

**KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS SEBAGAI  
FAKTOR PERTUMBUHAN USAHA DI BEKASI (KASUS DAMPAK PANDEMIC  
COVID-19, WIRAUSAHA JAJANAN PASAR SIAP SAJI/TAKJILAN DI BEKASI)**

**Rustomo**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bekasi Jawa Barat

ARTICLE INFO

**Keywords:** *Characteristics, business environment and business resilience*

**Kata Kunci:** Karakteristik, lingkungan bisnis dan ketahanan usaha

Corresponding author:

**Rustomo**

*rustomo@pertiwi.ac.id*

**Abstrack:** *The purpose of this study was to determine the entrepreneurial characteristics of business owners, the condition of the business environment and the role of the business environment in the growth of the fast food snack business at Perumnas 3 Arenjaya and Jl. Education Mangunjaya Tambun Bekasi. The population in this study were all business actors at Perumnas 3 Arenjaya and Jl. Education Mangunjaya Tambun Bekasi. Sample this study was take by purposive sampling and snowbal sampling. Methods of data collection using interviews, observation and documentation. The results show that the entrepreneurial characteristics of business actors are originality in product innovation, risk taking to diversify products and leadership in building harmonious relationships with employees but do not yet have a task orientation attitude and results towards maximum profit. Conditions and Roles of the business environment contained in this business include the internal and external business environment with a SWOT analysis. Entrepreneurs must be able to build task orientation and maximum post-profit results, take risks, have the behavior as a leader in facing the challenges of the business world that are aligned with the internal and external business environment.*

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik kewirausahaan pemilik usaha, kondisi lingkungan bisnis dan peran lingkungan bisnis dalam pertumbuhan usaha jajan pasar siap saji di Perumnas 3 Arenjaya dan Jl. Pendidikan Mangunjaya Tambun Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha di Perumnas 3 Arenjaya dan Jl. Pendidikan Mangunjaya Tambun Bekasi. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan purposive sampling dan snowbal sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha adalah sikap keorisinilan dalam inovasi produk, pengambilan risiko untuk melakukan diversifikasi produk dan kepemimpinan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan karyawan namun belum memiliki sikap orientasi tugas dan hasil terhadap profit yang maksimal. Kondisi dan Peran lingkungan bisnis yang terdapat dalam usaha ini meliputi lingkungan bisnis internal dan eksternal dengan analisis SWOT. Para wirausahawan harus mampu membangun orientasi tugas dan hasil paska laba yang maksimal, pengambilan risiko, memiliki perilaku sebagai seorang pemimpin dalam menghadapi tantangan dunia bisnis yang diselaraskan dengan lingkungan internal dan eksternal bisnis.

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membawa perekonomian nasional dan global ke arah resesi ekonomi. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan global yang negatif atau kontraksi. Perekonomian nasional sendiri, baru mengalami kontraksi pada triwulan II tahun 2020 dengan asumsi pertumbuhan ekonomi -5,3%. Salah satu sektor yang sangat terpuuk oleh pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang juga menggerak turunya perekonomian nasional. Hal ini bisa dipahami karena UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Keci, 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. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%. (Edward UP Nainggolan, 2020).

Peneliti melakukan pengamatan tiga kali yang dilakukan saat datangnya bulan Ramadhan, dan telah di tuliskan dalam 2 (dua) judul artikel yang disesuaikan dengan kondisi yang berkelanjutan. (Rustomo, 2021). Pengamatan dan diskusi dimulai dengan 10 (sepuluh) responden pada Ramadhan tahun 2019 – 2021, Ramadhan 1443 tahun 2022 tertinggal 5 (lima) responden yang masih konsisten untuk berjualan makanan siap saji yang berada di Perumnas 3 Arenjaya dan Jl. Pendidikan Mangunjaya Tambun Bekasi, responden rata – rata sudah lebih dari 5 tahun dalam berjualan. Ramadhan 1443 Hijriyah untuk melanjutkan kajian para wirausaha yang masih bertahan dalam melanjutkan usaha dalam menyajikan jajanan pasar siap saji.

Analisa dalam penelitian ini melihat karakteristik dan lingkungan usaha yang menjadi perhatian peneliti, bahwa responden dalam beberapa tahun tetap bertahan untuk menyajikan jajanan siap saji di bulan Ramadhan. Kao.at.al dalam (Edwin Cahya Ningrum Setyawati, 2013), mengatakan bahwa kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui kesempatan bisnis manajemen, pengambilan risiko yang tepat dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik. Untuk melaksanakan proyek dengan baik diperlukan karakteristik dan sikap kewirausahaan yang mendukung sehingga usaha yang dilakukan berjalan dengan lancar.

Tujuan penelitian secara spesifik bagaimana karakteristik usahawan dan lingkungan bisnis sebagai tumbunya usaha dengan harapan para responden akan bertahan sampai menjadi wirausahawan yang sukses tidak hanya pada bulan – bulan tertentu saja, tapi berkesinambungan dan mendapatkan modal yang cukup.

## KAJIAN TEORI

Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Kinerja UKM didukung oleh karakteristik kewirausahaan dan sikap kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha.

### **Karakteristik Kewirausahaan**

Karakteristik Kewirausahaan merupakan kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian, integrasi atau sintesis dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu atau kesatuan dan kepribadian seseorang, dipertimbangkan dari titik pandangan etis dan moral. Sementara sikap kewirausahaan adalah sikap seseorang yang mempunyai *n-ach* yang tinggi dari kehidupan sehari-hari atau ciri-ciri sikap seorang wirausaha, Faisal, 2002 dalam (Edwin Cahya Ningrum Setyawati, 2013). Dan kenyataannya, usaha merupakan sebuah produk dari beberapa lingkungan. Sedangkan untuk mempertahankannya, usaha harus dapat menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang berubah-ubah. Lingkungan merupakan segala sesuatu yang berada di luar organisasi, (Stephen P Robbins, 1994). Lingkungan tidak sebatas lingkungan, namun terdapat lingkungan eksternal, lingkungan usaha dan lingkungan internal. Lingkungan eksternal terdiri dari unsur-unsur yang berada di luar organisasi, yang relevan terhadap kegiatan organisasi itu Stoner, 1996 dalam buku (Bernhard Tewal, 2017). Lingkungan usaha memiliki pengaruh langsung terhadap daya saing strategis dan laba di atas rata-rata. Intensitas persaingan usaha dan potensi laba merupakan fungsi dari lima kekuatan kompetitif dan lingkungan internal ini dimungkinkan untuk dikendalikan oleh para pelaku bisnis, sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan perusahaan dalam upaya meningkatkan pertumbuhan usaha. Menurut Suprpto (Edwin Cahya Ningrum Setyawati, 2013), pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan ukuran usaha dan adanya ekspansi operasi perusahaan melalui pengelolaan kekuatan yang ada dalam perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

### **Lingkungan Bisnis**

Lingkungan bisnis meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Analisis diartikan sebagai penelusuran peluang atau ancaman sampai ke pangkalnya. Analisis lingkungan diartikan sebagai "proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan (Glueck & Jauch, 1999) dalam (Lely Ratwianingsih, 2018). Jenis-jenis analisis lingkungan perusahaan antara lain, (1) Analisis lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada di luar organisasi yang dapat menciptakan peluang dan ancaman atas keberadaan suatu organisasi. Pierce and Robinson (1997) menggolongkan lingkungan eksternal menjadi 3 golongan yaitu: lingkungan jauh (*remote environment*), lingkungan industri dan lingkungan operasional. (2) Analisis lingkungan internal merupakan lingkungan organisasi yang ada di dalam suatu organisasi. Analisis ini ditujukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi relatif dibanding dengan para pesaingnya. Menuru (Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 2009) setidaknya ada empat faktor yang harus dipertimbangkan dalam analisis lingkungan internal yaitu: pemasaran, keuangan, produksi, organisasi dan kepemimpinan yang mampu dan berpandangan kedepan. Lingkungan bisnis meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Analisis diartikan sebagai penelusuran peluang atau ancaman sampai ke pangkalnya. Analisis lingkungan diartikan sebagai proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan (Lely Ratwianingsih, 2018).

## METODE

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif diskriptif. Tipe penelitian diskriptif merupakan metode penelitian yang memaparkan atau menjelaskan, Sugiyono 2016 dalam buku (A.M. Susilo Pradoko, 2017). Secara deskripsi bagaimana karakteristik kewirausahaan dan lingkungan bisnis usaha jajanan pasar siap saji sebagai faktor penentu perkembangan usaha mereka. Dalam penelitian ini penulis berusaha menganalisis karakteristik usaha jajanan pasar siap saji/takjilan dan menganalisis serta memaparkan gambaran mengenai lingkungan bisnis di usaha jajanan pasar siap saji di Perumnas 3 Arenjaya dan Jl. Pendidikan Mangunjaya Tambun Bekasi, baik secara internal maupun eksternal. Lokasi penelitian ini dilakukan di Perumnas 3, dan Jalan Pendidikan Bekasi yang merupakan dua tempat sangat strategis Bekasi Jawa Barat. Objek penelitian ini adalah Sentra tempat pertokoan dan jajanan kuliner yang cukup populer di Bekasi dan sekitarnya dengan jumlah perumahan yang cukup padat. Data dianalisis menggunakan Analisis SWOT, mengungkap atas Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama Anda ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana. Freddy Rangkti dalam (Moch Choiril Anwar, 2012) SWOT adalah identitas sebarbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi palayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman dengan membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.

### Kajian Lapangan

Penelitian ini akan mendeskripsikan temuan penelitian dalam tiga bagian, yaitu yang pertama adalah profil wirausahawan dan sejarah perkembangan usaha, karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pedagang jajan pasar siap saji dalam pertumbuhan di masa sulit (pademi Covid-19) serta kondisi dan peran lingkungan bisnis dalam pertumbuhan serta konsistensi pedagang baik secara internal maupun eksternal. Jenis jajanan/varian makanan siap saji yang menjadi obyek dalam penelitian ini meliputi jenis makanan yang di buat dari bahan setengah jadi yang diolah menjadi beberapa varian makanan yang menarik di saat bulan Ramadhan:

Tabel 1: Jenis Jajanan Favorit di bulan Ramadhan

No.	Bahan	Jenis	Hasil olahan	Campuran Utama
1.	Beras	Tepung	Bubur Sumsum	Santan/kelapa
			Lontong	Sayuran
			Mie Goreng	Sayuran
			Kue Lapis	
			Kue Cucur	
			Kue Mangkok	Kelapa
			Nagasari	Pisang
			Klepon	Kelapa
			Putu Mayang	Kelapa
			Onde-Onde	Biji Vijen
			Carabikang	
2.	Kedelai	Kedelai	Tahu Goreng	Tepung dan Sayuran
			Tempe Goreng	Tepung
			Susu Kedelai	Kelapa

3.	Singkong	Singkong	Singkong Goreng	
			Kolak Singkong	Kelapa
			Singkong Keju	Keju
4.	Bahan sayuran dan buah	Sayur-sayuran dan buah	Asinan	Campuran
			Sayur Matang	Campuran
			Martabak Kecil	Campuran
			Es Buah	Campuran

Sumber: Hasil wawancara (9 April 2022)

Wawancara dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 6 wirausahawan yang konsisten dalam usahanya selama pengamatan ini dilakukan serta jenis varian jajanan masih banyak. Adapun profil dan sejarah perkembangan usaha dari 6 informan diuraikan berikut ini.

Informan pertama merupakan penjual jajanan pasar siap saji yang memiliki lapak paling luas 4m x 7m, sudah semi permanen, kepemilikan masih sewa, dengan lokasi yang sangat strategis pada jalan utama. Menjalankan usahanya mulai tahun 2010 dengan mengawali berjualan sayuran dan tahun 2015 memulai berjualan makanan siap saji dengan 12 jenis dengan teknik sebagai pengepul dari penjual lain keuntungan perhari Rp400.000,-. Selanjutnya pada bulan Ramadhan tahun 2018 memperbanyak varian jenis takjilan dengan membuat sendiri 18 jenis, yang mempekerjakan 3 orang keuntungan Rp900.000,- perhari, masa pandemic Covid-19 tahun 2020 – 2021 sangat menurun penghasilannya dan bangkit kembali pada awal tahun 2022 di Ramadhan 1443H.

Informan kedua penjual jajanan tidak memiliki lapak yang permanen, usahanya dilakukan di bahu jajanan dengan menggunakan satu gerobak dan dua meja yang digunakan untuk menata jajanan, lokasi yang sangat strategis jalan utama. Menjalankan usahanya mulai tahun 2015 dengan mengawali berjualan makanan siap saji 5 jenis rata-rata keuntungan perhari Rp150.000,-dapat melayani pesanan berbagai makan kecil/snack pada acara khusus. Bulan Ramadhan pada tiap tahunnya memperbanyak varian jenis takjilan membuat sendiri, yang mempekerjakan 3 orang keuntungan Rp600.000,- perhari, masa pandemic Covid-19 tahun 2020 – 2021 masih dapat orderan pesanan kue dan varian lainnya.

Informan ketiga salah satu wirausahawan yang menjual jajanan dengan membuka order/pesanan berbagai jenis kue olahan dan jenis makanan lainnya sejak tahun 2006. Namu setiap bulan Ramadhan selalu membuka lapak di depan rumah tinggalnya, usahanya dilakukan menggunakan dan dua meja yang digunakan untuk menata jajanan, lokasi kurang strategis. Penghasilan setiap harinya cukup lumayan sekitar Rp700.000,-. Dengan tenaga 5 orang, masa pandemic Covid-19 tahun 2020 – 2021 masih dapat orderan pesanan kue dan varian lainnya.

Informan keempat salah satu wirausahawan sebagai salah penjual berbagai jenis kue – kue basah dan kering jajanan pasar, memproduksi sendiri dengan 5 orang pembantu, serta hampir semua jajanan pasar di produksi. Lalu didrop ke pasar dan warung – warung di sekitarnya dimulai tahun 2012 dengan pendapatan sekitar Rp1.000.000,- perhari. Pada setiap bulan Ramadhan selalu mendapat pesnan yang cukup banyak dan masih membuka lapaknya dengan tenda 5m x 6m di depan rumah tinggalnya. Penghasilan setiap bulan Ramadhan cukup lumayan sekitar Rp1.000.000 sampai dengan 1.200.000,- masa pandemic Covid-19 tahun 2020 – 2022 masih dapat orderan pesanan kue dan varian lainnya.

Informan kelima hanya berjualan sayuran matang dan berbagai kolak dengan produksi sendiri, dan dijajakan sendiri di pangkalan sewaan hanya pada bulan Ramadhan saja tanpa atap. Yang dimulai tahun 2017 dengan pendapatan sekitar Rp500.000,- perhari. Masa Pandemic Covid-19 tahun 2020 – 2022 masih tetap berjualan.

Informan keenam wirausahawan es kelapa muda dan asinan memproduksi sendiri dengan 3 orang pembantu dimulai tahun 2010 dengan pendapatan sekitar Rp400.000,- perhari. Pada setiap bulan Ramadhan selalu mendapat pesanan yang cukup banyak dan masih membuka lapaknya dengan tenda 5m x 6m di pangkalan pada bahun jalan dengan tempat yang strategis. Penghasilan setiap bulan Ramadhan cukup lumayan sekitar Rp1.000.000,- masa pandemic Covid-19 tahun 2020 – 2022 masih konsosten berjualan.

Pada kajian dengan para informan mereka mengolah jajanan pasar siap saji/takjilan rata-rata menggunakan bahan baku yang berkualitas dan sangat jarang sekali menggunakan bahan-bahan yang menimbulkan resiko pada kesehatan para penikmat jajanan pasar siap saji. Menyiapkan alat produksi dan penyimpanan bahan baku serta penataan sajian pun dengan sangat hati-hati walaupun para wirausahawan bukan merupakan ahli dalam meramu menu jajanan pasar siap saji didapat secara otodidak tanpa pelatihan dan kursu-kursus pada lembaga resmi.

Karakteristik kewirausahaan informan pemilik usaha jajanan pasar siap saji cenderung mengarah pada orientasi tugas dan hasil pada laba yang maksimal dimana informan berusaha dengan gigih untuk memperbaiki setiap aspek dalam usaha untuk meningkatkan hasil seperti dalam hal permodalan, peralatan sebagai sarana produksi banyaknya varian makanan. Walaupun demikian informan masih tetap enggan melakukan kredit usaha kecil yang ditawarkan oleh pemerintah setempat bebarapa faktor yang tidak dapat dipenuhi sebagai syarat untuk mendapatkan modal. Wirausahawan yang mempekerjakan karyawan mampu membangun hubungan yang harmonis namun belum masuk pada taraf merumuskan tujuan dan penjadwalan dalam pencapaian tujuan. Terdapat inovasi dalam hal banyaknya menu varian/jenis jajanan pasar siap saji dan peralatan produksi. Wirausahawan cenderung memiliki orientasi ke masa depan dengan konsistennya untuk melengkapai jenis makanan yang di tawarkan. Terlihat dari pertumbuhan usaha informan, sejak awal informan mulai merintis usaha hingga sekarang dan informan masih menginginkan usahanya berkembang. Wirausahawan mengantisipasi kejadian di masa depan dengan mencari cara untuk ketersediaan dana dalam menjalankan usaha dengan mengupayakan usaha-usaha sambilan seperti mengedrop jajanan kering ke warung – warung. Mereka juga merancang untuk melakukan perbaikan pada teknis produksi, menyisihkan sebagian keuntungan untuk mencari lapak yang permanen dan membeli peralatan masak dan penjajian hasil makanan siap saji di lapak-lapak yang tersedia.

Para informan ternyata belum mampu mengidentifikasi keberadaan pesaing, pendatang baru yang menghasilkan produk yang sama dan produk substitusi sebagai pesaing. Dengan keberadaan pesaing dan pendatang baru menyebabkan para usahawan harus membagi pasar sedangkan pasar tidak semakin meluas karena para pembeli hanya lingkup area perumahan dan sekitarnya. Keberadaan produk substitusi dengan bahan dasar yang mudah diperoleh pada dasarnya telah mengalihkan pembelian konsumen. Pemasok secara eksternal memberikan dampak yang besar bagi keberlangsungan usaha makanan siap saji dan ramuan menu-menu favorit di masa bulan Ramadhan dan sesudahnya. Hal ini disebabkan bahan baku ketersediaannya cukup banyak di pasar-pasar bahkan ada pemasok yang siap menyupplay kapanpun. Pembeli dan perantara tersebut memberi andil besar kepada konsumen akhir.

Perwakilan pemerintah yaitu Dikuperindag Bekasi, harus mempunyai andil dalam mensosialisasikan serta penyuluhan lebih intensif agar para wirausahawan dapat memiliki dana atau sarana dalam menjalankana usahanya lebih baik dan siklus hasil olahan jajanan siap saji bisa dipasarkan di luar Bekasi. Sebagai perpanjangan tangan pemerintah daerah, provinsi bahkan pusat, Dikuperindag Bekasi harus memiliki program-program pelatihan meliputi pelatihan untuk meningkat kualitas SDM, pelatihan diversifikasi produk, finishing produk dan program pameran lokal, regional maupun nasional untuk memasarkan hasil olahan makanan siap saji. Harapannya

Dikuperindang dan Pemerintah daerah setempat mampu mem-follow up setiap pelatihan yang diberikan dan melakukan pendampingan secara terus-menerus kepada para wirausahawan.

## PEMBAHASAN

Wirausahawan kepemilikan aset untuk mengolah jajanan pasar siap saji/takjilan untuk mendapatkan produk olahan yang berkualitas belum terpenuhi, karena peralatan yang dimiliki semuanya masih bersifat tradisional dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan dan laba berpatokan pada jumlah produk makanan yang diproduksi. Narasumber mengaku pertumbuhan penjualan dan laba mereka fluktuatif pada masa-masa permintaan tinggi seperti saat-saat bulan Ramadhan, dan hari raya keagamaan lainnya serta tahun baru atau acara-acara resepsi.

Masa Pandemic Covid-19 pertumbuhan penjualan dan laba di raih sangat lesu dimana harga bahan pokok cukup mahal. Para wirausahawan berada dititik stagnansi yang berarti usaha yang hanya sekedar bertahan, tidak mengalami kemajuan pada hari-hari diluar bulan Ramadhan, yang menyebabkan banyak penjual yang mengalami kemunduran dalam usaha terutama aspek pertumbuhan unit usaha, tenaga kerja dan aset produksi. Tidak ada pertumbuhan aset produksi guna meningkatkan kualitas dari produknya, secara menyeluruh sulit untuk dicapai. Sehingga pertumbuhan penjualan dan laba berpatokan pada jumlah produk jajanan yang akan diproduksi. Walau para wirausahawan menghasilkan varian jajanan siap saji dengan kapasitas maksimal namun sangat memungkinkan harga jual dan labanya masih sangat kecil sekali. Jika para usahawan tidak memproduksi jenis atau varian jajanan yang lebih mabanyak maka mereka berada di titik stagnansi yang berarti usaha yang hanya sekedar bertahan, tidak mengalami kemajuan.

Sementara itu pertumbuhan usaha jajanan pasar siap saji dari 6 informan, jika ditinjau dari perjalanan usaha dan lamanya usia usaha tergolong sudah cukup lama. Analisis karakteristik kewirausahaan pemilik usaha dalam pertumbuhan makanan siap saji diuraikan sebagai berikut ini.

1. Para wirausaha jajanan pasar siap saji rata-rata memaksimalkan jenis sajiannya pada tiap bulan Ramadhan aspek pendanaan memang dilakukan dengan tabungan yang mereka miliki.
2. Bekasi merupakan wilayah yang sangat padat penduduknya dan rata-rata terkonsentrasi pada perumahan-perumahan KPR, masyarakat rata-rata buka puasa dengan belanja takjilan dengan wisata kuliner di sentra-sentra pedagang takjilan.
3. Perunas 3 dan Jalan Pendidikan merupakan daerah strategis dan jarak ke Pasar Induk terbesar di Bekasi yang meliputi tiga pasar terbesar di Bekasi, Pasar Induk Cibitung, Pasar Tambun, dan Pasar Baru.
4. Informan sudah sangat berpengalaman dalam produk olahan berbagai jenis jajanan pasar siap saji untuk acara-acara tertentu dan menu buka puasa, pengalaman mereka di miliki secara otodidak.
5. Pelaku usaha belum dapat dikatakan sebagai kewirausahaan yang berhasil. Meskipun pelaku usaha memiliki sikap kewirausahaan berupa keorisinilan dan pengambilan risiko untuk mendiversifikasikan produknya. Hal tersebut masih belum mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan karena perlunya sikap orientasi tugas dan hasil terhadap profit yang maksimal untuk memacu perajin bersikap aktif mengusahakan kemajuan usahanya dan perlunya sikap pengambilan risiko dalam permodalan, teknik produksi dan teknik pemasaran serta kepemimpinan yang mengarah pada tujuan dan berfikir untuk masa depan untuk keberlangsungan usaha tersebut.

Sikap kewirausahaan mulai nampak untuk menciptakan hal-hal baru dan berani menanggung resiko serta menikmati imbalan dan mempunyai ide-ide baru sebagai inovasi hasil olahan sebagai jajanan baru yang masih langka di pasaran. Bahwa sikap orientasi tugas dan hasil

serta orientasi ke masa depan didapati dalam diri sebagai pelaku. Sikap yang berorientasi tugas dan hasil serta pandangan ke masa depan menyebabkan wirausahawan aktif mencari cara/peluang untuk mengembangkan hasil olahan makanan siap saji dengan mengupayakan modal pribadi, pangsa pasar dan peralatan produksi namun sayangnya pertumbuhan masih rendah dan berjalan lambat di sinyalir hal ini karena mereka belum memiliki sikap berani mengambil risiko kredit perbankan.

Terdapat tiga faktor internal menjadi penghambat atau masalah dalam pertumbuhan makanan siap saji antara lain bahan baku yang merangkak naik tiap bulannya, modal dan peralatan produksi sedangkan peluang bagi para wirausaha (tidak menghambat) adalah tenaga kerja yang melimpah pada masa pandemic Covid-19 banyak tenaga kerja yang di resign/PHK dari perusahaan. Kekuatan eksternal bisnis yang berpengaruh memberikan ancaman pada pertumbuhan positif dalam usaha olahan jajanan pasar siap saji antara lain adalah pemasok, pembeli, produk substitusi, pesaing dan pendatang baru. Faktor lingkungan eksternal di sentra para usaha makanan olahan yang memberikan dukungan dan bantuan terhadap para usahawan adalah: perwakilan pemerintah dan lembaga keuangan harus aktif membantu dan memberikan solusi pendanaan bagi mereka. Faktor internal menjadi penghambat atau masalah dalam pertumbuhan usaha namun faktor internal dalam memadukan jenis bahan baku menjadi mendorong pertumbuhan jajanan pasar antara lain adalah modal, peralatan produksi dan tenaga kerja. Adapun satu aspek dari lingkungan bisnis internal yang menghambat pertumbuhan usaha yaitu bahan baku yang makin naik harganya. Kekuatan eksternal bisnis yang berpengaruh memberikan ancaman pada pertumbuhan positif dalam usaha adalah: pembeli dengan harga makin mahal, perwakilan pemerintah, dan lembaga keuangan. Sedangkan kekuatan eksternal yang mengancam pertumbuhan wirausaha yaitu tersedianya bahan baku/pemasok, pendatang baru, produk substitusi dan pesaing.

### Analisis SWOT

Karakteristik kewirausahaan pelaku industri jajanan pasar siap saji kekuatan internal industri jajanan pasar siap saji mempunyai beberapa kekuatan (*strength*) yaitu sikap kewirausahaan, patang menyerah dan inovasi yang menjadi kekuatan pada diri pelaku industri jajanan pasar siap saji yang meliputi keorisinilan dalam inovasi produk, pengambilan risiko untuk melakukan diversifikasi produk dan kepemimpinan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan karyawan. Sedangkan lingkungan bisnis internal yang menjadi kekuatan pada industri jajanan pasar siap saji adalah tenaga kerja (keahlian) karakteristik kewirausahaan masih otodidak dan lingkungan bisnis internal produksi jajanan pasar siap saji.

Wirausahawan mempunyai beberapa kelemahan (*weakness*) yaitu sikap kewirausahaan dengan tingkat pendidikan yang menjadi kelemahan internal pada diri pelaku industri jajanan pasar siap saji antara lain adalah ketersediaan modal, penggunaan alat, serta orientasi tugas dan hasil yang berorientasi pada pencapaian laba yang maksimal, inisiatif, kepemimpinan mampu memotivasi karyawan pada ide/saran. Kelemahan eksternal pada industri jajanan pasar siap saji yakni ketergantungan pada bahan baku dari pasar dan makin naik harganya.

Beberapa peluang (*opportunities*) yang teridentifikasi kekuatan internal dalam industri jajanan pasar siap saji jiwa semangat luar biasa menjalankan usaha, serta pengalaman dalam mengolah bahan baku menjadi jenis baru dalam olah jajanan pasar siap saji, kepemilikan tempat tinggal sudah milik sendiri. Peluang eksternal yaitu banyaknya varian/jenis jajanan pasar siap saji, pasar sudah mengenal jenis dan hasil olahan jajanan pasar siap saji yang berkualitas dan harga kompetitif, serta perwakilan pemerintah, lembaga keuangan yang siap mendukung produksi.

Adapun ancaman (*threats*) yang ditimbulkan dari lingkungan internal adalah modal untuk menjalankan usaha dan manajemen kepemimpinan yang tidak bisa mengidentifikasi secara cermat



karena keahlian, ancaman eksternal industri jajanan pasar siap saji yaitu pemasok, pesaing yang meramu jajanan pasar siap saji tidak menjaga kualitas, pendatang baru yang coba-coba berjualan, produk substitusi, pembeli perantara.

## SIMPULAN DAN SARAN

Karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pelaku industri jajanan pasar siap saji di Perumnas 3 Arenjaya dan Jl. Pendidikan Mangunjaya Tambun Bekasi, memiliki kecenderungan yang sama yakni mereka memiliki sikap keorisinilan dalam inovasi produk, pengambilan risiko untuk melakukan diversifikasi produk dan kepemimpinan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan karyawan namun belum memiliki sikap orientasi tugas dan hasil terhadap profit yang maksimal hanya sebatas pemenuhan kebutuhan sehari-hari, pengambilan risiko, pandangan akan masa depan dan belum memiliki sikap kepemimpinan yang mengarah pada tujuan dan melibatkan karyawan untuk memberikan saran/ide pada usahanya.

Karakteristik kewirausahaan jajanan pasar siap saji yaitu memiliki sikap orientasi tugas dan hasil pada profit yang maksimal tidak hanya pada orientasi bertahan hidup serta pandangan ke masa depan. Namun belum memiliki sikap kepemimpinan yang mengarah pada tujuan dan melibatkan karyawan untuk memberikan saran/ide pada usahanya dan sikap pengambilan risiko dalam hal keuangan.

Lingkungan internal menjadi faktor yang menghambat pertumbuhan industri jajanan pasar siap saji. Lingkungan internal bisnis yang menghambat pertumbuhan industri jajanan pasar siap saji adalah suplai bahan baku dan kestabilan harga bahan baku modal, dan penggunaan peralatan produksi dalam keterbatasan pelatihan pada lembaga resmi.

Kekuatan lingkungan bisnis eksternal yang mengancam pertumbuhan industri jajanan pasar siap saji yaitu penyedia bahan baku/pemasok, produk substitusi, pendatang baru, pesaing dan perantara. Sedangkan kekuatan lingkungan bisnis eksternal yang memberikan peluang pada pertumbuhan industri jajanan pasar siap saji yaitu faktor perwakilan pemerintah dan lembaga keuangan, pasar, pembeli atau konsumen akhir. Para usahawan jajanan pasar siap saji masih belum dapat mengidentifikasi kekuatan ancaman dan peluang dari lingkungan eksternal bisnis. Sehingga masih belum mampu memanfaatkan beberapa peluang yang ada dan menghindari atau mengantisipasi ancaman yang datang dari lingkungan eksternal.

Saran yang dapat diajukan adalah bahwa Pemerintah Daerah/Dikuperindag Bekasi hendaknya mampu mengidentifikasi karakter dari UMKM sentra jajanan pasar siap saji untuk melihat permasalahan yang ada dan mencari solusi yang tepat. Seperti melakukan follow up dan pendampingan terhadap pelatihan pengembangan SDM yang sudah diberikan untuk meningkatkan karakteristik kewirausahaan perajin.

Pemerintah Bekasi harus membantu para usahawan dalam mengatasi masalah internal berupa bahan baku dengan membangun jaringan penyedia bahan baku/pemasok langsung ke pemasok lebih dari satu, membantu dan membimbing para wirausahawan dapat mengakses pemodal dari perbankan, mengadakan teknologi tepat guna untuk memperbaiki fasilitas dan proses produksi jajanan pasar siap saji dan menggencarkan program pameran yang senantiasa melibatkan dan membantu wirausahawan untuk dapat mengidentifikasi setiap ancaman yang datang dan peluang - peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pertumbuhan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.M. Susilo Pradoko. (2017). *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif* (M. P. Dr. Sumaryadi (ed.); Revisi 3). UNY Press.
- Bernhard Tewal, D. (2017). *Prilaku Organisasi* (D. Bernhard Tewal (ed.); edisi 1). Petra Media Grafindo Bandung.
- Edward UP Nainggolan. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*.
- Edwin Cahya Ningrum Setyawati, dkk. (2013). Karakteristik kewirausahaan dan lingkungan bisnis sebagai faktor penentu pertumbuhan usaha. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, FISIP Universitas Diponegoro*, 2 No 1 (Wirausaha), 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5353>
- Kristiawan, A., Nursalin, K., Gunawan, I., & F.Yo, J. (2021). Pengaruh Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Pelanggan Shopee Dan JD.ID). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 8(2). doi:<https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i2.35107>
- Lely Ratwianingsih. (2018). Dampak lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan sektor industri Provinsi Jawa Tengah sebagai upaya percepatan era ASEAN Economic Community. *Dinamika: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Universitas Sebelas Maret Surakarta*, 10 No 2 20(Bisnis), 8.
- Margahana, H. (2020). Pengaruh Entrepreneurship Terhadap Penanggulangan Pengangguran Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Palembang. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(2). doi:<https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.30292>
- Moch Choiril Anwar, M. C. U. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus: Toko Pojok Madura). *JURNAL SISTEM INFORMASI, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 5 No 1 201(SWOT), 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.15408/sijisi.v5i1.282>
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, B. M. (2009). *Manajemen pemasaran* (Philip Kot). Indeks Jakrta.
- Rustomo. (2021). Strategi wirausaha masa pandemi Covid-19, dibulan penuh berkah“RAMADHAN 1442 H”. *Jurnal Economicus, STIE Pertiwi Bekasi*, 1 no 2(Wirausaha), 10.
- Stephen P Robbins. (1994). *Teori organisasi : Struktur, desain dan aplikasi* (J. Udaya (ed.)). Jakarta, Arcan 1994.