimiliki terbatas.	0,15	2	0,30
3. Kurangnya tempat duduk untuk makan di tempat	0,20	1	0,20
4. Belum punya daerah pemasaran yang tetap, terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli.	0,15	2	0,30
	1,40		2,60

Keterangan justifikasi:

Penempatan penjualan sangat strategis dalam bobot 0,15 karena penempatan penjualan bakso mercon ini sangat strategis. Tepatnya berada di pinggir jalan raya, dimana jalan tersebut ramai dipadati oleh pengguna jalan raya, sehingga pengguna jalan raya mengalihkan sedikit pandangannya kearah samping jalan. Di samping itu, letaknya pun dekat dengan perumahan warga, sehingga warga dekat lokasi tersebut sering berlangganan bakso disini. Tingginya permintaan konsumen pada bakso mercon bahwa semua hasil produksi dapat diserap konsumsi dalam waktu yang cepat hingga dikategorikan pada bobot 0,15.

Peralatan produksi bakso bisa menggunakan alat yang masih sederhana dan tidak membutuhkan peralatan dengan teknologi tinggi yang mahal. Hal merupakan salah satu bentuk kekuatan dalam industri hingga diberikan bobot 0,20. Ketersediaan bahan baku yang mudah, yang dimana untuk bahan baku produksi bakso sendiri sangat mudah ditemukan dan banyak di jual dipasar seperti daging, telur, tepung dan lain lain. Hal merupakan salah satu bentuk kekuatan dalam industri hingga diberikan bobot 0,20.

Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja menyebabkan rendahnya kemampuan perusahaan untuk mengembangkan suatu UMKM . Hal ini merupakan salah satu bentuk kelemahan yang sering terjadi dalam bakso mercon pak Rahmat. Kondisi inilah yang menyebabkan kelemahan utama dalam bakso mercon pak Rahmat hingga diberikan bobot besar yaitu 0,20. Pengembangan bakso mercon pak Rahmat secara umum memiliki kendala dalam modal usaha. Hal ini berkaitan dengan keterbatasan modal usaha yang dimiliki oleh pengusaha. Kondisi inilah yang menyebabkan kelemahan bakso mercon pak Rahmat untuk dapat berkembang hingga bobot kelemahan dalam bakso mercon pak Rahmat pada penelitian ini termasuk dalam kategori cukup tinggi dan diberi bobot 0,15.

Kurangnya tempat duduk untuk makan di tempat, dengan banyaknya pembeli yang berdatangan terkadang banyak pembeli yang tidak dapat tempat duduk untuk makan di tempat hingga bobot kelemahan dalam bakso mercon pak Rahmat pada penelitian ini termasuk dalam kategori cukup tinggi dan diberi bobot 0,20. Sistem pemasaran yang belum terfokus dan belum adanya pasar utama dari produk perusahaan menyebabkan belum dapat diestimasi biaya pemasaran yang dibutuhkan. Hal ini menyebabkan masing-masing perusahaan tidak memiliki daerah pemasaran yang tetap sehingga diberikan bobot 0,15

**Faktor-Faktor Strategi Eksternal**

Faktor	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang:</b>			
1. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak dan murah.	0,15	3	0,45
2. Ketersediaan bahan baku yang mudah	0,05	1	0,05
3. Tingkat permintaan produk tinggi	0,10	2	0,20
4. Produk merupakan salah satu makanan favorit Masyarakat	0,20	4	0.80
<b>Ancaman:</b>			
1. Meningkatnya harga bahan baku	0,10	2	0,20
2. Adanya pesaing dan dengan bahan baku serupa seperti cilok dll.	0,20	1	0,20
3. Muncul banyak pengusaha baru.	0,20	1	0,20
4. Kemungkinan adanya isu terkait bakso yang dijual (bakso boraks)	0,10	1	0,10
	1,10		2,20

**Keterangan justifikasi:**

Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar yang banyak dan murah merupakan salah satu peluang yang dapat digunakan oleh bakso mercon pak Rahmat. Jumlah tenaga kerja yang banyak menyebabkan pengusaha memiliki daya tawar yang lebih kuat dan memiliki kemampuan untuk mempekerjakan karyawan dengan jumlah yang lebih besar untuk menyeimbangkan peningkatan atau besarnya volume permintaan bakso. Tingkat ketersediaan tenaga kerja yang banyak di beri bobot 0,15. Banyaknya ketersediaan bahan baku yang masih sangat mudah didapat menyebabkan perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk memproduksi bakso dan diberi bobot 0.05

Peningkatan permintaan akan produk bakso secara global berimbas pada peningkatan permintaan produk bakso mercon pak Rahmat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela. Banyaknya permintaan tersebut menyebabkan perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan volume produksi dan diberi bobot 0,10. Produk bakso adalah salah satu makanan yang paling dinikmati masyarakat. Hal ini adalah peluang yang dapat diambil oleh pengusaha untuk meningkatkan jumlah produksi sesuai permintaan pasar dan diberi bobot 0,20.

Meningkatnya harga bahan baku dalam bakso menyebabkan peningkatan biaya produksi. Keadaan ini didasarkan dengan bahan baku merupakan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui sehingga diberi bobot 0,10. Permintaan produk bakso yang meningkat menjadikan banyaknya pesaing bisnis dengan bahan baku serupa yaitu usaha bakso lainnya seperti usaha cilok, sablak, cireng dan lain lain, sehingga menimbulkan banyaknya pesaing

baik diluar wilayah Kekalek dan di dalamnya sendiri sehingga diberi bobot besar yaitu 0,20.

Peningkatan volume permintaan bakso menjadikan banyaknya pesaing bisnis serupa untuk mendirikan perusahaan yang lebih modern dengan jumlah produksi yang lebih banyak dan inovatif dengan model yang bervariasi dan diberi bobot 0,20. Kemungkinan adanya isu terkait bakso yang dijual seperti isu dari bakso boraks dan lainnya, sehingga hal tersebut memicu berkurangnya volume penjualan. Hal tersebut termasuk ancaman dan diberi bobot yaitu 0,10.

**Kondisi Internal – Eksternal Intrestik**

		Kuat 4.00	Rata-rata 3.00	Lemah 2.00
		I	II	III
	Tinggi 3.00	Pertumbuhan	Pertumbuhan	Penciutan
		IV	V	VI
	Menengah 2.00	Stabilitas	Pertumbuhan Stabilitas	Penciutan
		VII	VI	VIII
	Rendah 1.00	Pertumbuhan	Pertumbuhan	Likuidasi
Total faktor strategi eksternal				

Pada matrik di atas, skor yang diperoleh dari faktor strategis Internal 2,60 dan faktor strategis eksternal 2,20 menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan bakso mercon pak Rahmat wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu pengusaha bakso cenderung lebih survival. yang cenderung diterapkan saat dalam kondisi krisis ekonomi. Strategi ini disusun untuk mempertahankan keadaan perusahaan yang diterpa persaingan yang ketat dan ketidakpastian eksternal yang sulit bahkan tidak dapat dikontrol. Kelangsungan dari bakso mercon pak Rahmat lebih cenderung untuk bertahan dan tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha bakso.

Strategi pengembangan didasarkan dari sumber daya manusia, teknologi, pemasaran dan permodalan yang ada pada bakso mercon pak Rahmat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela. Berdasarkan gambar dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam bakso mercon pak Rahmat adalah lebih defensif, yaitu pengusaha bakso cenderung lebih survival.

Kelangsungan dari bakso mercon pak Rahmat lebih cenderung untuk bertahan dan

tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha bakso agar suatu usaha dapat berkembang maka perlu digunakan suatu strategi untuk mengembangkan usaha tersebut. Berikut adalah hasil analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan bakso mercon pak Rahmat:

Strategi SO, Strategi pengembangan ini menggabungkan kekuatan dan peluang yang harus dilakukan; Pemanfaatan tenaga kerja dari wilayah sekitar untuk meningkatkan produksi. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan melakukan rekrutmen tenaga kerjayang ada di daerah sekitar. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi pengusaha karena pengusaha tidak membutuhkan biaya tambahan untuk menyediakan tempat untuk menginap, tidak mudah mengalami kehilangan hari atau jam kerja efektif. Pengoptimalan pengelolaan usaha dengan menambah modal sehingga barang yang dihasilkan lebih maksimal. Cara yang dapat dilakukan natara lain adalah dengan mengajukan KUR pada bank-bank yang ditunjuk pemerintah untuk mendampingi pengusaha kecil. Selain biaya bunga yang rendah, proses pengajuan memlalui KUR lebih mudah dan lebih cepat. Lebih memperkenalkan lagi bahwa wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela usaha bakso yang berkualitas. Cara yang dapat dilakukan natara lain adalah dengan memperbanyak promosi produk bakso dalam bentuk baliho dan yang lainnya.

Strategi WO yaitu Strategi pengembangan ini menggabungkan kelemahan dan peluang yang harus dilakukan; Pelatihan manajemen kepada pemilik usaha yang dilakukan secara berkelanjutan agar usaha berkembang. Pelatihan dapat dilakukan dengan mengikut pelatihan dari departemen perindustrian yang diadakan. Perhatian pemerintah maupun lembaga lain dalam hal pemberian bantuan alat produksi (teknologi tepat guna) agar produktivitas meningkat. Mengajukan bantuan kepada pemerintah melalui departemen yang terkait untuk memberikian bantuan atau pinjaman peralatan usaha yang lebih modern atau tepat guna. Bantuan dalam bentuk perkuatan modal untuk meningkatkan hasil produksi. Mengajukan bantuan modal kerja kepada departemen perindustrian maupun departemen keuangan yang mengurus bidang UMKM di Kota Mataram.

Strategi ST adalah Strategi pengembangan ini menggabungkan kekuatan dan ancaman yang harus dilakukan; Meningkatkan kegiatan promosi produk agar bakso mercon pak Rahmat di wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela dikenal masyarkat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menggunakan kemajuan teknologi inforamsi (iklan di media internet) yang lebih murah dan

mampu menjangkau konsumen dengan jangkauan daerah pemasaran yang lebih luas. Mempertahankan kualitas produk bakso agar tetap mampu bersaing dengan produk lain. Meningkatkan kontrol kualitas dari proses produksi bakso mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas.

Strategi WT adalah Strategi pengembangan ini menggabungkan kelemahan dan ancaman yang harus dilakukan; Menciptakan inovasi produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi. Menciptakan produk baru dengan inovasi bentuk yang lebih menarik. Meningkatkan kualitas produk agar dapat menjadikan produk bakso mercon pak Rahmat wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela merupakan produk bakso yang handal dan terfavorit.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang mengacu pada masalah dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan bakso mercon pak Rahmat wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu pengusaha bakso cenderung lebih survival. yang cenderung diterapkan saat dalam kondisi krisis ekonomi. Strategi ini disusun untuk mempertahankan keadaan perusahaan yang diterpa persaingan yang ketat dan ketidakpastian eksternal yang sulit bahkan tidak dapat dikontrol. Kelangsungan dari bakso mercon pak Rahmat lebih cenderung untuk bertahan dan tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha bakso. Strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan bakso mercon pak Rahmat mercon wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela adalah, Memanfaatkan bantuan modal, peralatan, Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, memperluas pasar sehingga prduk bakso wilayah Kekalek Jaya Kecamatan Sekarbela menjadi lebih terkenal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* Vol.5, No. 1.
- Akramiah, N., & Vita Fibriyani . (2018). Pengaruh Orientasi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Produktivitas Melalui Kinerja Usaha Mikro Kota Pasuruan. *ISSN Cetak:2622-1276 ISSN Online : 2622-1284*.
- Alyas, Rakib Muhammad. (2017.) Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatanekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. *Jurnal ekonomi Universitas Negeri Makassar*..

- Arifah, 2011 Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Skripsi. Semarang: UNNES.
- Asnawati, H. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Usaha Laundry Istiqomah Di Samarinda. Samarinda: Jurnal
- Buchari, Alma. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. Afridhal,
- Samalangga Bireuen, Kecamatan Salamalanga Kabupaten Bireuen: Jurnal
- Fitriati, Rachma. (2015). Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif. Jakarta. Yayasan Pusat Obor Indonesia
- Freddy Rangkuti. (2015) Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gaol, Jimmy L. (2014). A to Z Human Capital: Manajemen Sumber Daya manusia. Jakarta: Grasindo.
- Kusuma, Chandra. (2014). Mengembangkan UKM Menuju MEA 2015
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management and Brand management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lason Tahwin, M., & Mahmudi, A. A. (2013). MENGUKUR PROBABILITAS INDUSTRI BATIK TULIS LASEM BERORIENTASI EKSPOR. Fokus Ekonomi, 8(2).
- Lestari, P., 2016. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika Di Desa Simpang Camping Kecamatan Kisam Ilir Kabupaten OKU Selatan. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Mia, Maria, dkk. (2015). Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Seni Rupa Nasional 2015-2019. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Mubarika, (2017). Optimalisasi dan Strategi Pemasaran Usaha Industri Kerupuk Kemplang di Desa Tebing Gerinting Ogan Ilir. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Muhammad. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan
- Nuraini, Rifzaldi Nasri. (2017). "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dengan Pendekatan Triple Helix (Studi Kasus Pada Industri Kreatif Di Tangerang Selatan)". Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis
- Prima Risanti, (2017), Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Industri Kecil Menengah (Ikm) Bakso Titoti Di Daerah Rawa Buntu, Serpong , Majalah Manajemen Dan Bisnis Ganesha, Volume 1, Nomor 2, November 2017
- Rachmat. (2014). Management Strategik. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Riyanto, Bambang. (2012). Dasar - dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta : BPFPE.
- Rosyadi. (2013). Strategi Pengendalian Usaha Mikro. Surakarta: Jurnal
- Suwatno & Priansa, D. (2011). Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Vincent Dwi Pangaribowo, (2015), Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Depot Bakso Pak Djo., AGORA Vol. 3, No. 1, (2015)
- Witri Januarista, (2020), Strategi Pengembangan Industri Kecil Bakso Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk, Magister Agribisnis (Volume 20 Nomor 1 Januari 2020