

Analisis Swot Usaha Sektor Informal di Pasar Amlapura Timur Kabupaten Karangasem pada Era Pandemi Covid-19

Ni Putu Suciyawati^{1*}, I Wayan Suwendra²

^{1,2}Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja-Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 15, 2021

Received in revised form

December 31, 2022

Accepted December 31, 2022

Available online December 31, 2022

Kata Kunci:

SWOT, strategi, usaha informal.

Keywords:

Informal business, SWOT, strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Analisis Swot usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 bila dilihat dari strengths (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), dan threat (ancaman); 2) Analisis Swot usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 bila dilihat dari strategi yang tepat digunakan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah 50 pedagang usaha informal di Amlapura Timur. Sedangkan objek penelitiannya adalah analisis SWOT usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur. Metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Matriks Faktor Strategi Internal, terlihat bahwa total nilai kekuatan sebesar 2,6 sedangkan total nilai kelemahan sebesar 1,36. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 lebih besar daripada faktor kelemahan yang dimiliki oleh pedagang. Matriks Faktor Strategi Eksternal, terlihat bahwa total skor peluang sebesar 2,2, sedangkan total skor ancaman sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 lebih besar daripada faktor ancaman yang dimiliki oleh pedagang informal Pasar Amlapura Timur. Hasil dari perhitungan SWOT memperoleh hasil sumbu horizontal X sebesar 2,4 dan sumbu vertikal Y sebesar 0,55. Berdasarkan angka tersebut maka dapat disimpulkan bahwa posisinya berada pada kuadran I karena kedua hasil bernilai positif.

ABSTRACT

This study aims to find out 1) SWOT analysis of informal sector businesses in the East Amlapura market in the era of the covid-19 pandemic when viewed from strengths, weaknesses, opportunities, and threats; 2) SWOT analysis of informal sector businesses in the East Amlapura market during the COVID-19 pandemic era when viewed from the right strategy used. The type of research used is descriptive qualitative. The subjects of this study were 50 informal business traders in East Amlapura. While the object of the research is a SWOT analysis of informal sector businesses in the East Amlapura market. Methods of data collection using interviews, questionnaire, and documentation. The data analysis technique used descriptive analysis. The result of this research is the Internal Strategy Factor Matrix, it can be seen that the total value of strength is 2.6 while the total value of weakness is 1.36. This shows that the strength factor of informal traders in the East Amlapura Market in the era of the covid-19 pandemic is greater than the weakness factor of traders. The External Strategy Factor Matrix shows that the total score for opportunities is 2.2, while the total score for threats is 1.65. This shows that the opportunities for informal traders in the East Amlapura Market in the era of the covid-19 pandemic are greater than the threat factor faced by informal traders in the East Amlapura Market. The results of the SWOT calculation get the results of the X horizontal axis of 2.4 and the Y vertical axis of 0.55. Based on these numbers, it can be concluded that the position is in quadrant I because both results are positive.

* Corresponding author

putusuci99@yahoo.co.id (Ni Putu Suciyawati)

1. Pendahuluan

Pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh lapisan masyarakat yang ada di dunia sangatlah meresahkan. Hal ini berdampak kepada seluruh sektor, terutama sektor ekonomi dunia. Sektor ekonomi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat di dunia. Jika sektor ini mengalami kelumpuhan maka banyak masyarakat akan kehilangan pekerjaan dan tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya. Pandemi covid-19 merupakan virus yang mematikan dan juga penyebarannya virus ini sangatlah cepat. Untuk menyelamatkan sektor perekonomian dunia, pemerintah berupaya agar penyebaran virus ini tidak meluas ke sebagian besar masyarakat, sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan serta menghimbau masyarakat untuk mengikuti protokol kesehatan. Kebijakan yang dilakukan pemerintah setempat salah satunya yaitu menjauhi kerumunan, mengikuti protokol kesehatan dan diwajibkan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah (Arianto, 2021).

Pada awal pandemi terjadi, berbagai negara menerapkan sistem "lockdown". Menurut Menko Polhukam Mahfud Md, arti kata "lockdown" sama dengan karantina wilayah. Dimana sistem ini membatasi masyarakat untuk melakukan aktivitas di luar rumah dan peringatan untuk menjauhi kerumunan (Agung, 2020). Sistem ini juga melarang seluruh aktivitas perekonomian yang berpotensi mempercepat penyebaran virus covid-19 untuk sementara waktu. Kegiatan perekonomian seperti aktivitas jual beli yang ada di pasar harus dibatasi. Aktivitas ini dilarang karena menimbulkan kerumunan masyarakat yang harus membeli kebutuhan sehari-hari. Penurunan pendapatan di era pandemi dikarenakan dua faktor yaitu, faktor yang pertama masyarakat sedang krisis pendapatan dan kehilangan pekerjaan akibat pandemi covid-19 sehingga tidak mampu membeli kebutuhan sehari-hari dan hanya membeli kebutuhan seperlunya saja. Sedangkan faktor yang kedua, masyarakat menjauhi kerumunan yang ada di pasar untuk menghindari penyebaran virus corona. Hal inilah yang mengakibatkan sebagian masyarakat lebih memilih berbelanja di swalayan atau super market yang lebih menjamin kebersihan dan protokol kesehatannya (Shofiana, 2020).

Salah satu pasar yang mengalami penurunan pendapatan akibat dampak dari virus covid-19 adalah pasar Amlapura Timur yang terletak di Kabupaten Karangasem Bali. Pasar ini beroperasi pada tanggal 10 februari 2014 yang terletak di pusat kota. Pedagang yang beroperasi di pasar Amlapura Timur tergolong ke dalam usaha informal. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada kepala PD Pasar Amlapura Timur, dikatakan bahwa ada sekitar 1.370 lapak pedagang yang ada di lokasi tersebut, dengan jenis usaha yang terbagi atas lantai dasar atau basement dan lantai atas. Berbagai jenis usaha yang terletak di lantai dasar atau basement tergolong atas los, kios dan pelataran. Usaha yang tergolong lapak los menjual hasil bumi, hasil peternakan dan makanan. Kemudian usaha yang tergolong pelataran menjual sarana persembahyangan dan perabotan rumah tangga. Sedangkan untuk usaha yang tergolong ke dalam kios seperti penjual alat persembahyangan, sembako, warung kopi dan lain sebagainya. Selanjutnya usaha yang terletak di lantai atas tergolong atas los dan kios. Usaha yang tergolong kios di lantai atas menjual pakaian, sepatu, perhiasan, aksesoris. Sedangkan yang tergolong los adalah tukang jahit, sol sepatu, pedagang jam tangan dan lainnya. Dari hasil wawancara tersebut maka total keseluruhan pedagang yang beroperasi dan menempati lapak yang ada di pasar Amlapura Timur yaitu sebanyak 1.105 pedagang.

Setelah melakukan wawancara kepada pihak PD Pasar Amlapura Timur, selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada pihak pedagang yang beroperasi di pasar Amlapura Timur. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang di pasar Amlapura Timur, para pedagang menjelaskan bahwa terjadi penurunan omset penjualan sebagai akibat adanya pandemi covid-19. Hal ini dilihat dari sepi pembeli yang berkunjung ke pasar sehingga omset para pedagang menurun mencapai 70%. Kemudian penurunan ini terjadi karena pedagang hasil bumi seperti sayur, buah, daging, sembako dan lainnya banyak kehilangan pelanggan dari hotel maupun restaurant, karena di masa pandemi, hotel dan restaurant banyak yang berhenti beroperasi. Sedangkan untuk pedagang pakaian, aksesoris dan sejenisnya juga sangat sepi pengunjung. Hal ini dikarenakan pembeli lebih mementingkan berbelanja kebutuhan pokok untuk makan sehari-hari daripada membeli kebutuhan sampingan. Untuk pedagang makanan juga mengalami sepi pengunjung sehingga barang dagangannya harus di buang karena cepat basi dan tidak bisa di jual kembali. Penurunan omset dari pedagang juga dikarenakan selama masa pandemi jam operasional dalam melakukan aktivitas di pasar di batasi oleh pemerintah. Sehingga pedagang hanya bisa berjualan di waktu yang telah di sepakati. Banyaknya pesaing yang menjual produk yang serupa juga menjadi ancaman dalam penurunan omset di masa pandemi. Pedagang usaha informal yang ada di pasar Amlapura Timur mengatakan kerugian akibat pandemi ini mengharuskan mereka untuk lebih meningkatkan kualitas, promosi, kebersihan dan lain sebagainya. Hal inilah yang menyebabkan peneliti tertarik untuk mengamati analisis swot yang dilakukan pedagang sehingga mampu bertahan di era pandemic covid-19. Langkah-langkah yang digunakan oleh pedagang dalam kondisi pandemic covid-19 dengan menggunakan metode analisis SWOT adalah : 1) Dimensi kekuatan (*strength*) penentuan harga yang lebih terjangkau di masa pandemic covid-19, kualitas produk yang baik. 2) Dimensi kelemahan (*weakness*) kurangnya variasi produk sehingga lebih memperluas

variasi dari produk sebelumnya, kurangnya menjaga kebersihan produk di masa pandemi, keterbatasan jam operasional dalam berjualan di masa pandemi covid-19. 3) Dimensi peluang (*Opportunity*) lokasi pasar yang strategis terletak di pinggir jalan dan di pertengahan kota, promosi antara mulut ke mulut dan juga promosi ke social media. Dimensi ancaman (*threath*) banyaknya pesaing yang menjual produk yang serupa, pertumbuhan pasar modern yang semakin berkembang (Cahyono, 2016). Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Analisis Swot usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 bila dilihat dari *strengths* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman); 2) Analisis Swot usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 bila dilihat dari strategi yang tepat digunakan (Ahmadi, 2017)

2. Metode

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis SWOT yang terdiri atas 4 yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Subjek penelitian ini menggunakan 50 orang pedagang usaha informal yang ada di pasar Amlapura Timur. Objek dari penelitian ini adalah Analisis SWOT usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 yang terdiri atas kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif bertujuan untuk mengetahui fenomena dan kenyataan yang terjadi di masyarakat terkait analisis SWOT usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19. Hal ini dapat dilakukan dengan metode wawancara dan metode kuisioner dengan pihak-pihak yang ada di lokasi pasar Amlapura Timur sehingga mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang terdiri dari *strengths*, *weakness*, *opportunities* dan *threaths*. Analisis SWOT ini dilakukan untuk menganalisis SWOT sektor usaha informal di pasar Amlapura Timur di era pandemi covid-19.

3. Hasil dan pembahasan

Hasil

Penentuan nilai faktor dalam matriks SWOT terdiri dari *Internal Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Strategy Factor Analysis Summary* (EFAS). Adapun di bawah ini matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut. Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
KEKUATAN (S)			
1. Kualitas produk yang terjamin karena pedagang langsung mengambil produk ke pemasok.	0,08	4	0,32
2. Pedagang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk sebelum dibeli.	0,09	4	0,36
3. Pemberian potongan harga kepada setiap produk yang dibeli dalam jumlah banyak	0,08	4	0,32
4. Pengamanan produk dari pencemaran <i>virus corona</i> selalu dilakukan	0,09	4	0,36
5. Produk yang dijual beranekaragam dan sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,09	4	0,36
6. Harga yang ditawarkan kepada konsumen jauh lebih murah pada masa pandemi covid-19	0,08	3	0,24
7. Budaya tawar-menawar untuk mendapatkan harga yang	0,08	4	0,32

8. Ikatan kekeluargaan antar pedagang dan konsumen di pasar Timur Amlapura	0,08	4	0,32
Total Kekuatan	0,67		2,6
KELEMAHAN (W)			
1. Tidak ada inovasi di dalam pasar sehingga kualitas layanan dan produk tidak berkembang	0,08	4	0,32
2. Keterbatasan jam operasional dalam melakukan transaksi jual beli di era pandemi covid-19	0,09	4	0,36
3. Lokasi berjualan yang sangat padat sehingga di masa pandemi covid-19 konsumen enggan untuk melakukan transaksi jual beli di pasar	0,09	4	0,36
4. Kurangnya kebersihan lingkungan pasar	0,08	4	0,32
Total Kelemahan	0,34		1,36
Total Strategi Internal	1,00		3,96

Matriks Faktor Strategi Internal, terlihat bahwa total nilai kekuatan sebesar 2,6 sedangkan total nilai kelemahan sebesar 1,36. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 lebih besar daripada faktor kelemahan yang dimiliki oleh pedagang.

Sama halnya dengan IFAS, untuk mengetahui secara pasti posisi para pedagang maka pertama kali harus melakukan perhitungan bobot (a) dan rating poin faktor (b) serta jumlah total perkalian bobot dengan rating ($c = axb$) pada setiap faktor 0 - T.

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Eksternal

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
Peluang (O)			
1. Pemanfaatan KJek (Karangasem Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen di masa pandemi covid-19	0,09	4	0,36
2. Promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut dan melalui media social seperti <i>facebook</i> , <i>whatsapp</i> , <i>instagram</i> dan lainnya.	0,09	4	0,36
3. Lokasi yang strategis terletak di pinggir jalan dan di tengah kota Amlapura.	0,10	4	0,40
4. Lokasi pemasok yang berdekatan dengan pasar	0,09	4	0,36
5. Pada era pandemi covid-19 lokasi pasar dilengkapi dengan sabun cuci tangan dan <i>handsinitizer</i>	0,09	4	0,36
6. Pasar Amlapura Timur memiliki parkir yang cukup luas dan fasilitas pedagang yang lengkap seperti meja, kursi dan lainnya.	0,09	4	0,36
Total Peluang	0,55		2,2
Ancaman (T)			

1. Banyaknya pedagang yang menjual produk serupa	0,09	4	0,36
2. Pada era pandemi covid-19 konsumen lebih banyak melakukan transaksi jual beli secara online	0,09	4	0,36
3. Harga yang ditentukan berubah-ubah sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok	0,09	4	0,36
4. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat	0,09	4	0,36
5. Kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern	0,09	3	0,27
Total Ancaman	0,45		1,65
Total	1,00		3,85

Matriks Faktor Strategi Eksternal , terlihat bahwa total skor peluang sebesar 2,2, sedangkan total skor ancaman sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 lebih besar daripada faktor ancaman yang dimiliki oleh pedagang informal Pasar Amlapura Timur.

Berdasarkan hasil analisis Matriks IFAS dan EFAS dilanjutkan dengan menentukan sumbu (X,Y). Dalam menentukan sumbu (X,Y) dapat dilakukan dengan cara mencari nilai X dengan melakukan pengurangan antara total faktor Kekuatan (*strength*) dengan total faktor kelemahan (*weakness*). Setelah itu, untuk mencari nilai sumbu Y dengan cara melakukan pengurangan total faktor peluang (*opportunity*) dan total faktor ancaman (*threat*)

Dalam menentukan titik koordinat yang digunakan untuk mengetahui posisi strategi pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 dapat dilihat melalui nilai faktor internal dan faktor eksternal. Adapun rekapitulasi dan perhitungan dari perhitungan di atas sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Perhitungan SWOT

No	Faktor-Faktor	Nilai	Total
1	Faktor internal		3,96
	Kekuatan	2,6	
	Kelemahan	1,36	
2	Faktor eksternal		3,85
	Peluang	2,2	
	Ancaman	1,65	

a. Sumbu horizontal (X) sebagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) : Sumbu X = Skor kekuatan – Skor kelemahan
 $= 2,6 - 1,36$

$$= 1,24$$

b. Sumbu vertikal (Y) sebagai faktor eksternal (peluang dan ancaman): Sumbu Y = Skor peluang – skor ancaman
 $= 2,2 - 1,65$

$$= 0,55$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai sumbu x sebesar 1,24 sedangkan nilai sumbu y diperoleh sebesar 0,55. Selanjutnya berdasarkan nilai sumbu x dan sumbu y dapat ditentukan titik koordinatnya yaitu sebesar (1,24 : 0,55). Jadi dari hasil tersebut maka dapat diketahui posisi kuadran berada pada kuadran I karena kedua nilai sumbu bernilai positif.

Pembahasan

Skor kekuatan yang dimiliki oleh pedagang di pasar Amlapura Timur sebesar 2,6 kekuatan yang dominan bagi para pedagang tersebut seperti kualitas produk yang terjamin karena didatangkan langsung dari pemasok dengan skor 0,32 , pemberian kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk yang

akan dibeli dengan skor 0,36, pemberian potongan harga kepada konsumen atas produk yang dibeli dengan skor 0,32, pengamanan produk dari tercemarnya paparan virus corona dengan skor 0,36, produk yang dijual beranekaragam sesuai kebutuhan konsumen dengan skor 0,36, harga yang ditawarkan lebih murah selama pandemi dengan skor 0,36, budaya tawar-menawar dengan skor 0,32 dan ikatan kekeluargaan yang tercermin antara pedagang dan konsumen dengan skor 0,32

Hasil penelitian ini di dukung dari penelitian (Nurul, 2019) yang mengatakan bahwa, pengambilan produk yang dilakukan langsung ke pemasok sudah pasti terjamin kualitasnya, sehingga kesempurnaan produk sudah terjaga. Selanjutnya hasil penelitian terhadap potongan harga atau diskon diperkuat oleh hasil penelitian dari (Endhar, 2016) yang mengatakan bahwa potongan harga atau diskon merupakan daya tarik suatu usaha untuk meningkatkan pembelian, sehingga semakin besar potongan harga atau diskon yang diberikan maka semakin besar minat beli konsumen.

Skor kelemahan yang dimiliki oleh pedagang informal Pasar Amlapura Timur dengan total nilai skor 1,36 antara lain seperti tidak adanya inovasi di dalam pasar sehingga kualitas pelayanan dan produk tidak berkembang dengan skor 0,32, kemudian kurangnya kebersihan lingkungan pasar dengan skor 0,36. Hasil analisis ini di perkuat oleh penelitian (Eko, 2015) yang mengungkapkan bahwa kebersihan lingkungan pasar merupakan faktor yang sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan dalam melakukan transaksi jual-beli. Kelemahan yang paling utama terlihat pada jam operasional pasar selama pandemi, hal ini menyebabkan para pedagang harus menutup lapaknya lebih cepat dari biasanya, sehingga waktu operasional untuk berjualan semakin berkurang dengan skor 0,36. Selanjutnya kelemahan lainnya dengan skor yang lebih tinggi yaitu lokasi berjualan yang sangat padat sehingga konsumen enggan berbelanja selama pandemi ini dengan skor 0,32 dari hal ini para konsumen mengurangi kegiatan berbelanja di area pasar sehingga para pedagang mengalami penurunan pendapatan selama pandemi.

Dari hasil analisis di atas, terlihat bahwa analisis faktor kekuatan pedagang informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemi memiliki total skor sebesar 2,6 sedangkan analisis faktor kelemahan pedagang informal di pasar Amlapura Timur memiliki total skor 1,36. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih besar daripada faktor kelemahan. Berdasarkan analisis faktor internal menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dari ancaman. Hal ini sejalan dengan teori dari (Rangkuti, 2017) bila faktor kekuatan lebih besar dari kelemahan maka pedagang sudah mampu memanfaatkan strategi yang tepat dengan baik.

Skor pada peluang yang dimiliki oleh para pedagang yaitu 2,2, faktor peluang ini memiliki skor tertinggi sebesar 0,40 yaitu pada lokasi yang strategis yang terletak di pinggir jalan dan di tengah kota Amlapura. Pernyataan ini diperkuat dari penelitian (Eko, 2015) yang mengatakan bahwa bagi pedagang atau usaha mikro kecil lokasi yang strategis merupakan faktor yang menduduki prioritas utama untuk menarik minat konsumen. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pedagang untuk tetap bertahan dan dapat memasarkan produk yang mereka jual kepada para konsumen. Selanjutnya peluang lainnya memiliki skor sebesar 0,36 yang terdiri dari pemanfaat Kjek (Karangasem Ojek Online) sebagai wadah dalam transaksi online yang dilakukan pedagang kepada konsumen selama pandemi covid-19, promosi mulut ke mulut yang dilakukan dan promosi melalui sosial media dengan skor 0,36. Hasil penelitian ini di perkuat oleh penelitian dari (Nugeraha, 2013) yang mengatakan bahwa, promosi digunakan agar menarik minat konsumen terhadap produk yang kita jual sehingga promosi dapat meningkatkan omset penjualan.. Selanjutnya lokasi pemasok yang berdekatan dengan skor 0,36, lokasi pasar telah dilengkapi protokol kesehatan sebagai penunjang kebersihan selama pandemi dengan skor 0,36, dan pasar memiliki parkir yang cukup luas dan fasilitas pedagang yang lengkap dengan skor 0,36 Hal-hal inilah yang dimanfaatkan oleh pedagang sebagai peluang untuk tetap bertahan dan tetap bisa melakukan penjualan selama pandemi.

Skor ancaman dari pedagang pasar Amlapura Timur yaitu dengan total skor sebesar 1,65. Dari hasil di atas dijelaskan bahwa ancaman yang harus diantisipasi oleh para pedagang informal yang memiliki nilai skor 0,36 yaitu banyaknya pedagang yang menjual produk serupa, konsumen lebih banyak melakukan transaksi online selama pandemi dengan skor 0,36, harga yang berubah-ubah sesuai dengan harga yang diberikan oleh pemasok dengan skor 0,36, dan pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat dengan skor. Dan skor ancaman terendah yaitu sebesar 0,27 yaitu kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern.

Dari hasil analisis di atas, terlihat bahwa analisis faktor peluang pedagang informal di pasar Amlapura Timur memiliki total skor sebesar 2,2 sedangkan analisis faktor ancaman pedagang informal di pasar Amlapura Timur memiliki total skor 1,65. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Berdasarkan analisis faktor eksternal menunjukkan peluang lebih besar dari ancaman. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Rangkuti, 2017) bila peluang lebih besar dari ancaman maka pedagang mampu memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan baik.

Hasil dari perhitungan SWOT memperoleh hasil sumbu horizontal X sebesar 2,4 dan sumbu vertikal Y sebesar 0,55. Berdasarkan angka tersebut maka dapat disimpulkan bahwa posisinya berada pada kuadran I karena kedua hasil bernilai positif. Hasil ini sejalan dengan teori dari (Rangkuti, 2017) yang mengatakan

bahwa, jika berada pada kedudukan kuadran ini, maka akan mengalami profitabel. Artinya bahwa *opportunity* yang dimiliki oleh pedagang didapatkan dari kekuatannya. Adapun kiat yang diaplikasikan adalah mengkomodasi strategi kemajuan yang agresif (*growth oriented strategy*).

4. Simpulan dan saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis SWOT usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemic covid-19 yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu kekuatan (*strengths*) kekuatan yang dimiliki oleh usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemic covid-19 memperoleh total skor sebesar 2,6 yang terdiri atas kualitas produk yang terjamin karena didatangkan langsung dari pemasok, pemberian kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk yang akan dibeli, pemberian potongan harga kepada konsumen atas produk yang dibeli, pengamanan produk dari terpaparnya virus corona, produk yang dijual beranekaragam sesuai dengan kebutuhan konsumen, harga yang ditawarkan lebih murah selama pandemi, budaya tawar-menawar dan ikatan kekeluargaan yang tercermin antara pedagang dan konsumen.

Kelemahan (*weakness*) kelemahan yang dimiliki oleh usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemic covid-19 memperoleh total skor sebesar 1,36 yang terdiri atas kurangnya inovasi dalam pasar sehingga kualitas dan pelayanan produk kurang berkembang, kurangnya kebersihan lingkungan, jam operasional dalam berjualan dibatasi, lokasi pasar yang cukup padat di era pandemi yang mengakibatkan konsumen enggan berbelanja di pasar. Berdasarkan hasil perolehan skor di atas, terlihat bahwa total skor kekuatan sebesar 2,6 sedangkan total skor nilai kelemahan sebesar 1,36. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 lebih besar daripada faktor kelemahan yang dimiliki oleh pedagang.

Peluang (*opportunity*) peluang yang dimiliki oleh usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemic covid-19 memperoleh total skor sebesar 2,2 yang terdiri atas pemanfaatan transportasi online Kjek di era pandemi, lokasi pasar yang terletak di pinggir jalan dan di tengah kota Amlapura, promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut dan secara online di media social lokasi pasar yang dilengkapi dengan protokol kesehatan, parkir yang luas dan fasilitas pedagang yang lengkap 0,36

Ancaman (*threats*) ancaman yang dimiliki oleh usaha sektor informal di pasar Amlapura Timur pada era pandemic covid-19 memperoleh skor 1,65 yang terdiri atas banyaknya pedagang yang menjual produk serupa, harga yang tidak konsisten karena menyesuaikan dengan pemasok, pertumbuhan pasar modern yang meningkat, kestabilan harga dan kualitas produk pasar modern yang meningkat. Berdasarkan hasil perolehan skor di atas, terlihat bahwa total skor peluang sebesar 2,2 sedangkan total skor ancaman sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pedagang informal di Pasar Amlapura Timur pada era pandemi covid-19 lebih besar daripada faktor ancaman yang dimiliki oleh pedagang informal Pasar Amlapura Timur.

Berdasarkan hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa titik sumbu X sebesar 1,24 dan titik sumbu Y sebesar 0,55 maka dapat diketahui posisinya berada pada kuadran I karena kedua hasil bernilai positif. Jika berada pada kedudukan kuadran ini, maka akan mengalami profitabel. Artinya bahwa *opportunity* yang dimiliki oleh pedagang didapatkan dari kekuatannya. Adapun kiat yang diaplikasikan adalah mengkomodasi strategi kemajuan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka peneliti dapat memaparkan saran yaitu: 1) bagi usaha informal di Pasar Amlapura Timur diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan, kebersihan, dan melakukan inovasi di setiap produk yang dijual, sehingga para pedagang mampu menaikkan omset pendapatan di era pandemi covid-19. 2) Bagi Pihak PD Pasar Amlapura Timur diharapkan mampu memberikan himbuan terkait kebersihan lingkungan di masa pandemi dan menambah sarana dan prasarana seperti alat kebersihan untuk pedagang. 3) Bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian berikutnya dapat menggunakan analisis strategi yang lain.

Daftar Rujukan

- Agung, I. M. (2020). Memahami Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(2), 68-84.
- Ahmadi, K. N. dan H. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 3(1).

- Arianto, B. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Dunia. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 212–224. <https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.665>
- Cahyono, F. (2016). *Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada Pt. Prudential Cabang Lamongan*. Universitas Islam Lamongan.
- Eko, N. F. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro Kecil di Kompleks Shopping Centre Jepara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen.*, 30(1).
- Endhar, W. P. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2).
- Nugeraha, Z. (2013). *Pengaruh Promosi dalam meningkatkan penjualan pada PT. Seratus Sembilan Saudagar Makasar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Nurul, A. D. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Di Jembatan Tabayang Kota Tanjung Balai*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Shofiana, A. (2020). IMPLEMENTASI PROGRAM AFILIASI BERBASIS VIRTUAL TEAM DALAM UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEREKONOMIAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Implementation of Virtual Team-Based Affiliation Programs in MSMEs as Efforts for Increasing the Economy in the COVID-19 Pandemic Period). *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3590822>