

**STRATEGI AL-KAUTSAR AQIQAH DAN CATERING  
YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS DI  
MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU DARI PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS ISLAM**

*AL-KAUTSAR AQIQAH DAN CATERING YOGYAKARTA IN SUSTAINING  
THEIR BUSINESS DURING THE COVID-19 PANDEMIC FROM THE  
PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS*

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

**Farid Zakly Ferdiansah Furqon**

17423103

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Farid Zakly Ferdiansah Furqon  
NIM : 17423103  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering  
Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa  
Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika  
Bisnis Islam.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan karya sendiri dan bersifat benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan suatu penelitian yang mengandung plagiat atau hasil penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia untuk mempertanggung jawabkannya sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan dan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada unsur paksaan.

Yogyakarta, 6 Juli 2022



Farid Zakly Ferdiansah Furqon

الجامعة الإسلامية

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 6 Juli 2022

Hal : SKRIPSI  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia terkait dengan nomor surat pengangkatan pembimbing : 421/Dek/60/DAATI/FIAI/IV/2022 pada tanggal 14 April 2022 M, atau 13 Ramadan 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Farid Zakly Ferdiansah Furqon  
NIM : 17423103  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Tahun Akademik : 2022/2023  
Judul Skripsi : Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering  
Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa  
Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika  
Bisnis Islam.

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami menetapkan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat dapat dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dosen Pembimbing,



Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I.

# LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kalurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462  
F. (0274) 898463  
E. [fi.ai@uii.ac.id](mailto:fi.ai@uii.ac.id)  
W. [fi.ai.uui.ac.id](http://fi.ai.uui.ac.id)

## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:


Hari : Rabu  
Tanggal : 3 Agustus 2022  
Nama : FARID ZAKLY FERDIANSAH FURQON  
Nomor Mahasiswa : 17423103  
Judul Skripsi : Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

### TIM PENGUJI:

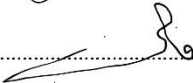
#### Ketua

Tulasmu, SEI, MEI

(.....)


#### Penguji I

Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I.

(.....)


#### Penguji II

Rakhmawati, S.Stat, MA

(.....)

#### Pembimbing

Muhammad Iqbal, SEI, MSI

(.....)

Yogyakarta, 3 Agustus 2022

Dekan,





Dr. Drs. Asmuni, MA

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Farid Zakly Ferdiansah Furqon  
Nim : 17423103  
Judul Skripsi : Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering  
Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa  
Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis  
Islam

Berdasarkan dengan surat rekomendasi ini, menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 Juli 2022



Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I.

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'alamin, Alhamdulillah 'ala kulli haal.* Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Puji dan syukur tiada habisnya saya curahkan kepada Allah SWT atas sampainya saya ke tahap ini. Sholawat serta salam selalu saya haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita harapkan syafaat dan pertolongannya kelak pada *yaumul akhir*. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Dua orang hebat yang sangat berarti, berjasa dan sangat saya sayangi di hidup saya, kedua orang tua saya. Ayahanda Alamsyah dan Ibunda Fajriah Furqon. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, dukungan, nasihat, dan doa yang selalu Ayah dan Ibu berikan kepada saya sehingga saya dapat berada di tahap sekarang ini. Saya sangat bersyukur kepada Allah SWT karena telah dianugerahi orang tua yang sangat baik, dan saya harap karya penelitian ini dapat memberi kebahagiaan kepada Ayah dan Ibu. Semoga kedepannya, akan banyak lagi kebahagiaan yang bisa saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu hingga akhir hayat saya. Saya persembahkan juga kepada Adik saya Muhammad Husain yang telah sangat berjasa di hidup saya. Terima kasih atas segala kebaikan, motivasi, dukungan yang telah diberikan selama ini.

Dosen Program Studi Ekonomi Islam, Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia yang selalu membimbing, mendidik, mengarahkan dan memberikan ilmu-ilmunya kepada saya selama ini. Terkhusus untuk dosen pembimbing skripsi saya, Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I. saya ucapkan terima kasih banyak atas bimbingannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Sahabat dan teman-teman seperjuangan saya di Program Studi Ekonomi Islam khususnya angkatan 2017, dan juga sahabat-sahabat saya diluar Prodi Ekonomi Islam yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih telah mewarnai dan membersamai perjalanan hidup saya selama di perantauan ini.

## MOTTO

“Dan tidak ada satupun makhluk bergerak (bernyawa) di muka bumi melainkan semuanya telah dijamin rezekinya oleh Allah.”

(Q.S. Hud : 6)

“Dan berapa banyak makhluk bergerak (bernyawa) yang tidak mampu membawa (mengurus) rezekinya sendiri. Allah-lah yang memberi rezeki kepadanya dan juga kepadamu. Dia Maha Mendengar lagi Maha

Mengetahui.”

(Q.S. Al-Ankabut : 60)

“Tidaklah suatu jiwa meninggal dunia sampai disempurnakan baginya ajal dan dipenuhi rezekinya. Oleh karenanya perbaguslah di dalam mencari rezeki. Janganlah ia merasa lambatnya rezeki, menyebabkan ia mencari rezeki tersebut dengan bermaksiat kepada Allah, karena sesungguhnya Allah tidak dapat dicapai kecuali dengan mentaati-Nya.”

(H.R. Thabrani)

## ABSTRAK

Sejumlah permasalahan ekonomi yang terjadi selama pandemi Covid-19 menciptakan ketidakstabilan ekonomi khususnya bagi para pelaku usaha yang secara langsung mengalami penurunan permintaan barang dan jasa. Para pelaku usaha tentunya harus mampu bertahan menggunakan segala strategi yg dilakukan demi keberlanjutan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan strategi pengurangan atau rasionalisasi biaya dengan mengelola sebaik mungkin biaya operasional, mengubah sistem kerja karyawan yaitu beroperasi dan melakukan produksi pada saat ada pesanan saja, menanggulangi biaya pengeluaran dari penyimpanan dana. Selain itu juga melakukan strategi *Digital Marketing* sebagai media promosi agar tetap mempertahankan eksistensi selama pandemi covid-19. Menjaga loyalitas pelanggan dengan menerapkan Strategi *Customer Relationship Marketing (CRM)* atau pemasaran yang memanfaatkan hubungan baik kepada pelanggan agar pelanggan merekomendasikan kepada konsumen lain. Al-Kautsar juga melakukan perbaikan kualitas pelayanan selama Pandemi. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sebagai perusahaan yang berbasis islami, telah melakukan strategi usaha dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi Covid-19 yaitu memberikan hak konsumen dan karyawan dengan baik selama pandemi dengan tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Strategi yang dilakukan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta telah sesuai dengan prinsip pokok etika bisnis Islam yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kejujuran.

**Kata Kunci :** Strategi Bertahan, Etika Bisnis Islam, Covid-19



## ABSTRACT

A number of economic problems during the Covid-19 pandemic has created economic instability, especially for business people who have been directly experiencing a decline in the demand for goods and services. Business people should be able to survive using all possible strategies for the sustainability of their business. This study aimed to identify the strategies used by Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta in sustaining their business during the Covid-19 Pandemic from the perspective of Islamic business ethics. This study used a descriptive qualitative research design. The data collection techniques in this study included interviews, observation, and documentation. The results of this study showed that Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta applied such strategies as cost reduction or rationalization by managing operational costs to the best possible ways, changes in the employee work system by operating and producing only when there is an order, and expense coverage using their savings. In addition, a Digital Marketing Strategy was also implemented as promotional media to survive during the Covid-19 pandemic. Maintaining customer loyalty was also done by implementing a Customer Relationship Marketing (CRM) Strategy or a marketing that used good relationships with customers to encourage them to recommend to new consumers. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta also made improvements to the service quality during the pandemic. As an Islam-based company, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta also performed an Islamic business strategy to maintain their business during the Covid-19 pandemic by appropriately giving the rights of consumers and employees to be saved from employment termination (PHK). The strategies adopted by Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta have been in accordance with the key principles of Islamic business ethics that include justice, free will, responsibility, and honesty.

**Keywords:** *Survival Strategy, Islamic Business Ethics, Covid-19*

August 09, 2022

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN  
KEPUTUSAN BERSAMA**

**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor: 158 Th. 1987**

**Nomor: 0543b/U/1987**

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

**Pendahuluan**

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2)

Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia. Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya. Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman

yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih menggunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

### **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

### **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

**Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

#### a. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

##### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

**Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal**

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

##### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

**Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap**

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

#### b. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

**Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah**

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... اَ	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... اِ	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... اُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

#### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

##### a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

##### b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

1) raudah al-atfāl

2) raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnah al-Munawwarah

al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ

- talhah

## 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ – nazzala

الْبِرِّ – al-birr

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.



Baik dikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu	الْقَلَمُ - al-qalamu
الشَّمْسُ - as-syamsu	الْجَلَالُ - al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ - ta'khuḏūna	إِنَّ - inna
النَّوْءُ - an-nau'	
سَيِّئٌ - syai'un	

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata ter-tentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn
--	-------------------------------------

Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
----------------------------------

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
---	-------------------------------

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī’an

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

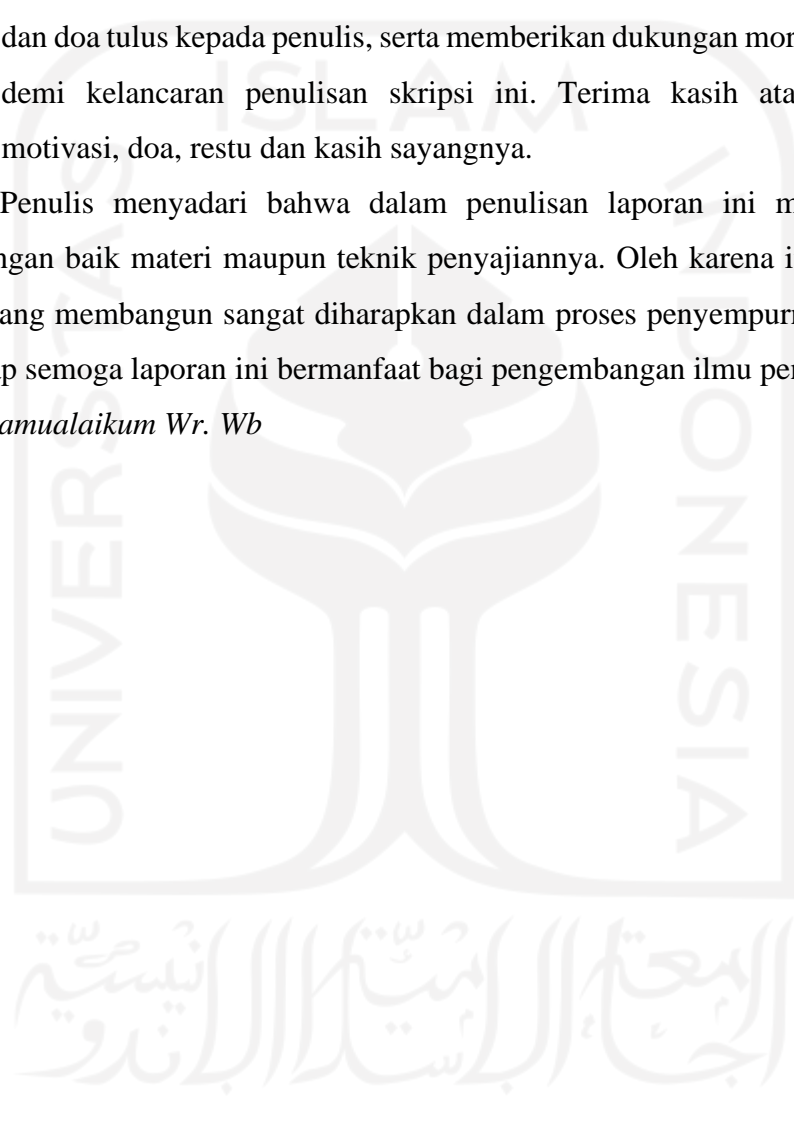
Alhamdulillah rabbil'alamin, atas segala puji bagi Allah SWT., yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, skripsi dengan judul **“Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”** dapat diselesaikan. Tidak lupa, Shalawat serta salam dihaturkan kepada Rasulullah SAW., beserta para sahabat yang telah berjuang di jalan Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam menuliskan skripsi ini tidak dapat terlepas dari berbagai bantuan, bimbingan, dukungan serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph. D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu bersedia meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, dukungan, pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam bidang akademik.

7. Segenap dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat di dunia dan akhirat.
8. Kedua orang tua yang sangat saya hormati dan sayangi Ayahanda Alamsyah dan Ibunda Fajriah Furqon yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada penulis, serta memberikan dukungan moril dan materil demi kelancaran penulisan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, motivasi, doa, restu dan kasih sayangnya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih banyak kekurangan baik materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam proses penyempurnaan. Penulis berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
NOTA DINAS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	x
KATA PENGANTAR .....	xix
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxiii
DAFTAR GAMBAR .....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
A. Telaah Pustaka .....	7
B. Landasan Teori.....	17
1. Strategi.....	17
2. Strategi Bertahan (Defensive Strategies) .....	18
3. Pandemi Covid-19 .....	21
4. Etika Bisnis Islam.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian.....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29

C. Objek dan Subjek Penelitian .....	29
D. Sumber Data.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Hasil Penelitian .....	33
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
2. Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19.....	38
B. Pembahasan.....	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>
LAMPIRAN I.....	66
LAMPIRAN II .....	68
LAMPIRAN III.....	75
LAMPIRAN IV .....	77



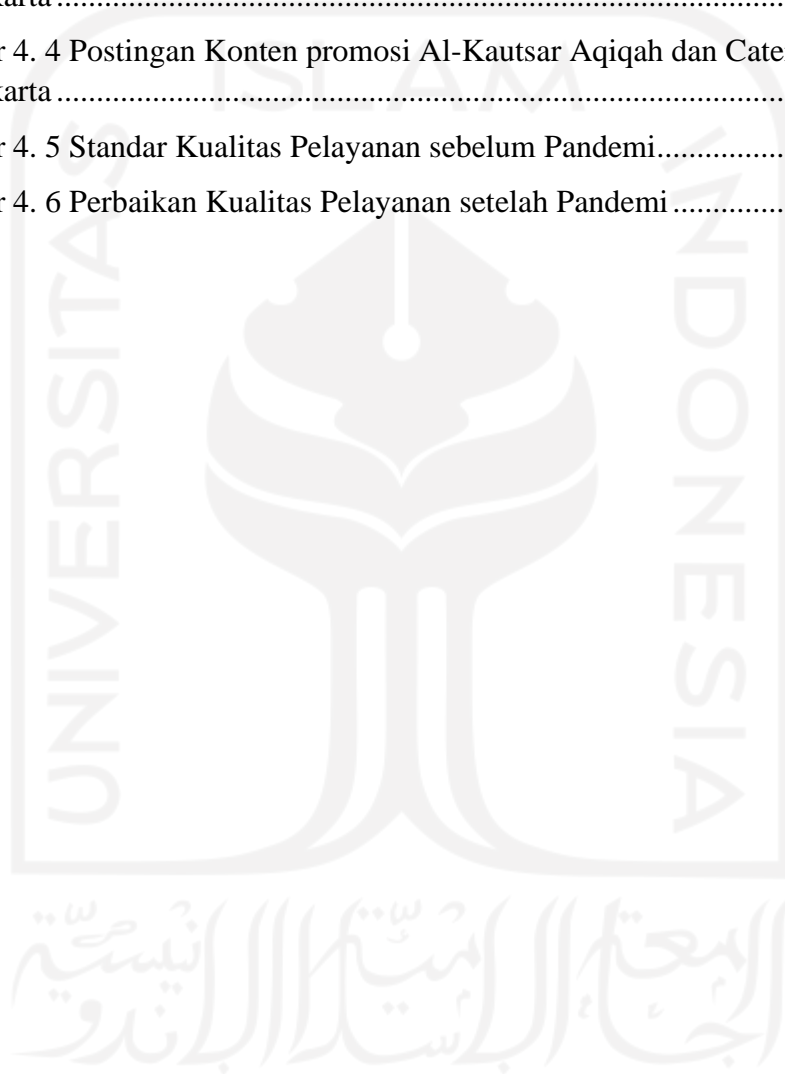
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 2. 2 Jumlah Terpapar Covid-19 di Indonesia. Update 3 Juli 2022 .....	21



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Al-Kautsar Aqiqah dan Catering .....	35
Gambar 4. 2 Beranda website Al-Kautsar Aqiqah dan Catering .....	35
Gambar 4. 3 Postingan Konten Edukasi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta .....	41
Gambar 4. 4 Postingan Konten promosi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta .....	42
Gambar 4. 5 Standar Kualitas Pelayanan sebelum Pandemi.....	43
Gambar 4. 6 Perbaikan Kualitas Pelayanan setelah Pandemi .....	44





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pandemi virus corona (Covid-19) yang berlangsung sejak pertengahan Maret 2020 telah mengubah secara mendasar segala aspek di dalam kehidupan masyarakat. Datangnya pandemi Covid-19 yang melanda hampir seluruh dunia telah melumpuhkan kehidupan masyarakat seperti pada bidang pendidikan dan bidang ekonomi yang mengalami resesi. Pada akhirnya berpengaruh pada penutupan sekolah-sekolah, dan mengurangi aktivitas manufaktur bagi banyak perusahaan, bahkan banyak yang mengambil tindakan pemutusan hubungan kerja (PHK). Perekonomian akan terganggu bagi individu, rumah tangga, usaha makro dan mikro, serta perekonomian negara-negara di dunia (Taufik & Ayuningtyas, 2020). Tentunya pemerintah memiliki kebijakan pembatasan mobilitas sosial guna mengantisipasi penyebaran virus dengan berbagai cara, yang tentunya berdampak pada perubahan kondisi sosial dan ekonomi.

Pandemi global Covid-19 menciptakan ketidakstabilan ekonomi, terutama bagi pelaku UMKM yang secara langsung mengalami penurunan penjualan, dengan banyaknya usaha kecil yang berdiam diri di rumah dan tutup sementara waktu terpaksa dilakukan (Hardilawati, 2020). Akibat pembatasan pergerakan orang selama pandemi, penjualan menurun akibat penurunan permintaan yang juga berimbas pada UMKM. Perusahaan-perusahaan yang bertahan mengalami penurunan produksi selama pandemi Covid-19 karena rendahnya permintaan barang dan jasa secara umum.

Berdasarkan studi Katadata Insight Center (KIC) terhadap 206 pelaku UMKM, sebagian besar UMKM, 82,9 %, melihat akibat negatif pandemi, sementara hanya 5,9 % yg mengalami pertumbuhan positif. Kondisi pandemi ini menyebabkan penurunan pendapatan lebih dari 30% bagi 63,9 % UMKM yang terdampak. Hanya 3,8 % UMKM yg mengalami peningkatan pendapatan. Selain itu, survei KIC menyampaikan bahwa UMKM sudah melakukan

berbagai upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. Mereka menerapkan berbagai teknik efisiensi, termasuk penurunan produksi barang dan jasa, jam kerja, jumlah personel, dan saluran penjualan dan pemasaran, tetapi UMKM lain mengambil pendekatan sebaliknya, yakni memperluas saluran pemasaran menjadi bagian dari survival plan mereka (katadata.co.id, 2020).

Berdasarkan survey dari Bank Indonesia bahwa sebesar 72,6 % usaha mikro kecil serta menengah (UMKM) mengalami penurunan omzet akibat dari pandemi Covid-19 ini (Sandy, 2020). UMKM kurang mempunyai ketahanan serta fleksibilitas saat menghadapi pandemi ini dikarenakan beberapa hal contohnya taraf digitalisasi yang masih rendah, kesulitan saat mengakses teknologi serta kurangnya pemahaman perihal taktik bertahan pada bisnis (usaha). Para pelaku UMKM dituntut agar dapat menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang terdapat sebab usaha yang dapat bertahan merupakan usaha yang responsif terhadap perkembangan zaman.

Terkait Pandemi covid-19, dikeluarkanlah PP nomor 21 tahun 2020 tentang pembatasan Sosial Berskala besar dengan maksud membatasi pergerakan orang serta mengharuskan mengurangi kegiatan warga di luar rumah, akibat dikeluarkannya kebijakan ini banyak sekali bidang usaha yang terdapat di Indonesia mengalami keterpurukan.

Bagi para pelaku usaha pada bidang jasa sangatlah bergantung pada mobilitas serta hubungan antar konsumen dan Produsen, tetapi selama pandemi terbatas dengan adanya pembatasan Sosial Berskala besar (PSBB). Pada penelitian ini usaha di bidang jasa yang menjadi fokus penelitian yang akan dilakukan dan mempunyai akibat yang signifikan dan sejumlah permasalahannya selama pandemi serta setiap usaha pada bidang jasa tentunya harus mampu bertahan menggunakan segala strategi yg dilakukan demi keberlanjutan usahanya. Sehingga dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah Yogyakarta.

Berbagai cara dilakukan untuk memastikan kelangsungan usaha dalam keadaan di tengah pandemi Covid-19. Dibutuhkan korporasi sehingga mampu menerapkannya dengan baik untuk menjamin kelangsungan usaha. bersama

dengan para pelaku usaha, pemerintah wajib berperan dalam menopang usaha komersial yang beragam melalui peraturan perundang-undangan atau kebijakan yang menguntungkan badan usaha. Selain itu, selama masa pandemi Covid-19, pemerintah dapat menyampaikan sosialisasi serta pembinaan kepada para pelaku usaha. Saat strategi ini berhasil dijalankan, diharapkan ekonomi sedikit demi sedikit akan pulih dan membaik selama pandemi Covid-19 agar mengurangi kekhawatiran yang berkelanjutan perihal pandemi. Selama pandemi Covid-19, usaha pada bidang jasa sudah menemukan banyak strategi agar mampu bertahan, seperti banyak terdapat perusahaan yang bertahan dengan tabungan mereka, terpaksa memilih perumahan karyawan, hingga Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), atau bahkan melakukan penjualan aset. Sebagai pelaku usaha muslim strategi yang dilakukan dalam bertahan selama pandemi hendaknya tetap sesuai dengan etika bisnis islam.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta yang merupakan penyedia jasa aqiqah siap saji dan penyedia catering yang terdampak dengan adanya pandemi Covid-19 tentunya menerapkan strategi dalam mempertahankan bisnisnya di masa pandemi ini. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta adalah usaha yang berbasis islami, sehingga sesuai untuk diteliti dari perspektif etika bisnis islam.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian serta menganalisis lebih lanjut mengenai bagaimana startegi dalam mempertahankan usaha selama Pandemi Covid-19. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam”**.

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19.
2. Menganalisis strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan penerapan strategi yang ditempuh oleh usaha dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi khazanah bacaan tentang strategi yang ditempuh oleh usaha ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

- b. Bagi Program Studi Ekonomi Islam

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam mengembangkan Ekonomi Islam khususnya pada Prodi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia. Dan dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Diharapkan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dan para pelaku usaha lainnya dapat menggunakan informasi dalam penelitian ini untuk meningkatkan kinerja perusahaan di era pandemi Covid-19 sehingga dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan bisnis.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan pedoman penyusunan skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yang di dalamnya terdapat beberapa sub bab yang berguna untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini.

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Pada Bab I Pendahuluan**, terdapat latar belakang penelitian yang berisikan tentang isu-isu dasar penelitian, fenomena yang terjadi di masa kini, serta alasan pentingnya penelitian ini dilakukan. Lalu dijelaskan juga mengenai rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang mana sub bab ini menjabarkan manfaat dari penelitian yang dilakukan, yakni untuk pihak akademisi dan praktisi. Terakhir, dibahas pula sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

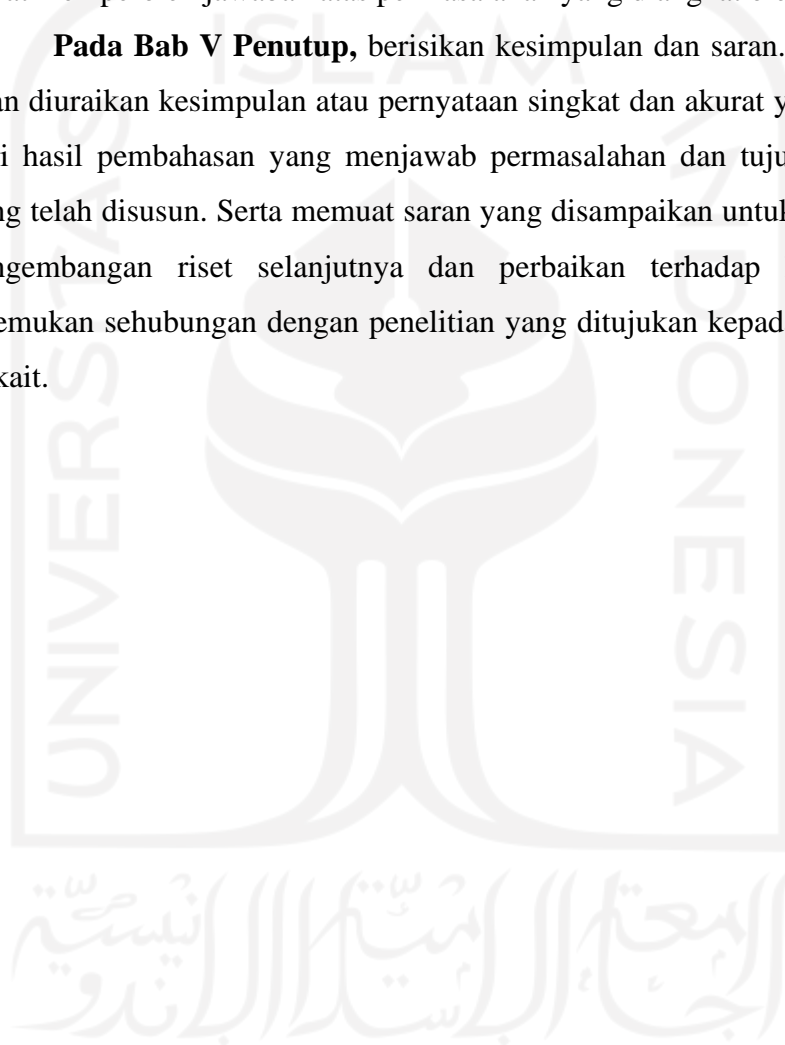
**Pada Bab II Telaah Pustaka dan Landasan Teori**, terdapat telaah pustaka yang membahas tentang penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selanjutnya landasan teori yang memuat teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian.

**Pada Bab III Metode Penelitian**, diuraikan tata cara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tata cara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian,

populasi dan sampel, sumber data, variabel operasional penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

**Pada Bab IV Hasil dan Pembahasan,** akan diuraikan data-data yang telah diperoleh dari sumber data, kemudian dilanjutkan dengan proses analisis data selanjutnya akan dilakukan pembahasan secara komprehensif sehingga dapat memperoleh jawaban atas permasalahan yang diangkat oleh penulis.

**Pada Bab V Penutup,** berisikan kesimpulan dan saran. Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan atau pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil pembahasan yang menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun. Serta memuat saran yang disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya dan perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.



## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **A. Telaah Pustaka**

Sebagai bahan pertimbangan maka penulis menyajikan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yang mengangkat tema tentang strategi dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi. Adapun penelitian-penelitian tersebut sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Putri Diah Juniar Perdamaian, Adinda Puspita, dan Neng Frida dalam jurnal yang berjudul “Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia”. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara E-Commerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami oleh pelaku bisnis dan diharapkan pelaku bisnis selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan (Perdamaian et al., 2020).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Monika Tampubolon dengan judul Analisis Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Umkm Waroeng Jj - Kantin *Vinilon Building*). Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa hadirnya pandemi Covid-19 membuat waroeng JJ berada dalam tiga fase, pertama fase normal yaitu pada saat sebelum pandemi, pendapatan seperti biasanya dan ramai oleh pelanggan offline, fase kedua terjatuh yaitu pada awal pandemi, yang berdampak pada penurunan pendapatan yang drastis. Ini terjadi karena ditetapkannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan para pelanggan offline menurun akibat mayoritas pelanggannya mengikuti anjuran untuk *work from home* atau bekerja dari rumah.

Fase ketiga yaitu *survive* (bertahan) dan berkembang yaitu fase di masa berlakunya pandemi. Di fase ini waroeng JJ sudah menemukan dan menerapkan strategi dalam bertahan. Dan bukan sekedar hanya bertahan untuk kembali pada posisi normal, tapi waroeng JJ justru menjadi berkembang serta mengalami peningkatan pendapatan atau omzet. Solusi yang diterapkan oleh waroeng JJ saat pelanggan mengikuti kebijakan bekerja dari rumah adalah bergabung dengan platform pemasaran online seperti: Shopeefood, Gofood, dan Grabfood. Selain itu juga waroeng JJ juga menerapkan metode pembayaran yang lebih mudah selain tunai juga bisa dengan platform e-money seperti Shopeepay, Gopay, Dana, dan Ovo sesuai dengan keadaan saat pandemi sekarang ini yaitu menganjurkan untuk mengurangi transaksi tunai. (Tampubolon, 2021)

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Lailatussani Alfiyah dan Wibowo yang berjudul “Strategi Adaptasi Perusahaan Biro Tour And Travel dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan Tour and Travel Haji dan Umrah PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah di Kota Surakarta)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen strategi yang digunakan PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah di era new normal dan untuk mengetahui dampak manajemen strategi terhadap keberadaan PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Adapun strategi-strategi yang telah di susun dan dilakukan oleh PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah sendiri yaitu berupa strategi dalam Strategi dalam manajerial adalah melakukan kerja dari rumah, rapat dan pertemuan virtual, koordinasi dengan bidang direksi, staf dan mitra-mitra dari PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah, saling memberi motivasi atau suport, memperkaya informasi dari pemerintah Arab Saudi dan Kementrian Agama. Dampak dari penggunaan pengelolaan manajemen strategi di era new normal terhadap PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah adalah sangat baik dan memberikan dampak positif dengan saling bersinergi dalam melakukan pekerjaan dan mempertahankan perusahaan yang



hidup berdampingan dengan situasi pandemi seperti sekarang ini (Alfiyah & Isa, 2020).

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati, dalam jurnal yang berjudul “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan teknik observasi partisipatif. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara *e-commerce*, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan. (Hardilawati, 2020).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Gregorius Rio Alfrian dan Endang Pitaloka, dalam jurnal yang berjudul “Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bertahan pada Kondisi pandemi Covid-19 di Indonesia” Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi bertahan UMKM khususnya di masa pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Peneliti mengkaji berbagai hasil studi empiris khususnya jurnal ilmiah yang berkaitan dengan strategi UMKM. Peneliti kemudian membandingkan hasil penelitian dari berbagai jurnal tersebut dan mengambil intisari dari hasil penelitian tersebut. Berdasarkan hasil studi literatur, terdapat empat strategi bertahan untuk UMKM yaitu, pertama, melakukan pemasaran dengan digital marketing, kedua memperkuat SDM, ketiga melakukan inovasi kreatif dan keempat peningkatan pelayanan kepada konsumen. Dengan strategi-staregi tersebut diharapkan UMKM di Indonesia dapat bertahan dan selamat dari kondisi krisis akibat pandemik Covid-19. (Alfrian & Pitaloka, 2020).

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Mastur Mujib Ikhsani, Selamat Eko Budi Santoso, Fatmah Bagis, dan Arini Hidayah dalam jurnal yang berjudul “*Strategies For Increasing The Competitiveness Of Micro Small And*

*Medium Enterprises (MSMEs) In Banyumas During The Covid-19 Pandemi”*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi peningkatan daya saing UMKM. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UMKM. Mengetahui permasalahan UMKM dan strategi meningkatkan daya saing UMKM untuk mencapai daya saing yang tinggi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analisis SWOT untuk mendapatkan strategi peningkatan daya saing UMKM di masa pandemi covid-19.

Dari hasil analisis SWOT atau *Strength* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman) dari internal dan eksternal UMKM di Kabupaten Banyumas untuk mendapatkan strategi peningkatan daya saing UMKM, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Pertama, Strategi SO (*Strength and Opportunities*) yaitu dengan pengembangan UMKM melalui penggunaan pemasaran online, optimalisasi UMKM di masa pandemi melalui penyesuaian kebijakan pemerintah, dan memperkuat kemitraan UMKM dengan pemangku kepentingan dan mitra lainnya. Kedua, Strategi ST (*Strength and Threats*) yaitu dengan Optimalisasi UMKM melalui adaptasi di masa pandemi, peningkatan sosialisasi dan edukasi terkait produk UMKM kepada masyarakat, dan memperkuat kemitraan dengan pemangku kepentingan, menerapkan prinsip membangun bisnis bersama, dan melakukan bazaar atau expo terbatas untuk memperkenalkan produk UMKM. Ketiga, Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*), yaitu dengan pemerintah memberikan fasilitas permodalan yang dapat membantu UMKM, meningkatkan kualitas produk UMKM agar mampu bersaing dengan produk lain, optimalisasi UMKM melalui perbaikan pengelolaan keuangan, Rekrutmen SDM UMKM secara selektif. Keempat, Strategi WT (*Weaknesses and Threats*) yaitu dengan menggali potensi modal dari investasi dari perusahaan besar atau pemerintah, meningkatkan promosi produk UMK, meningkatkan kerjasama UMKM dengan badan usaha lain, meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan sesuai dengan waktu.

Setelah mengidentifikasi apa yang ada pada UMKM di Kabupaten Banyumas, menggunakan analisis SWOT Kemudian disimpulkan bahwa UMKM di Kabupaten Banyumas memiliki posisi yang sangat strategis untuk mendukung peningkatan daya saing di tengah pandemi Covid-19, UMKM di Kabupaten Banyumas terletak pada alun-alun I, artinya pada posisi ini UMKM di Kabupaten Banyumas sangat mendukung strategi pertumbuhan agresif untuk mendapatkan perusahaan keunggulan agar dapat bersaing dengan badan usaha lainnya, salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memperkuat kemitraan dengan pemangku kepentingan dan menerapkan prinsip membangun usaha bersama. (Ikhsani et al., 2021)

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Sari Nurrohmah Yuniarta, Lilis Kurniati, Rizando Purga, Miti Yarmunida, dan Amimah Oktarina dalam jurnal yang berjudul “*UMKM Survival Strategy During the Covid-19 Pandemic (Case Study in Kota Bengkulu)*” dari hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa, selama pandemi COVID-19, usaha kecil menengah dan mikro telah menggunakan beberapa strategi untuk menjaga kelangsungan usahanya, yaitu, strategi peningkatan kualitas dan layanan, strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi. Pelaku UMKM juga harus memberikan pelayanan yang ramah konsumen dan memperhatikan kualitas produk agar konsumen dapat percaya dalam memilih produk yang berkualitas (Yuniarta et al., 2021).

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Nurshabrina, Dinda Fitri Ayu Rahmawati, dan Tukiman. melakukan penelitian dalam jurnal yang berjudul “Strategi Bertahan UMKM Paguyuban Sewelas Penjaringansari Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi bertahan yang dilakukan oleh UMKM Paguyuban Sewelas yaitu: Melakukan inovasi, memanfaatkan digital marketing maupun e-commerce seperti menggunakan google bisnis untuk pemasaran produk dan mengunggah video di laman youtube dan menjaga hubungan yang baik antara UMKM Paguyuban Sewelas dengan konsumen (Nurshabrina et al., 2021).

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Siska Yuli Anita dalam jurnal yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan

Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)”. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa UMKM keripik pisang di Sentra UMKM Jl Z.A Pagar Alam Kota Bandar Lampung memiliki potensi untuk terus berkembang, dengan menerapkan strategi agresif maka dalam hal ini strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh UMKM keripik di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan kekuatan internal yang dimiliki memanfaatkan peluang yang ada. Kekuatan yang bisa dimanfaatkan dimasa pandemi saat ini adalah produk yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM sudah terkenal di masyarakat. Selain itu para pemilik usaha UMKM keripik juga memiliki strategi yang sesuai dengan etika bisnis islam yaitu amanah, fatonah, tabligh dan shiddiq. (Anita, 2022).

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Sakum dan Junita Khoirunisa dalam jurnal yang berjudul “Strategi Manajemen Bisnis Syariah Dalam Situasi Pandemi Covid 19 Bidang *Foodpreneur* di Kabupaten Tangerang” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh pelaku bisnis usaha bidang *Foodpreneur* dalam menghadapi Pandemi Covid-19 dalam Syariah berbisnis, Strategi yang tepat akan mengantarkan pelaku usaha dalam bertahan di masa Pandemi. Sektor bisnis harus mampu beradaptasi dengan kondisi dunia saat ini, sehingga perlu adanya strategi-strategi baru dalam manajemen bisnisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi Taman Jajan terhadap pelaku bisnis bidang *Foodpreneur* di Kabupaten Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan para pelaku usaha yaitu dengan melakukan inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, membaca dan menangkap peluang digital, serta menyesuaikan materi promosi dengan selalu menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam kegiatannya. Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha mampu membuat pelaku usaha tetap bertahan dalam masa pandemi (Sakum & Khoirunisa, 2021).

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Informasi Jurnal	Hasil Pembahasan	Perbedaan
1.	Perdamaian (2020)	Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara E-Commerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami oleh pelaku bisnis dan diharapkan pelaku bisnis selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah para pelaku UMKM secara luas sedangkan subjek penelitian pada penelitian yang telah dilakukan adalah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini tidak bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dan pertumbuhan Covid-19 di Indonesia.
2.	Tampubolon (2021)	Hasil penelitian menemukan bahwa Solusi yang dilakukan waroeng JJ ketika pelanggan mengikuti anjuran untuk bekerja dari rumah” adalah bergabung dengan platform jual online, seperti: Gofood, Grabfood dan Shopeefood. Selain itu waroeng JJ juga meng-upgrade metode pembayarannya dari tunai menjadi beberapa platform e-money seperti dana, ovo dan gopay, sesuai dengan keadaan pandemi saat ini	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah UMKM Waroeng JJ Kantin Vinilon Building sedangkan subjek penelitian yang sudah dilakukan adalah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini tidak secara spesifik mengetahui strategi pemasaran.
3.	Alfiyah & Isa (2021)	Pada penelitian ini strategi-strategi yang telah di susun dan dilakukan oleh PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah sendiri yaitu berupa strategi	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada tujuan

		<p>dalam Strategi dalam manajerial adalah melakukan kerja dari rumah, rapat dan pertemuan virtual, koordinadi dengaan bidang direksi, staf dan mitra-mitra dari PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah, saling memberi motivasi atau suport, memperkaya informasi dari pemerintah Arab Saudi dan Kementrian Agama.</p>	<p>penelitian, yaitu pada penelitian ini untuk mengetahui dampak manajemen strategi terhadap keberadaan PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah, sedangkan tujuan pada penelitian yang sudah dilakukan yaitu, strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa Pandemi Covid-19 perspektif etika bisnis Islam. Perbedaan lainnya pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering Yogyakarta.</p>
4.	Hardilawati (2020)	<p>Penurunan omset penjualan pada UMKM selama masa Pandemi Covid-19 ini membuat para pelaku usah ada UMKM untuk tetap bertahan pada usahanya. Maka dari itu, para pelaku usaha ini perlu menyesuaikan diri serta mengubah stategi yang dimiliki seperti lebih memperhatikan kualitas produk dan pelayanan, melakukan inovasi, serta memanfaatkan teknologi digital.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah UMKM yang berada di Pekanbaru, sedangkan subjek pada penelitian yang sudah dilakukan adalah Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering Yogyakarta.</p>
5.	Alfrian & Pitaloka (2020).	<p>Empat strategi bertahan, yaitu: melakukan pemasaran dengan digital marketing, memperkuat SDM, melakuan inovasi kreatif dan peningkatan pelayanan kepada konsumen.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode studi literatur, sedangkan metode yang digunakan</p>

			pada penelitian yang sudah dilakukan adalah kualitatif deskriptif. Perbedaan lain pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering.
6.	Ikhsani et al., (2021)	Dari hasil analisis SWOT internal dan eksternal UMKM di Kabupaten Banyumas untuk mendapatkan strategi peningkatan daya saing UMKM, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Pengembangan UMKM melalui penggunaan pemasaran online. Optimalisasi UMKM di masa pandemi melalui penyesuaian kebijakan pemerintah. Memperkuat kemitraan UMKM dengan pemangku kepentingan dan mitra lainnya. Peningkatan sosialisasi dan edukasi terkait produk UMKM kepada masyarakat.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kabupaten Banyumas, sedangkan subjek penelitian yang sudah dilakukan yaitu, Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering. Selain itu, penelitian ini tidak menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis data.
7.	Yuniarta et al., (2021).	Hasil pembahasan menyimpulkan bahwa selama pandemi Covid-19, usaha kecil menengah dan mikro telah menggunakan beberapa strategi untuk menjaga kelangsungan usahanya, yaitu, strategi peningkatan kualitas dan layanan, strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi. Pelaku UMKM juga harus memberikan pelayanan yang ramah konsumen dan memperhatikan kualitas produk agar konsumen dapat percaya dalam memilih produk yang berkualitas	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah para pelaku UMKM dibidang kuliner di Kota Bengkulu, sedangkan subjek penelitian yang sudah dilakukan ini, yaitu Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering Yogyakarta.

8.	Nurshabrina et al., (2021).	Hasil dari penelitian ini adalah Strategi bertahan yang dilakukan oleh UMKM Paguyuban Sewelas yaitu: Melakukan inovasi, memanfaatkan digital marketing maupun e-commerce seperti menggunakan google bisnis untuk pemasaran produk dan mengunggah video di laman youtube dan menjaga hubungan yang baik antara UMKM Paguyuban Sewelas dengan konsumen.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah UMKM Paguyuban Sewelas Penjaringansari, sedangkan subjek penelitian pada penelitian yang sudah dilakukan yaitu, Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering Yogyakarta.
9.	Anita (2022).	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa UMKM keripik pisang memiliki potensi untuk terus berkembang, dengan menerapkan strategi agresif maka dalam hal ini strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh UMKM keripik di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan kekuatan internal yang dimiliki, memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu para pemilik usaha UMKM keripik juga memiliki strategi yang sesuai dengan etika bisnis islam yaitu amanah, fatonah, tabligh dan shiddiq	Perbedaan dengan penelitian ini adalah terletak pada strategi yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan strategi bersaing, sedangkan pada penelitian yang telah dilakukan, yaitu menggunakan strategi bertahan. Pada subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah UMKM Keripik Pisang di Pagar Alam sedangkan subjek pada penelitian yang sudah dilakukan adalah Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering Yogyakarta.
10.	Sakum & Khoirunisa, (2021).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan para pelaku usaha yaitu dengan melakukan inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, membaca dan menangkap peluang digital, serta menyesuaikan materi promosi dengan selalu menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islam dalam kegiatannya. Strategi yang	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada strategi yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan strategi manajemen bisnis syariah sedangkan pada penelitian yang telah dilakukan adalah strategi bertahan. Perbedaan lainnya pada



		dilakukan oleh pelaku usaha mampu membuat pelaku usaha tetap bertahan dalam masa pandemi.	subjek penelitian, yang mana subjek penelitian ini adalah Al-Kautsar Aqiqah, dan Catering Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini tidak bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan strategi bisnis secara spesifik.
--	--	---	--

## B. Landasan Teori

### 1. Strategi

#### a. Pengertian Strategi

Menurut Fred R. David (2016) strategi adalah upaya kolaboratif yang ditujukan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Ini adalah kemungkinan tindakan yang akan membutuhkan pengambilan keputusan manajemen puncak dan investasi sumber daya perusahaan yang besar memiliki dampak jangka panjang terhadap perkembangan perusahaan dan berorientasi ke masa depan.

Menurut Sofjan Assauri (2011) strategi adalah pernyataan yang mengarahkan bagaimana setiap anggota dalam suatu perusahaan dapat bekerjasama untuk mencapai maksud dan tujuan organisasi. Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa strategi adalah rencana atau program yang digunakan untuk mencapai tujuan besar atau tujuan jangka panjang.

#### b. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategis, menurut Fred R. David (2016) adalah seni dan ilmu untuk menyusun, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berkaitan dengan integrasi manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, dan teknologi informasi untuk mencapai keberhasilan organisasi. Tujuan manajemen strategis adalah untuk memanfaatkan dan menghasilkan peluang baru

dan berbeda untuk perencanaan jangka panjang sambil juga berusaha memaksimalkan tren saat ini untuk masa depan.

Manajemen strategis didefinisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang mempengaruhi kinerja jangka panjang organisasi. Manajemen strategis didefinisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang dihasilkan dari perumusan dan pelaksanaan rencana untuk mencapai tujuan perusahaan, serta proses mengevaluasi dan menerapkan tindakan tersebut untuk mencapai tujuan organisasi, yang meliputi perumusan, implementasi, dan evaluasi dari rencana strategis (Hubeis & Najib, 2008).

## 2. Strategi Bertahan (Defensive Strategies)

Menurut Fred R. David (2016) Strategi bertahan terdiri dari tiga macam yaitu penciutan, divestasi, dan likuidasi:

### a. Penciutan (*Retrenchment*)

Penciutan (*retrenchment*) atau juga bisa disebut rasionalisasi biaya terjadi manakala sebuah organisasi melakukan pengelompokan ulang melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun. Kadang kala disebut pembalikan atau strategi reorganisasional, penciutan dirancang untuk memperkuat kompetensi khusus dasar suatu organisasi.

Penciutan bisa melibatkan pejualan lahan dan bangunan untuk mendapatkan kas yang dibutuhkan, memangkas lini produk, menutup bisnis yang tidak menguntungkan, menutup pabrik yang usang, mengotomatisasi proses, mengurangi jumlah karyawan, dan membangun sistem pengendalian beban. Lima pedoman tentang kapan penciutan dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif adalah bila:

- 1) Sebuah organisasi memiliki kompetensi khusus yang jelas namun gagal untuk secara konsisten memenuhi maksud dan tujuannya dari waktu ke waktu.

- 2) Organisasi merupakan salah satu pesaing terlemah di suatu industri tertentu.
- 3) Organisasi ditandai oleh ketidakefisienan, profitabilitas yang rendah, semangat kerja karyawan yang buruk, dan tekanan dari pemegang saham untuk memperbaiki kinerja organisasi.
- 4) Organisasi gagal untuk memanfaatkan peluang eksternal, meminimalkan ancaman eksternal, mengambil keuntungan dari kekuatan internal, dan mengatasi kelemahan internal dari waktu ke waktu; itu artinya, ketika manajer strategis organisasi telah gagal menjalankan tugasnya (dan kemungkinan harus digantikan oleh individu yang lebih kompeten).
- 5) Organisasi tumbuh membesar terlampau cepat sehingga reorganisasi internal besar-besaran dibutuhkan.

b. Divestasi

Divestasi adalah proses menjual divisi atau bagian dari organisasi. Proses divestasi sering digunakan untuk mengumpulkan dana untuk akuisisi atau investasi strategis tambahan. Divestasi dapat digunakan sebagai bagian dari strategi perampingan yang lebih luas untuk membersihkan organisasi dari operasi yang tidak menguntungkan, operasi yang membutuhkan uang tunai berlebihan, atau operasi yang tidak sesuai dengan aktivitas perusahaan lainnya.

Divestasi juga telah menjadi teknik umum bagi bisnis yang ingin mempersempit fokus mereka dan menghindari diversifikasi yang berlebihan. Enam pedoman untuk menentukan kapan divestasi dapat menjadi pilihan yang sangat menguntungkan adalah sebagai berikut:

- 1) Sebuah organisasi mengikuti strategi perampingan tanpa mencapai hasil yang diinginkan. Organisasi adalah salah satu pesaing terlemah dalam industri.
- 2) Sebuah divisi membutuhkan lebih banyak sumber daya daripada yang dapat dipasok oleh bisnis untuk menjadi kompetitif.

- 3) Sebuah divisi bertanggung jawab atas kinerja organisasi yang buruk.
- 4) Sebuah divisi tidak mampu beradaptasi dengan kebutuhan bagian lain dari bisnis; ini mungkin karena pasar, konsumen, manajer, karyawan, nilai, atau kebutuhan yang sangat berbeda.
- 5) Sejumlah besar uang diperlukan dalam waktu dekat dan tidak dapat diperoleh melalui cara lain.
- 6) Upaya penegakan antitrust oleh pemerintah menimbulkan ancaman bagi organisasi.

c. Likuidasi

Likuidasi adalah proses menjual semua aset perusahaan yang dilakukan dengan cara bertahap sesuai nilai wujud aset tersebut. Likuidasi adalah tindak lanjut dari pembubaran perusahaan. Likuidasi adalah pengakuan kekalahan perusahaan. Strategi likuidasi ini secara emosional sangat sulit untuk dilakukan. Namun, lebih baik untuk menghentikan operasi daripada terus menimbulkan kerugian finansial yang besar. Tiga pedoman untuk menentukan kapan likuidasi dapat menjadi metode yang sangat efektif adalah sebagai berikut:

- 1) Sebuah organisasi telah berusaha untuk berhemat dan melepaskan diri, tetapi tidak ada strategi yang berhasil.
- 2) Satu-satunya pilihan yang tersedia bagi organisasi adalah menyatakan kebangkrutan. Likuidasi adalah metode yang paling sistematis dan terencana untuk mendapatkan jumlah uang tunai maksimum dari penjualan aset perusahaan. Sebuah bisnis dapat menyatakan kebangkrutan secara resmi dan kemudian melikuidasi divisinya untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan.
- 3) Pemegang saham perusahaan guna untuk mengurangi kerugian maka mereka dapat menjual aset-aset organisasi.

### 3. Pandemi Covid-19

Menurut WHO, pandemi adalah penyebaran penyakit yang cepat ke seluruh dunia. Namun, ini tidak ada hubungannya dengan perubahan karakteristik penyakit, seperti yang dicatat oleh The Guardian. Selain itu, pandemi memiliki derajat yang lebih tinggi daripada epidemi, yaitu suatu kondisi di mana suatu penyakit menyebar dengan cepat di antara sejumlah besar individu dalam jumlah yang lebih besar dari biasanya (Sebayang, 2020).

Corona Virus 2019 (Covid-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh Virus Corona (SARS-CoV-2). Penyakit ini awalnya ditemukan pada Desember 2019 di Wuhan, provinsi ibu kota China. Sejak itu, meluas secara global, yang berpuncak pada berlanjutnya pandemi Covid-19 yang dimulai pada 2020 (Siahaan, 2020).

**Tabel 2. 2 Jumlah Terpapar Covid-19 di Indonesia. Update 3 Juli 2022**

<b>6.092.000</b>	<b>5.918.643</b>	<b>156.745</b>
<b>KONFIRMASI</b>	<b>SEMBUH</b>	<b>MENINGGAL</b>

Sumber : (covid19.go.id, 2022)

### 4. Etika Bisnis Islam

Menurut Hartono dalam jurnal Fitri Adona, persoalan etika tidaklah mudah karena tidak ada etika yang mutlak dalam praktiknya. Ada etika universal dalam teori, tetapi karena sistemnya tidak dapat dikenali secara umum, tidak ada etika universal dalam praktiknya. Etika terkait erat dengan budaya (culture-bound), yang diwujudkan dalam bentuk filosofi atau cara hidup masyarakat (Adona, 2012).

Menurut Hadimulyo, etika bisnis Islami adalah penerapan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits dalam dunia usaha. Contoh paling jelas adalah aturan penurunan timbangan yang menunjukkan konsep kejujuran (Fauroni, 2009).

Dalam Islam, etika bisnis mengacu pada kumpulan praktik bisnis etis (Akhlaq Al-Islamiah) yang diabadikan dalam nilai-nilai syariah yang mengutamakan halal daripada haram. Dengan demikian, perilaku etis diartikan sebagai perilaku yang mematuhi petunjuk Allah dan menghindari larangan-Nya (Amalia, 2014)

Sementara itu, Djakfar mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai “standar etika yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang harus dipatuhi oleh siapa saja yang melakukan kegiatan ekonomi” (Djakfar, 2012). Etika bisnis Islam menuntut dan mengarahkan umat Islam untuk berperilaku sesuai dengan perilaku yang diperbolehkan dan dilarang Allah SWT, termasuk aktivitas ekonomi. Manusia memiliki kebebasan untuk melakukan kegiatan ekonomi guna meningkatkan taraf hidupnya. Etika komersial hadir untuk membantu pebisnis dalam menyelesaikan dilema moral yang terkait dengan tindakan bisnis mereka. Etika bisnis Islam harus dipahami secara tepat agar potensi kehancuran bisnis minimal, perusahaan tidak merasa dirugikan, dan masyarakat dapat memperoleh keuntungan yang signifikan dari operasi jual beli yang dilakukan (Hidayat & Hasib, 2015).

Etika bisnis Islam memiliki empat prinsip pokok yaitu keseimbangan (*equilibrium/adil*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebenaran atau kejujuran (*truth, goodness, honesty*) (Naqvi, 2013).

a. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk menegakkan keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari

orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam surah Al-Maidah ayat 8 Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ  
 قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ  
 بِمَا تَعْمَلُونَ

Yā ayyuhallażīna āmanū kunū qawwāmīna lillāhi syuhadā`a bil-qisṭi wa lā yajrimannakum syana`ānu qaumin 'alā allā ta'dilu, i'dilu, huwa aqrabu lit-taqwā wattaqullāh, innallāha khabīrum bimā ta'malun

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. al-Maidah [5]:8).

#### b. Kehendak Bebas (*free will*)

Dalam aspek bisnis seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam hal membuat perjanjian, Pebisnis muslim yang percaya pada kehendak Allah akan selalu selalu menepati dan memuliakan janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, stakeholder dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi

janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya (Jumardi *et.al*, 2021).

Sebagai seorang pebisnis ataupun wirausahawan sudah menjadi hal yang wajar bila memberikan sebuah perjanjian kepada konsumen. Janji adalah sebuah ikatan yang sudah di sepakati antara pihak penjual dan pembeli, sehingga sudah selaknya bagi penjual harus menepati janjinya. Seorang dalam membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya satu dengan lainnya, serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati. Wirausahawan atau pebisnis sebagai seorang produsen, atau pun distributor harus senantiasa menepati janji pengiriman, menyerahkan barang dengan kualitasnya, warna, ukuran, dan atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi layanan garansi atau sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada sesama rekan bisnis misalnya pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat dan lain sebagainya. Kebebasan dalam memilih dijelaskan dalam Surat Ali Imran ayat 152, bahwasanya manusia diperbolehkan memilih pilihan yang diinginkannya sebagai berikut:

وَلَقَدْ صَدَقَكُمُ اللَّهُ وَعْدَهُ إِذْ تَحُسُّونَهُم بِأَدْنَىٰ حَيْثُ إِذَا فَاشَلْتُمْ وَتَنَازَعْتُمْ فِي الْأَمْرِ وَعَصَيْتُمْ مِمَّنْ بَعْدَ مَا أَرَاكُمْ مَا تُحِبُّونَ ۗ مِمَّنْ لَّكُمُ الدُّنْيَا وَمِمَّنْ لَّكُمُ الْآخِرَةُ ۗ ثُمَّ صَرَفَكُمْ عَنْهُمْ لِيَبْتَلِيَكُمْ ۗ وَلَقَدْ عَفَا عَنْكُمْ وَاللَّهُ ذُو فَضْلٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ



Yā ayyuhallażīna āmanu lā takuṇu kallażīna kafaru wa qālu li'ikhwānihim izā ḍarabu fil-arḍi au kānu guzzal lau kānu 'indanā mā mātu wa mā qutilu, liyaj'alallāhu żālika ḥasratān fī qulūbihim, wallāhu yuḥyī wa yumīt, wallāhu bimā ta'maluṇa baṣīr

*“Dan sungguh, Allah telah memenuhi janji-Nya kepadamu, ketika kamu membunuh mereka dengan izin-Nya sampai pada saat kamu lemah dan berselisih dalam urusan itu dan mengabaikan perintah Rasul setelah Allah memperlihatkan kepadamu apa yang kamu sukai. Di antara kamu ada orang yang menghendaki dunia dan di antara kamu ada (pula) orang yang menghendaki akhirat. Kemudian Allah memalingkan kamu dari mereka untuk mengujimu, tetapi Dia benar-benar telah memaafkan kamu. Dan Allah mempunyai karunia (yang diberikan) kepada orang-orang mukmin.”* (Q.S. Ali Imran [3]:156).

c. Tanggung jawab (*responsibility*)

Tanggung jawab adalah perbuatan yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan kewajiban. Tanggung jawab yang diberikan oleh usaha ditunjukkan dengan menepati janji, dan memberitahu ketika terjadi perubahan. Mengirimkan produk sesuai transaksi yang dilakukan sampai ke tangan konsumen, dan sebisa mungkin menyelesaikan complain yang ada. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

Manusia bebas untuk melakukan aktivitas bisnis kecuali dengan yang dilarang dan yang dilarang oleh Islam adalah ketidakadilan dan riba.

Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan. Pertanggung jawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab yang penuh kepada Allah atas perilaku bisnisnya. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah yang diberikan oleh kita dan akan dimintai pertanggung jawaban dihadapan Allah. Tanggung jawab manusia menurut al-Qur'an, terdapat dalam QS. Al-Ahzab ayat 72:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا  
وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Innā 'araḍnal-amānata 'alas-samāwāti wal-arḍi wal-jibāli fa abaina ay yaḥmilnahā wa asyafaqna min-hā wa ḥamalahaḥal-insān, innahū kāna zalūman jahūlā

*“Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh.”. (Q.S. al-Ahzab [33]:72).*

Amanah dalam ayat di atas mencakup Tanggung Jawab dari Allah Ta'ala dan Tanggung jawab antar sesama manusia, namun Amanah terbesar adalah Tanggung jawab yang Allah pikulkan di pundak manusia, yaitu syariat Islam. Kita dituntut untuk menjalankan Tanggung jawab ini sebagai khalifah (wakil Allah) di muka bumi; menjalankan syariat Islam dalam seluruh lini kehidupan kita. Namun kenyataan yang kita saksikan banyak di antara manusia yang mengabaikan Tanggung jawab ini, berpaling darinya dan memilih agama selain Islam, atau tidak sempurna dalam menjalankannya. Terlihat dengan nyata masih banyak yang

meninggalkan kewajiban agama seperti shalat, puasa, zakat dan haji, atau masih terbuai dalam kemaksiatan seperti zina, judi, konsumsi makanan dan minuman haram, serta maksiat lainnya.

d. Kebenaran (*truth, goodness, honesty*)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Etika bisnis menuntut kepada semua pelaku bisnis untuk bertindak terbuka (*fair*), berlaku normal dan bertindak sesuai dengan aturan yang telah ada baik aturan bisnis yang sehat maupun tuntunan Al-Qur'an.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-An'am Ayat 152:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ

وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ

ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصَّكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Wa lā taqrabū mālal-yatīmi illā billatī hiya aḥsanu ḥattā yabluga asyuddah, wa auful-kaila wal-mīzāna bil-qist, lā nukallifu nafsan illā wus'ahā, wa izā qultum fa'dilū walau kāna zā qurbā, wa bi'ahdillāhi aufū, zālikum waṣṣākum bihī la'allakum tazakkarūn

*“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila*

*kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat(mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat”. (Q.S. al-An’am [6]:152).*



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Sukmadinata, 2013) penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengkarakterisasi fenomena yang ada, baik yang bersifat alami maupun rekayasa manusia, dengan menitikberatkan pada karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar aktivitas. Selain itu, penelitian deskriptif tidak merekomendasikan terapi, manipulasi, atau modifikasi variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi dalam keadaan alaminya. Satu-satunya hal yang mendapat perhatian adalah penelitian itu sendiri, yang meliputi observasi, wawancara, dan perekaman.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fakta yang ada dilapangan, dalam hal ini yaitu di Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta. Tujuan penelitian kualitatif yang dilakukan adalah untuk mendeskripsikan dengan realita yang terjadi di lapangan pada Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta terkait strategi usaha dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi Covid-19 ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam di perusahaan ini.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini adalah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM 4.5, Tawang Sari, Kocoran, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2022.

#### **C. Objek dan Subjek Penelitian**

Penelitian ini memiliki objek penelitian yaitu Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta yang merupakan penyedia jasa aqiqah siap saji dan penyedia catering.

Adapun subjek dalam penelitian ini meliputi pemilik atau owner dari Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder (Sugiyono, 2015) Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang digunakan yaitu;

1. Data Primer merupakan data yang bersumber dari pihak pelaku usaha yang memuat data utama dan didapatkan secara langsung di lapangan. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber yaitu Pemilik atau owner dari Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.
2. Data Sekunder adalah merupakan sumber data tambahan yang diambil secara tidak langsung di lapangan, melainkan data yang telah ada yang diperoleh peneliti dari literatur-literatur yaitu buku, jurnal, penelitian dan sumber-sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini yaitu strategi usaha dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi covid-19.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam melakukan penelitian karena tujuan dalam penelitian adalah mengumpulkan seluruh data. Secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi (Sugiyono, 2007). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

##### **1. Wawancara**

Wawancara dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung yaitu wawancara terstruktur yang pertanyaannya sudah dipersiapkan oleh peneliti sebelum dilakukannya wawancara. Adapun wawancara dilakukan dengan pimpinan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sebagai narasumber. Dalam melakukan kegiatan wawancara, peneliti menggunakan bantuan pedoman wawancara guna memfokuskan

pertanyaan yang akan diajukan. Peneliti juga menggunakan alat bantu rekaman untuk mempermudah dalam proses pengolahan data.

## 2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses, gejala alam dan responden (Sugiyono, 2015). Dalam kegiatan observasi, peneliti mengamati secara langsung dan mencari tahu bagaimana kondisi usaha di lapangan dan proses dari strategi yang diterapkan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan dari sebuah peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2015). Dokumentasi diperlukan untuk mempertajam analisis yang berkaitan dengan objek dalam penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan dengan cara mencatat dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini di Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.

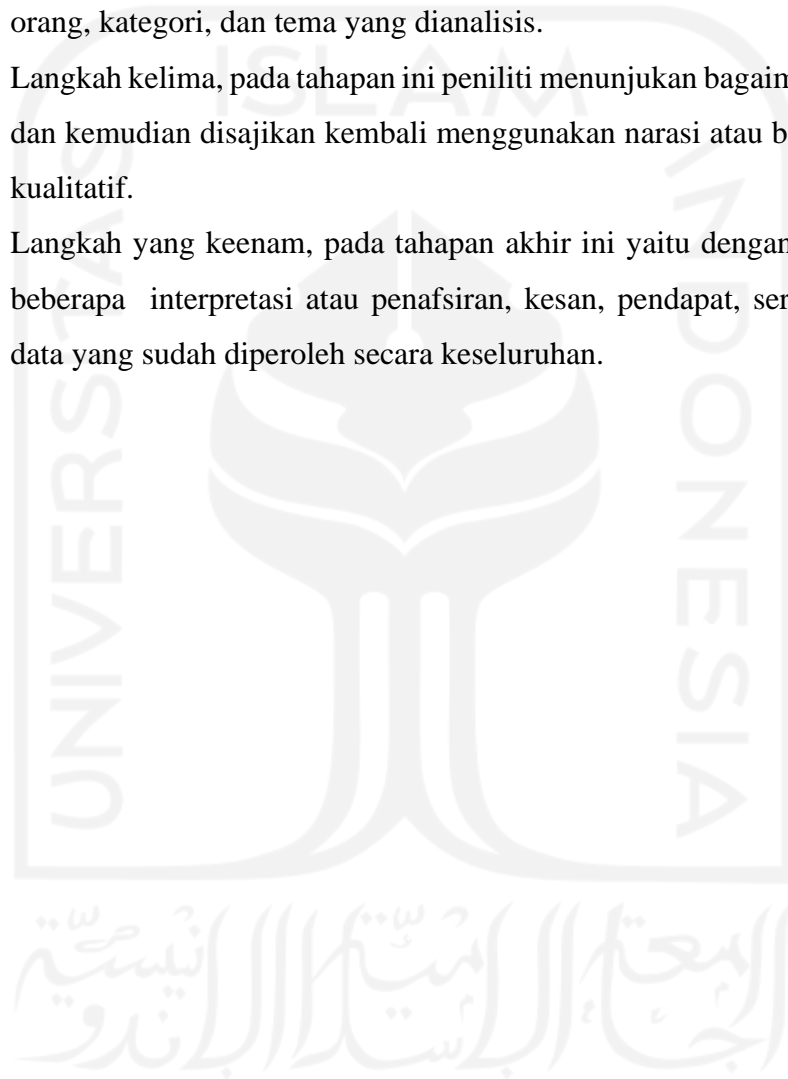
## F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data (Creswell, 2007). Berikut langkah-langkah dalam analisis data, yaitu

1. Langkah pertama, pada tahapan analisis data pada penelitian ini adalah menyusun transkrip wawancara dengan pelaku usaha yaitu Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta. Tahapan ini dilanjutkan dengan memilah data yang penting dan berhubungan dengan proses strategi bertahan di masa pandemi. Bagian selanjutnya yakni dipilih dan disusun dengan susunan yang baik agar dapat dilanjutkan pada tahapan selanjutnya.
2. Langkah kedua, yaitu dilakukan dengan membaca keseluruhan data. Pada tahapan ini peneliti membangun langkah awal yang dilakukan pada tahapan ini yaitu dengan membangun pengertian umum (*general sense*) atas informasi yang sudah diperoleh dan telah ditetapkan dari para pelaku usaha.
3. Langkah ketiga, menganalisis secara detail dengan cara *coding* data yang telah didapat dari wawancara dengan para pelaku usaha yang telah di

transkrip, Pada proses *coding* ini peneliti menggabungkan dan mengkombinasikan apa yang telah didapat dari hasil *coding* dengan kategori yang telah sudah ditentukan.

4. Langkah keempat, peneliti menerapkan proses *coding* yaitu melakukan analisis informasi dari informan untuk mendeskripsikan keterangan, orang-orang, kategori, dan tema yang dianalisis.
5. Langkah kelima, pada tahapan ini peneliti menunjukkan bagaimana deskripsi dan kemudian disajikan kembali menggunakan narasi atau berupa laporan kualitatif.
6. Langkah yang keenam, pada tahapan akhir ini yaitu dengan memberikan beberapa interpretasi atau penafsiran, kesan, pendapat, serta pandangan data yang sudah diperoleh secara keseluruhan.





## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **a. Sejarah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering**

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering berdiri pada tahun 2012 oleh Bapak Muhammad Farij sebagai pemilik atau owner Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta, sebelum itu beliau memulai usaha ini dari momentum qurban, yang pada saat itu masih menjadi mahasiswa dan mengisi waktu salah satunya dengan berjualan hewan qurban, karena penghasilan dari berjualan hewan qurban hanya di dapat dalam setahun sekali yaitu pada saat Idul Adha. Bapak Muhammad Farij mulai memikirkan untuk bisa mendapatkan penghasilan untuk setiap bulan atau bahkan setiap hari, dengan produk dan target pasar yang sama, akhirnya muncul ide di tahun 2012 dan beliau mendirikan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering, yang bertepatan pada tahun 2012 mulai akan kesadaran masyarakat dalam melaksanakan aqiqah merupakan sesuatu yang harus disegerakan dan hukumnya pun sunnah muakkadah. Beberapa konsumen adalah dari pelanggan-pelanggan di hewan qurban, karena memiliki basic yang sama antara qurban, aqiqah dan catering ini sama-sama daging kambing maka mudah untuk mengembangkan inovasi dan variasi menu catering yang ada.

Usaha ini bermula belum begitu signifikan. Dan tenaga kerjanya pun masih mengandalkan dari keluarga sendiri. Pada akhirnya Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta memulai dengan membuka lowongan tenaga kerja sembari memberikan manfaat untuk orang-orang di sekitar. Kemudian pada akhir tahun 2016 Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta memulai sistemasi perusahaan dan pada tahun 2017 Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta mulai meningkat pencapaiannya

secara signifikan. Pada akhirnya usaha ini terus berjalan, pada tahun 2018 membuka cabang di Solo. Dan sekarang Al-Kautsar Aqiqah dan Catering memiliki 13 cabang di berbagai kota di Indonesia sebagai berikut:

- 1) Cabang Yogyakarta yang beralamat di Jl. Kaliurang Km 4,5 Tawang Sari CT II D2 Daerah Istimewa Yogyakarta (081222346099).
- 2) Cabang Magelang yang beralamat di Jl. Bukit Barisan, Ngabean, Kajoran Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56163 (081222539869).
- 3) Cabang Klaten yang beralamat di Pondok Mulyo Rt 03 Rw 01 Gegengung (Depan SMK Muhammadiyah 2 Klaten) Klaten Utara, Jawa Tengah (081222346099).
- 4) Cabang Solo yang beralamat di Klodran, Colomasu Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57172 (08122944040).
- 5) Cabang Semarang yang beralamat di Kampung Symphoni Blok C-17 Kalipepe Pudukpayung, Semarang, Jawa Tengah (089603897966).
- 6) Cabang Purwokerto yang beralamat di Jl. Penatusan Gang 1 No 1A, Purwokerto Wetan (089603897966).
- 7) Cabang Surabaya yang beralamat di Jl. Jojoran Stal No. 5 Surabaya Jawa Timur (089671710365).
- 8) Cabang Sidoharjo yang beralamat di Peumahan Grand Aloha Regency Blok C4 No. 01 Rt 03 / Rw 15, Desa Wage Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo (089612636393).
- 9) Cabang Malang yang beralamat di Jl. Mertojoyo P5, merjosari kecamatan Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur 65144 (08993178100).
- 10) Cabang Bandung yang beralamat di Taman Kopi Indah 1 E 147 Kota Bandung (0895387742000).
- 11) Cabang Jakarta yang beralamat di Jl. Teratai Putih Raya No. 71 Kel. Malaka Jaya Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur 13460 (08993199666).

- 12) Cabang Bekasi yang beralamat di Jl. Garuda 4 No. 14 mangunjawa, Kecamatan tambun Selatan Kabupaten bekasi Jawa Barat (08993174100).
- 13) Cabang Tangerang yang beralamat di Jl. Salira 3 No. 21 Rt 02 / Rw 12 Perumnas 2 Karawaci Kelurahan Bencong Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang (08993176200).

Gambar 4. 1 Logo Al-Kautsar Aqiqah dan Catering



Sumber: <https://aqiqahalkautsar.com>

Gambar 4. 2 Beranda website Al-Kautsar Aqiqah dan Catering



Sumber: <https://aqiqahalkautsar.com>

b. Visi dan Misi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta

Berikut visi dan misi dalam menjalankan usaha Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta. Adapun visi dalam usaha adalah: “Al-Kautsar Aqiqah dan Catering adalah perusahaan industri Aqiqah dan Catering yang mempunyai visi jauh kedepan bahkan bukan hanya sekedar visi pencapaian dunia saja, melainkan visi akhirat, yang paling laris dan terbaik di Indonesia dalam produk dan layanan dalam menjalankan bisnisnya secara professional dengan senantiasa mengusung nilai-nilai Islam dalam menjalankan kegiatannya. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering sebagai sebuah perusahaan sepakat untuk mensejahterakan seluruh orang yang terlibat dalam perusahaan sesuai dengan kapasitas dan kebijakan perusahaan. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering bukan perusahaan kapitalis yang hanya mengumpulkan kekayaan untuk shareholder semata. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering akan menjadi saluran rezeki yang terus menerus mengalir. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering adalah perusahaan yang akan mengumpulkan pahala dan kebaikan yang akan menjadi bekal akhirat. Ini berlaku untuk semua orang yang terlibat dalam perusahaan”.

Adapun misi dalam usaha Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta adalah:

- 1) Memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami adalah Alkautsarian yang senantiasa akan memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan, pelanggan dalam (associate) dan pelanggan luar (customer). Kami lakukan ini dengan tulus dan ikhlas sebagai sebuah bentuk kesungguhan kami dalam melayani pelanggan.
- 2) Senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan tata cara pengolahan secara berkesinambungan. Kami Al-Kautsarian, akan senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas layanan, produk dan kinerja kami di semua lini terus menerus, tanpa henti, penuh semangat, dan senantiasa ikhlas, karena ini adalah jiwa kami dan karena kami ingin memberikan yang terbaik kepada setiap pelanggan kami.

- 3) Membangun dan memperkuat brand perusahaan dengan prinsip Islam dan professional. Kami Al-Kautsarian, akan menjadikan brand kami sebagai brand dunia yang melahirkan kepercayaan, reputasi, citra, dan persepsi hebat kepada semua orang dengan senantiasa menjaga sikap dan tingkahl aku kami masing-masing dimanapun kami berada, dan dengan senantiasa melakukan pekerjaan terbaik sesuai porsi kami masing-masing dimanapun kami bekerja.
- 4) Terus mengembangkan sumber daya manusia agar menjadi manusia yang bertaqwa dan berkualitas. Kami Al-Kautsarian, akan terus belajar dan meningkatkan kapasitas kami masing-masing sesuai dengan kedudukan dan pekerjaan kami dengan bersungguh-sungguh, karena kami tahu bahwahnya dengan belajar dan meningkatkan ilmu pengetahuan dan keahlian kami akan menjadi orang yang hebat. hebat dimata Allah Azzawajalla dan hebat dimata manusia.
- 5) Menjalankan fungsi sebagai Khalifah Allah dengan menyebarkan kebaikan dan kebermanfaatan di bumi Allah dengan terus menjalin silaturahmi dan menambah jejaring. Segala puji hanya untuk Allah Penguasa Alam. Kami bersyukur telah diberikan kesadaran bahwa kami adalah semata-mata diciptakan sebagai Khalifah Allah. kami diciptakan untuk menjadi Wakil-nya dibumi ini. maka, dengan kesadaran ini, kami akan dengan amanah menjaga diri kami dalam hidup dan kehidupan kami untuk senantiasa menebarkan kebaikan dan terus menambah saudara dengan terus menjalin silaturahmi (Farij, 2022).

## 2. Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19.

Menurut Fred R. David (2016) Strategi bertahan terdiri dari tiga macam yaitu pengurangan, divestasi, dan likuidasi. Berikut strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering :

### a) Strategi Pengurangan (Retrenchment)

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta menerapkan strategi pengurangan untuk bertahan di masa pandemi adalah dengan menekan biaya operasional. Muhammad Farij yang merupakan pemilik bisnis aqiqah dan catering tersebut berpendapat bahwa biaya operasional yang diprediksi memiliki potensi pemborosan akan sangat hati-hati dan dikelola dengan baik. Hal tersebut dilakukan dengan alasan karena menurunnya penjualan sehingga pengelolaan biaya operasional lebih diperhatikan seperti ketersediaan bahan baku yang sebelum pandemi memiliki stok yang banyak (karena dalam pembelian bahan baku dengan jumlah yang banyak mendapatkan harga yang lebih murah) dikurangi menjadi secukupnya saja.

Dalam hal mengurangi biaya operasional, yang diterapkan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering adalah mengatur dalam memberikan varian menu, kemudian memilih menu-menu yang secara biaya atau *cost* itu tidak tinggi, dan pengerjaannya pun relatif lebih mudah, dan untuk sementara tidak menyediakan menu misalnya sate, karena sate secara biaya untuk produksinya relatif tinggi, selain itu dari persiapan, bahan, sampai nanti proses pengerjaan yang tidak mudah dibanding menu yang lain. Kemudian disampaikan kepada pelanggan dan konsumen untuk sementara tidak menyediakan menu tersebut, dan konsumen bersedia. Jadi secara operasional bisa melakukan *reengineering product*. Hal tersebut hanya bersifat sementara sampai jumlah pemesanan kembali stabil. (Wawancara kepada Muhammad Farij, Pemilik Al-Kautsar Aqiqah dan Catering).

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan pengelolaan karyawan dengan cara merampingkan sistem kerja karyawan. Sebelum masa pandemi, karyawan di Al-Kautsar Aqiqah dan Catering merupakan karyawan tetap dan diberikan upah dan gaji perbulan sesuai dengan persetujuan di awal kerja. Di masa pandemi, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering melakukan perampingan karyawan dengan cara mengganti sistem kerja yang tadinya karyawan tetap menjadi karyawan panggilan yang hanya bekerja ketika ada pemesanan saja. Hal tersebut merupakan strategi yang dilakukan oleh pihak Al-Kautsar Aqiqah dan Catering agar bisa bertahan di masa pandemi. Apabila sistem kerja karyawan masih menggunakan cara pada saat sebelum pandemi, maka pihak Al-Kautsar Aqiqah dan Catering memiliki beban tambahan sedangkan pemasukan masih minim. Akan tetapi, strategi tersebut bukanlah yang diinginkan oleh pihak Al-Kautsar Aqiqah dan Catering, melainkan hanya bersifat sementara sampai keadaan pandemi berakhir dan pesanan kembali stabil, dan kondisi sistem kerja karyawan tersebut hanya berjalan 5 bulan pertama saat masa pandemi, yaitu dibulan April, Mei, Juni, Juli, dan Agustus di tahun 2020, kemudian di putuskan dalam bulan September 2020, semua karyawan sudah bisa bekerja dengan sistem yang tetap lagi (Wawancara kepada Muhammad Farij, Pemilik Al-Kautsar Aqiqah dan Catering).

b. Strategi Divestasi

Al-Kautsar sebagai usaha yang melayani pengadaan aqiqah dan catering tidak sampai melakukan divestasi dalam usahanya, Al-Kautsar tidak sampai pada tahap menjual aset baik dalam bentuk finansial atau barang. Al-Kautsar hanya melakukan pengurangan biaya operasional saja dan mengaturnya sebaik mungkin agar bisa bertahan di masa pandemi dan juga Al-Kautsar Aqiqah dan Catering sudah melakukan *saving* atau penyimpanan dana yang didapatkan dari keuntungan dan pendapatan pada saat sebelum pandemi berlangsung sehingga ketika adanya pandemi dengan *saving* dana tersebut digunakan untuk

menanggulangi penurunan pendapatan dan juga pengeluaran yang dibutuhkan dalam proses produksi dan operasional.

c. Strategi Likuidasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada usaha Al-Kautsar Aqiqah dan Catering tidak sampai melakukan pada tahap likuidasi, tetapi menggunakan strategi penciutan dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi yang melanda seluruh dunia khususnya di Indonesia yang mengakibatkan lumpuhnya perekonomian masyarakat. Dengan melakukan beberapa strategi diatas Al-Kautsar Aqiqah dan Catering berupaya semaksimal mungkin agar tidak melakukan likuidasi, bahkan dalam penjualan aset pun tidak dilakukan oleh Al-Kautsar karena usaha ini tetap harus bertahan walaupun adanya pandemi dengan tetap bertahan dan terus beradaptasi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering yakin dapat melewati masa pandemi ini dan selalu mempertahankan eksistensinya.

d. Strategi lainnya

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam penelitian ini, ditemukan bahwasannya terdapat strategi lain yang diterapkan dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi. Berikut ini penjelasannya:

1) *Digital Marketing*

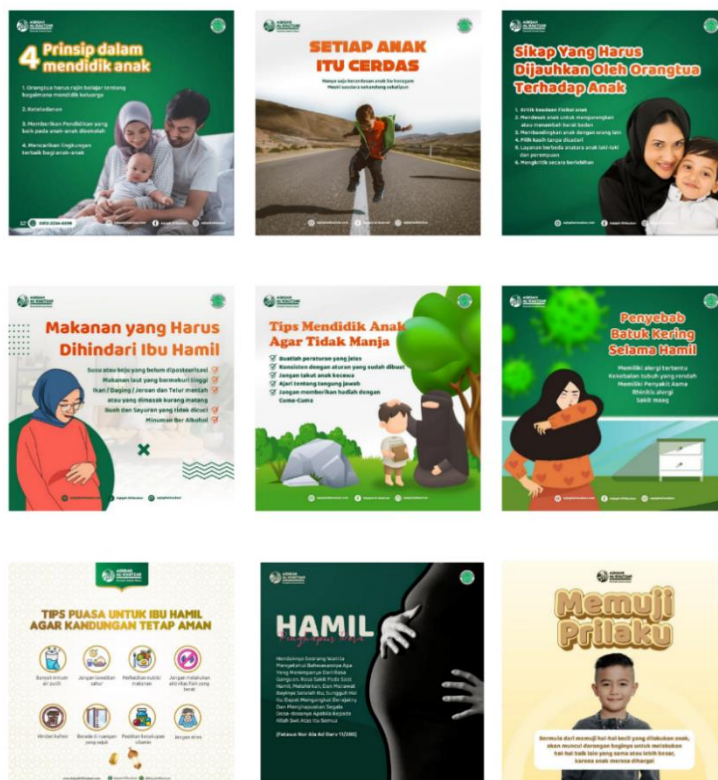
Dalam mempertahankan bisnis selama pandemi covid-19 Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan strategi *Digital Marketing*. Dengan mengoptimalkan pemanfaatan *digital marketing* atau pemasaran secara online agar mudah diakses untuk menjaga eksistensi Al-Kautsar selama pandemi Covid-19. Al-Kautsar juga melakukan *brand activity* sebagai langkah untuk menguatkan usahanya dengan menggiatkan promosi brand di media sosial dan melakukan *campaign* dengan memberikan konten publikasi yang bersifat motivasi bagi masyarakat agar tetap bersabar dan bersyukur



di masa pandemi (wawancara dengan Muhammad Farij, Pemilik Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta, 2022)

Selain itu pemanfaatan digital marketing berpengaruh pada peningkatan penjualan dan pemesanan. Al-Kautsar sangat menggiatkan strategi digital marketing dengan membuat konten setiap hari. Kegiatan yang dilakukan oleh Al-Kautsar selalu dibagikan melalui fitur *story Instagram* seperti testimoni para konsumen, juga rutin melaksanakan kajian yang dibagikan dengan siaran langsung *Instagram*. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta juga memiliki website yang dikelola dengan sangat baik, sehingga konsumen mudah dalam mengakses informasi terkait produk, dan lokasi.

**Gambar 4. 3 Postingan Konten Edukasi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta**



**Gambar 4. 4** Postingan Konten promosi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta



## 2) Customer Relationship Marketing

Customer relationship marketing adalah sebuah konsep strategi pemasaran yang berupaya menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun transaksi ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Dalam mempertahankan konsumen di masa pandemi, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan *customer*

*relationship marketing* dalam mempertahankan konsumen agar pelanggan dapat merekomendasikan kepada konsumen yang lain.

### 3) Perbaikan Kualitas Pelayanan dan Produk

Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan dari suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, P & Amstrong, 2016). Untuk itu penting untuk Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan perbaikan kualitas produk secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sudah memiliki standar kualitas produk dan pelayanan yang baik sebelum pandemi yaitu :

- a) Memiliki peternakan sendiri lengkap dengan sertifikat halal dari MUI
- b) Dapur berstandar sanitasi hygiene dari departemen kesehatan
- c) Proses masak yang amanah, tidak dicampur dengan sohibul lain
- d) Kantor yang nyaman, strategis serta dilayani oleh tim yang ramah
- e) Transaksi mudah dengan pelayanan tim yang profesional
- f) Promo melimpah serta banyak fasilitas gratisnya

**Gambar 4. 5 Standar Kualitas Pelayanan sebelum Pandemi**



Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta meskipun di masa pandemi tetap melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan produk. Perbaikan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Al-Kautsar antara lain :

- a) Gratis biaya pengantaran
- b) Gratis E-book Parenting
- c) Gratis sertifikat bingkai nama bayi
- d) Gratis cukur gundul
- e) Gratis penceramah
- f) Gratis boneka domba Alka
- g) Ekstra 10 box untuk disedekahkan
- h) Gratis Produk Al-Kautsar
- i) Aqiqah otomatis sedekah

**Gambar 4. 6 Perbaikan Kualitas Pelayanan setelah Pandemi**



Selain itu Al-Kautsar adalah dengan membuat beberapa paket pilihan yang dapat disesuaikan oleh konsumen, paket yang disediakan antara lain Paket Hemat Pribadi, Paket Pribadi Super, Paket Pribadi Spesial, Paket Keluarga Super, Paket Keluarga Spesial, Paket Premium Middle East, Paket Besek, dan Paket Bento.

## B. Pembahasan

Pandemi covid-19 berdampak beragam terhadap usaha sektor jasa dalam negeri. Berbagai strategi dilakukan, mulai dari penciutan, divestasi dan likuidasi. Strategi merupakan perencanaan yang sangat penting bagi perusahaan karena bermanfaat untuk mengantisipasi masalah dan kesempatan pada kesempatan mendatang dan dapat memberikan arah dan tujuan perusahaan dimasa depan yang jelas pada semua karyawan, membuat tugas eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang beresiko, dapat memonitor kejadian yang ada pada perusahaan, memberikan informasi pada manajer, merumuskan tujuan akhir, membantu para manajer dalam mengarahkan pada efektifitas perusahaan agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Menurut Fred R. David (2016) Strategi bertahan terdiri dari tiga macam yaitu penciutan, divestasi, dan likuidasi. Berikut strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering :

### a. Strategi Penciutan (Retrenchment)

Strategi penciutan adalah strategi yang dilakukan perusahaan, bila:

- 1) Perusahaan atau industri merasa perlunya untuk mengurangi lini produk atau jasa, pasar dan fungsinya.
- 2) Perusahaan atau industri memusatkan keputusannya pada peningkatan fungsional melalui pengurangan kegiatan dalam unit – unit yang mempunyai arus kas yang negatif.

Alasan perusahaan melakukan strategi penciutan adalah:

- 1) Perusahaan tidak berjalan dengan baik atau menganggap dirinya berjalan dengan buruk
- 2) Perusahaan tidak dapat mencapai tujuannya dengan mengikuti salah satu dari strategi besar mereka dan ada tekanan dari pemegang saham, pelanggan atau pihak lainnya untuk meningkatkan prestasi usaha.
- 3) Lingkungan dipandang sedemikian menghambat sehingga kekuatan internal tidak mampu menghadapinya
- 4) Peluang yang lebih baik dalam lingkungan dianggap terdapat ditempat lain, dimana kekuatan perusahaan dapat digunakan. Strategi penciutan

merupakan strategi yang paling berat bagi eksekutif perusahaan untuk dilaksanakan. Hal ini menyatakan bahwa seseorang atau sesuatu telah gagal dan tak seorangpun ingin disebut orang yang gagal. Akan tetapi, penciutan dapat digunakan untuk membalikkan kecenderungan yang negatif dan mengatur pentas untuk alternatif strategi yang lebih positif.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta menerapkan strategi penciutan untuk bertahan di masa pandemi adalah dengan menekan biaya operasional. Muhammad Farij yang merupakan pemilik bisnis aqiqah dan catering tersebut berpendapat bahwa biaya operasional yang diprediksi memiliki potensi pemborosan akan sangat hati-hati dan dikelola dengan baik. Hal tersebut dilakukan dengan alasan karena menurunnya penjualan sehingga pengelolaan biaya operasional lebih diperhatikan seperti ketersediaan bahan baku yang sebelum pandemi memiliki stok yang banyak (karena dalam pembelian bahan baku dengan jumlah yang banyak mendapatkan harga yang lebih murah) dikurangi menjadi secukupnya saja.

Dalam hal mengurangi biaya operasional, yang di terapkan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering adalah mengatur dalam memberikan varian menu, kemudian memilih menu-menu yang secara biaya atau *cost* itu tidak tinggi, dan pengerjaannya pun relatif lebih mudah, dan untuk sementara tidak menyediakan menu misalnya sate, karena sate secara biaya untuk produksinya relatif tinggi, selain itu dari persiapan, bahan, sampai nanti proses pengerjaan yang tidak mudah dibanding menu yang lain. Kemudian disampaikan kepada pelanggan dan kosumen untuk sementara tidak menyediakan menu tersebut, dan kosumen bersedia. Jadi secara operasional bisa melakukan *reengineering product*. Hal tersebut hanya bersifat sementara sampai jumlah pemesanan kembali stabil. (Wawancara kepada Muhammad Farij, Pemilik Al-Kautsar Aqiqah dan Catering).

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan pengelolaan karyawan dengan cara merampingkan sistem kerja karyawan. Sebelum masa pandemi, karyawan di Al-Kautsar Aqiqah dan Catering

merupakan karyawan tetap dan diberikan upah dan gaji perbulan sesuai dengan persetujuan di awal kerja. Di masa pandemi, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering melakukan perampingan karyawan dengan cara mengganti sistem kerja yang tadinya karyawan tetap menjadi karyawan panggilan yang hanya bekerja ketika ada pemesanan saja. Hal tersebut merupakan strategi yang dilakukan oleh pihak Al-Kautsar Aqiqah dan Catering agar bisa bertahan di masa pandemi. Apabila sistem kerja karyawan masih menggunakan cara pada saat sebelum pandemi, maka pihak Al-Kautsar Aqiqah dan Catering memiliki beban tambahan sedangkan pemasukan masih minim. Akan tetapi, strategi tersebut bukanlah yang diinginkan oleh pihak Al-Kautsar Aqiqah dan Catering, melainkan hanya bersifat sementara sampai keadaan pandemi berakhir dan pesanan kembali stabil, dan kondisi sistem kerja karyawan tersebut hanya berjalan 5 bulan pertama saat masa pandemi, yaitu dibulan April, Mei, Juni, Juli, dan Agustus di tahun 2020, kemudian di putuskan dalam bulan September 2020, semua karyawan sudah bisa bekerja dengan sistem yang tetap lagi (Wawancara kepada Muhammad Farij, Pemilik Al-Kautsar Aqiqah dan Catering).

Berdasarkan strategi penciutan yang dilakukan pihak Al-Kautsar sebagai usaha jasa yang melayani jasa aqiqah dan catering dengan mengelola dengan baik segala biaya operasionalnya, baik untuk ketersediaan bahan, sistem pengelolaan karyawan dan lain sebagainya. Semua itu dilakukan untuk mempertahankan usaha yang sudah mereka bangun semenjak tahun 2012 lalu.

#### b. Strategi Divestasi

Proses divestasi sering digunakan untuk mengumpulkan dana untuk akuisisi atau investasi strategis tambahan. Divestasi dapat digunakan sebagai bagian dari strategi perampingan yang lebih luas untuk membersihkan organisasi dari operasi yang tidak menguntungkan, operasi yang membutuhkan uang tunai berlebihan, atau operasi yang tidak sesuai dengan aktivitas perusahaan lainnya. Divestasi juga telah menjadi teknik

umum bagi bisnis yang ingin mempersempit fokus mereka dan menghindari diversifikasi yang berlebihan. Enam pedoman untuk menentukan kapan divestasi dapat menjadi pilihan yang sangat menguntungkan adalah sebagai berikut:

- 1) Sebuah organisasi mengikuti strategi perampingan tanpa mencapai hasil yang diinginkan. Organisasi adalah salah satu pesaing terlemah dalam industri.
- 2) Sebuah divisi membutuhkan lebih banyak sumber daya daripada yang dapat dipasok oleh bisnis untuk menjadi kompetitif.
- 3) Sebuah divisi bertanggung jawab atas kinerja organisasi yang buruk.
- 4) Sebuah divisi tidak mampu beradaptasi dengan kebutuhan bagian lain dari bisnis; ini mungkin karena pasar, konsumen, manajer, karyawan, nilai, atau kebutuhan yang sangat berbeda.
- 5) Sejumlah besar uang diperlukan dalam waktu dekat dan tidak dapat diperoleh melalui cara lain.
- 6) Upaya penegakan antitrust oleh pemerintah menimbulkan ancaman bagi organisasi.

Al-Kautsar sebagai usaha yang melayani pengadaan aqiqah dan catering tidak sampai melakukan divestasi dalam usahanya, Al-Kautsar tidak sampai pada tahap menjual aset baik dalam bentuk finansial atau barang. Al-Kautsar hanya melakukan pengurangan biaya operasional saja dan mengaturnya sebaik mungkin agar bisa bertahan di masa pandemi dan juga Al-Kautsar Aqiqah dan Catering sudah melakukan *saving* atau penyimpanan dana yang didapatkan dari keuntungan dan pendapatan pada saat sebelum pandemi berlangsung sehingga ketika adanya pandemi dengan *saving* dana tersebut digunakan untuk menanggulangi penurunan pendapatan dan juga pengeluaran yang dibutuhkan dalam proses produksi dan operasional.



### c. Strategi Likuidasi

Likuidasi adalah proses menjual semua aset perusahaan yang dilakukan dengan cara bertahap sesuai nilai wujud aset tersebut. Likuidasi adalah tindak lanjut dari pembubaran perusahaan. Likuidasi adalah pengakuan kekalahan perusahaan. Strategi likuidasi ini secara emosional sangat sulit untuk dilakukan. Namun, lebih baik untuk menghentikan operasi daripada terus menimbulkan kerugian finansial yang besar. Tiga pedoman untuk menentukan kapan likuidasi dapat menjadi metode yang sangat efektif adalah sebagai berikut:

- 1) Sebuah organisasi telah berusaha untuk berhemat dan melepaskan diri, tetapi tidak ada strategi yang berhasil.
- 2) Satu-satunya pilihan yang tersedia bagi organisasi adalah menyatakan kebangkrutan. Likuidasi adalah metode yang paling sistematis dan terencana untuk mendapatkan jumlah uang tunai maksimum dari penjualan aset perusahaan. Sebuah bisnis dapat menyatakan kebangkrutan secara resmi dan kemudian melikuidasi divisinya untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan.
- 3) Pemegang saham perusahaan guna untuk mengurangi kerugian maka mereka dapat menjual aset-aset organisasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada usaha Al-Kautsar Aqiqah dan Catering tidak sampai melakukan pada tahap likuidasi, tetapi menggunakan strategi pengurangan dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi yang melanda seluruh dunia khususnya di Indonesia yang mengakibatkan lumpuhnya perekonomian masyarakat. Dengan melakukan beberapa strategi diatas Al-Kautsar Aqiqah dan Catering berupaya semaksimal mungkin agar tidak melakukan likuidasi, bahkan dalam penjualan aset pun tidak dilakukan oleh Al-Kautsar karena usaha ini tetap harus bertahan walaupun adanya pandemi dengan tetap bertahan dan terus beradaptasi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering yakin dapat melewati masa pandemi ini dan selalu mempertahankan eksistensinya.

d. Strategi Lainnya

Berdasarkan observasi dan wawancara terhadap Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam penelitian ini, ditemukan bahwasannya terdapat strategi lain yang diterapkan dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi. Berikut ini penjelasannya:

1) *Digital Marketing*

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Purwana et al., 2017).

Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak diminati oleh masyarakat dalam mendukung banyak kegiatan (Pradiana, 2017). Sasaran yang lebih luas dapat dijangkau oleh pemasaran digital hingga merambah ke dunia internasional. Dimanapun berada kini pemasaran dapat dilakukan karena hampir disemua tempat terdapat jaringan internet dan setiap orang memiliki alat, yaitu smartphone.

Cara pemasaran secara digital yang sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha adalah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui instagram, facebook, twitter dan masih banyak lagi. Selain itu pemasaran digital juga bisa dilakukan pada e-commerce dan banyak media lainnya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga menjadikan digital marketing harus dapat dipahami dan dipelajari oleh pelaku usaha.

Dalam mempertahankan bisnis selama pandemi covid-19 Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan strategi *Digital Marketing*. Dengan mengoptimalkan pemanfaatan *digital marketing* atau pemasaran secara online agar mudah diakses untuk menjaga eksistensi Al-Kautsar selama pandemi Covid-19. Al-Kautsar juga melakukan *brand activity* sebagai langkah untuk menguatkan usahanya dengan menggiatkan promosi brand di media sosial dan melakukan *campaign* dengan memberikan konten publikasi yang bersifat motivasi bagi

masyarakat agar tetap bersabar dan bersyukur di masa pandemi (wawancara dengan Muhammad Farij, Pemilik Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta, 2022).

Selain itu pemanfaatan digital marketing berpengaruh pada peningkatan penjualan dan pemesanan. Al-Kautsar sangat menggiatkan strategi digital marketing dengan membuat konten setiap hari. Kegiatan yang dilakukan oleh Al-Kautsar selalu dibagikan melalui fitur *story Instagram* seperti testimoni para konsumen, juga rutin melaksanakan kajian yang dibagikan dengan siaran langsung *Instagram*. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta juga memiliki website yang dikelola dengan sangat baik, sehingga konsumen mudah dalam mengakses informasi terkait produk, dan lokasi.

Strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwana et al (2017) yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus menumbuhkan keberanian dalam mencoba hal baru seperti digital pemasaran untuk dapat terus mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM juga dapat memulai dengan membuat sosial media dan secara rutin melakukan promosi sehingga akan semakin percaya diri dan mengasah kreatifitas dalam pemasaran.

Dan juga sejalan dengan Penelitian Hendrawan et al., (2019) yang menyatakan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan dalam peningkatan kinerja penjualan UMKM. 70% Pengusaha kreatif mengatakan digital marketing akan menjadi platform komunikasi utama dalam pemasaran, dan offline store akan menjadi pelengkap, dikarenakan kemudahan dan kemampuan digital marketing dalam menjangkau lebih banyak konsumen.

## 2) *Customer Relationship Marketing*

Customer relationship marketing adalah sebuah konsep strategi pemasaran yang berupaya menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling

menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun transaksi ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Dalam mempertahankan konsumen di masa pandemi, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan *customer relationship marketing* dalam mempertahankan konsumen agar pelanggan dapat merekomendasikan kepada konsumen yang lain.

Strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering ini yaitu dalam melakukan strategi *Customer Relationship Marketing* sejalan dengan penelitian Farida et al. (2017) *customer relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan didalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM melalui peningkatan kualitas hubungan dan orientasi kewirausahaan. Semakin baik kualitas hubungan pelaku UMKM dengan konsumen, pemasok dan yang lainnya, semakin baik kemampuan peningkatan kinerja pemasarannya. Selain itu pelaku usaha yang berani mengambil resiko, sudah memiliki pengalaman dalam bisnis dan fleksibel terhadap bisnis, dapat meningkatkan jejaring dan menumbuhkan kepercayaan dari konsumen, sehingga konsumen akan bertahan.

### 3) Perbaikan Kualitas Pelayanan dan Produk

Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan dari suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, P & Armstrong, 2016). Untuk itu penting untuk Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan perbaikan kualitas produk secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.

Perbaikan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Al-Kautsar antara lain : a) Gratis biaya pengantaran, b) gratis sertifikat bingkai nama bayi, c) gratis cukur gundul, d) gratis penceramah e) gratis boneka domba Alka.

Perbaikan kualitas produk yang dilakukan oleh Al-Kautsar adalah dengan membuat beberapa paket pilihan yang dapat disesuaikan oleh konsumen, paket yang disediakan antara lain Paket Hemat Pribadi, Paket Pribadi Super, Paket Pribadi Spesial, Paket Keluarga Super, Paket Keluarga Spesial, Paket Premium Middle East, Paket Besek, dan Paket Bento.

Strategi yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering ini yaitu dalam melakukan strategi Perbaikan Kualitas Pelayanan dan Produk sejalan dengan penelitian Tripayana & Pramono (2020) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen bagi pelaku UMKM. Untuk itu pelaku usaha dalam masa pandemi Covid-19 ini perlu untuk memperhatikan dimensi kualitas produk dan memperbaiki produk mereka untuk dapat semakin menambah kepercayaan konsumen.

Etika bisnis Islam memiliki empat prinsip pokok yaitu keseimbangan (*equilibrium/adil*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebenaran atau kejujuran (*truth, goodness, honesty*) (Naqvi, 2013). Dalam menerapkan strategi bertahan di masa pandemi, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sebaiknya tetap memegang teguh prinsip etika bisnis Islam tersebut.

a. Keseimbangan (Equilibrium/Adil)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk menegakkan keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. dan

mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering telah berlaku adil terhadap pelanggan maupun pembeli di mana pun dan walaupun itu terdesak karena sesungguhnya Allah Maha mengetahui. Konsep keadilan bagi pebisnis dengan membedakan antara pelanggan dan pembeli biasa harusnya dihindari, karena dengan sikap tersebut bisa menimbulkan sebuah keirian. Adil dihadapan dan memperlakukan semua konsumen dengan sama. Dengan sikap adil, pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semuanya harus merasakan keadilan. Adapun tantangan yang sering yang dihadapi oleh pelaku usaha jasa ialah melakukan keseimbangan di mana keinginan untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak, sehingga menjual produk yang didesain semenarik mungkin dan terlihat lebih bagus meski tidak sesuai dengan kualitas produk yang sebenarnya. Sehingga konsumen tidak memperoleh manfaat dari produk sesuai dengan harga yang telah di bayarkan.

Apabila terjadi hal demikian berdasarkan penelitian Muthiah (2018), maka pelaku usaha bisa melakukan dengan cara *khiyar aibi*, di mana ketentuannya konsumen boleh mengembalikan barang yang dibelinya jika merasa tidak sesuai dengan pesanan. Atau solusi lainnya mengurangi kualitas barang atau harganya. Namun jika konsumen sudah mengetahui kekurangan produk tersebut dan ia ridha, maka hal tersebut diperbolehkan.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta menerapkan strategi yang sesuai dengan prinsip keadilan kepada para konsumennya yaitu pada awal ditetapkannya pandemi Covid-19 oleh pemerintah banyak konsumen yang telah memesan catering di Al-Kautsar tetapi seiring ditetapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang melarang masyarakat melakukan aktivitas di luar dan membuat acara, terpaksa acara yang telah dibuat oleh konsumen dibatalkan dan otomatis juga membatalkan pesanan yang telah di pesan dari catering Al-Kautsar. Ada dari konsumen yang

melakukan refund atau pengembalian dana dari pembatalan pesanan, dan ada yang tidak meminta pengembalian dana tetapi ditunda pemesanannya hingga kondisi mulai normal kembali.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta memiliki komitmen untuk memberikan hak keputusan konsumen yang ingin melakukan pembatalan pesanan, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta menerima keputusan tersebut dengan mengembalikan dana 100%. Dan bagi konsumen yang ingin menunda pemesanannya tanpa meminta pengembalian dana, Al-Kautsar memberikan hak kepada konsumen bahwa Al-Kautsar bersedia kapanpun konsumen minta.

Selain berlaku adil kepada konsumen Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta juga menerapkan prinsip keadilan kepada karyawannya dengan tidak melakukan Putus Hubungan Kerja (PHK) yang mengakibatkan hilangnya pekerjaan dan mata pencaharian bagi karyawannya, namun memilih melakukan strategi mengubah sistem kerja karyawan yang sebelumnya bekerja sesuai jadwal kerja kantor dikarenakan ada pesanan setiap hari, namun selama pandemi yang mengakibatkan pesanan menurun, tidak ada pesanan setiap hari dan karyawan dipanggil bekerja pada saat ada pesanan saja.

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta telah menerapkan prinsip keadilan baik yang diberikan kepada konsumen maupun kepada karyawannya, prinsip dan strategi yang telah dilakukan Al-Kautsar diatas sudah sesuai dengan etika bisnis Islam pada prinsip keadilan sebagaimana di jelaskan oleh (Naqvi, 2013) bahwa Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim.

b. Kehendak Bebas (free will)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang

mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah (Badroen, 2006).

Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan strategi pengurangan dengan cara mengelola biaya operasional dengan sebaik mungkin sehingga salah satu kebijakan yang dilakukan oleh Al-Kautsar adalah menyajikan menu dengan biaya produksinya relatif tidak tinggi, seperti memangkas beberapamenu seperti sate, hal ini sah saja dilakukan oleh sebuah usaha, terlebih ini hanya bersifat sementara sampai kondisi menjadi normal kembali, dan disampaikan kepada konsumen bahwa sementara tidak membuka menu tersebut, dan bagi konsumen yang sudah melakukan pesanan, maka Al-Kautsar berkomitmen untuk memproduksi pesanan yang sudah disepakati di awal.

Dalam kehendak bebas tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya (Badroen, 2012). Dalam proses pemasaran atau promosi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan banyak inovasi program kegiatan seperti melakukan kajian rutin dan di siarkan langsung di *Instagram* membuat desain postingan yang menarik berisi info, pengetahuan, dan sering juga membagikan program kuis hadiah agar konsumen dan followers selalu tertarik dan antusias dalam promosi yang dilakukan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.

c. Tanggung jawab (responsibility)

Tanggung jawab adalah perbuatan yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan kewajiban. Tanggung jawab yang diberikan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta ditunjukkan dengan menepati janji, dan memberitahu ketika terjadi perubahan. Mengirimkan produk sesuai transaksi yang dilakukan sampai ke tangan



konsumen, dan sebisa mungkin menyelesaikan komplain yang ada. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilita untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakanya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

Manusia bebas untuk melakukan aktivitas bisnis kecuali dengan yang dilarang dan yang dilarang oleh Islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan. Pertanggung jawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab yang penuh kepada Allah atas perilaku bisnisnya. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah yang diberikan oleh kita dan akan dimintai pertanggung jawaban dihadapan Allah.

Dalam melaksanakan prinsip tanggung jawab, Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik, yaitu dalam mempertahankan karyawannya untuk tidak melakukan Putus Hubungan Kerja (PHK) namun memilih melakukan strategi mengubah sistem kerja karyawan yang sebelumnya bekerja sesuai jadwal kerja kantor dikarenakan ada pesanan setiap hari, namun selama pandemi yang mengakibatkan pesanan menurun, tidak ada pesanan setiap hari dan karyawan dipanggil bekerja pada saat ada pesanan saja. Hal ini juga termasuk bentuk tanggung jawab Al-Kautsar terhadap para karyawannya selama pandemi Covid-19 berlangsung. Dalam hal promosi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta menerapkan prinsip tanggung jawab agar promosi yang dilakukan agar tidak bertentangan dari etika bisnis Islam dan tidak menimbulkan kegaduhan yang dapat menimbulkan kontroversial ditengah kalangan masyarakat.

d. Kebenaran (*truth, goodness, honesty*)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis (Darmawati, 2013). Etika bisnis menuntut kepada semua pelaku bisnis untuk bertindak terbuka (*fair*), berlaku normal dan bertindak sesuai dengan aturan yang telah ada baik aturan bisnis yang sehat maupun tuntunan Al-Qur'an (Raihanah, 2018).

Dalam pemasaran yang juga merupakan strategi bertahan Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis agar selalu eksis di masa pandemi juga sangat mempertimbangkan aspek kebenaran atau kejujuran dalam hal promosi, Al-Kautsar sangat menghindari strategi pemasaran yang tidak sesuai antara promosi dan produk yang sebenarnya. Dalam strategi pemasaran Al-Kautsar menjelaskan kepada konsumen dalam promosinya mengenai detail produk tersebut mengenai bahan atau jenis produk melalui sosial media seperti *Instagram* dan *Facebook*. Promosi Al-Kautsar ini tentunya sangat memperhatikan etika bisnis Islam dalam prinsip kejujuran.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi covid-19 telah sesuai dengan prinsip pokok etika bisnis Islam yaitu keseimbangan (*equilibrium/adil*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*) dan kebenaran atau kejujuran (*truth, goodness, honesty*).

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan, maka penulis mendapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan strategi pengurangan atau rasionalisasi biaya dengan mengelola sebaik mungkin biaya operasional, mengubah sistem kerja karyawan dengan metode beroperasi dan melakukan produksi pada saat ada pesanan saja, menanggulangi biaya pengeluaran tambahan dari penyimpanan dana yang disiapkan sebelum pandemi sehingga tidak sampai melakukan penjualan aset. Melakukan strategi *Digital Marketing* sebagai media promosi dengan cara membuat postingan dan konten setiap hari agar tetap mempertahankan eksistensi selama pandemi covid-19. Menjaga loyalitas pelanggan dengan menerapkan Strategi *Customer Relationship Marketing (CRM)* atau pemasaran yang memanfaatkan hubungan baik kepada pelanggan agar pelanggan merekomendasikan kepada konsumen lain. Al-Kautsar juga melakukan perbaikan kualitas pelayanan. Dengan beberapa strategi tersebut Aqiqah Al-Kautsar dan Catering Yogyakarta dapat mempertahankan aset, karyawan, menjaga eksistensi, dan meningkatkan penjualan, sehingga usaha dapat bertahan selama Pandemi Covid-19.
2. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sebagai perusahaan yang berbasis islami, telah melakukan strategi usaha dalam mempertahankan bisnis di masa pandemi Covid-19 yaitu memberikan hak dan melayani konsumen dengan baik selama pandemi dan diluar pandemi, melakukan promosi dengan baik tanpa unsur penipuan, dan tidak melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap karyawannya selama pandemi Covid-19 berlangsung, strategi yang dilakukan telah menerapkan prinsip pokok etika bisnis Islam yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kejujuran.

## B. Saran

Hasil penelitian ini menghasilkan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait yaitu Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dan, kemudian akademisi dan masyarakat umum yang membacanya. Berikut saran yang direkomendasikan oleh penulis dengan melihat hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan:

### 1. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta

Penerapan strategi bertahan demi kelangsungan usaha adalah hal yang perlu dilakukan, terlebih jika dilandaskan dengan aspek sosial dan moral yang sesuai dengan etika bisnis Islam agar terciptanya lapangan pekerjaan yang baik dan layak diantara sesama umat muslim. Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta harus selalu membaca peluang ke depan dan selalu beradaptasi dengan keadaan agar selalu menjaga eksistensi.

### 2. Masyarakat / Pelanggan

Masyarakat maupun nasabah diharapkan lebih ikut aktif dalam berpartisipasi pada realisasi syariat Islam di tahun selanjutnya, karena pelaku usaha membutuhkan dukungan dan kerja sama dengan masyarakat agar penerapan operasional dalam bermu'amalah dapat tersalurkan secara maksimal sesuai dengan syariat Islam dan memberikan dampak yang positif kepada seluruh elemen masyarakat.

### 3. Akademisi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif dalam melakukan pengukuran sebagai pembandingan hasil penelitian ini. Selain itu, Peneliti selanjutnya dapat memperluas etika bisnis Islam untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan etika yang harus dipatuhi pelaku usaha dan dapat menambahkan objek penelitian usaha pada sektor yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F. (2012). Etika Bisnis Periklanan : Pelanggaran Pedoman Etis Dalam Iklan Televisi 2012. *Polibisnis*, 4(2).
- Alfiyah, L., & Isa, W. (2020). Strategi Adaptasi Perusahaan Biro Tour And Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid 19. *Jurnal Keagamaan Dan Pendidikan Akademika*, 16(2).
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bertahan pada Kondisi Pandemi Covid 19 di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2).
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 6(1). <https://doi.org/10.15408/ijies.v6i1.1373>
- Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3912>
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. In *PT RajaGrafindo Persada, Jakarta* (Vol. 09, Issue 2).
- Badroen, F. (2012). *Etika Bisnis Dalam Islam* (3rd ed.). Kencana.
- Creswell, J. W. (2007). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions, by John W. Cresswell. In *Western Journal of Nursing Research* (Vol. 21, Issue 1).
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing Konsep* (18th ed.). Salemba Empat.
- Farida, N., Naryoso, A., & Yuniawan, A. (2017). Model of Relationship Marketing and E-Commerce in Improving Marketing Performance of Batik SMEs. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.15294/jdm.v8i1.10408>
- Fauroni, L. (2009). Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an. *Iqtisad*, 4(1). <https://doi.org/10.20885/iqtisad.vol4.iss1.art6>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti

- Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1).
- Hidayat, D., & Hasib, F. F. (2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(11). <https://doi.org/10.20473/vol2iss201511pp912-927>
- Hubeis, M., & Najib, M. (2008). *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ikhsani, M. M., Santoso, Selamat Eko Budi, Bagis, F., & Hidayah, A. (2021). *Strategies For Increasing The Competitiveness Of Micro Small And Medium Enterprises (Msmes) In Banyumas During The Covid-19 Pandemic. International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3).
- katadata.co.id. (2020). *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/umkm>
- Kotler, P & Amstrong, G. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. In Erlangga.
- Muthiah, A. (2018). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Cacat Dalam Perspektif Fiqih Jual Beli. *Syariah Jurnal Hukum Dan Pemikiran*, 18(2). <https://doi.org/10.18592/sy.v18i2.2286>
- Naqvi, S. N. H. (2013). Islam, economics, and society. In *Islam, Economics, and Society* (Vol. 5). <https://doi.org/10.4324/9780203381373>
- Nurshabrina, H., Rahmawati, D. F. A., & Tukiman, T. (2021). Strategi Bertahan Umkm Paguyuban Sewelas Penjaringan Sari Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 8(2).
- Perdamaian, P. D. J., Puspita, A., & Frida, N. (2020). Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di .... *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3).
- Pradiana, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume. *Jibeka*, 11(2).
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1). <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Sakum, & Khoirunisa, J. (2021). Strategi Manajemen Bisnis Syariah Dalam Situasi Pandemi Covid 19 Bidang Foodpreneur di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02).

- Sebayang, R. (2020). *Alert! WHO Resmi Tetapkan Corona Pandemi*. CNBC Indonesia.
- Siahaan, M. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1). <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.265>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sukmadinata, N. S. (2013). Dalam Metode Penelitian Pendidikan. In *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Survei BI: 72,6 Persen UMKM Turun Omzet akibat Pandemi Covid-19*. (n.d.). Retrieved June 5, 2022, from <https://www.inews.id/finance/makro/survei-bi-726-persen-umkm-turun-omzet-akibat-pandemi-covid-19>
- Tampubolon, M. O. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Umkm Waroeng Jj - Kantin Vinilon Building)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01). <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>
- Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *JEMAP*, 2(2). <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2266>
- Yuniarta, S. N., Kurniati, L., Purga, R., Yarmunida, M., & Oktarina, A. (2021). UMKM Survival Strategy During the Covid-19 Pandemic (Case Study in Kota Bengkulu). *Journal of Indonesian Management*, 1, 316–322.

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN I

#### PEDOMAN WAWANCARA

##### **Judul Penelitian :**

**Strategi Usaha Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Etika Bisnis Islam”**

##### **A. Pertanyaan Umum**

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ?
2. Apa Visi Misi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta ?

##### **B. Bagaimana kondisi usaha sektor jasa di Yogyakarta dalam bertahan selama masa Pandemi Covid-19?**

1. Bagaimana kondisi usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sebelum dan selama masa pandemi covid-19 ?
2. Bagaimana respon pertama usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta pada saat pandemi covid-19 muncul?

##### **C. Bagaimana Strategi yang dilakukan oleh usaha sektor jasa di Yogyakarta agar dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19?**

1. Apakah usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta mengurangi biaya operasional usaha?
2. Apakah usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?
3. Apakah usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan pengurangan karyawan selama pandemi?
4. Selain itu, apakah ada lagi langkah yang dilakukan oleh usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis ?
5. Secara keseluruhan, apakah strategi yang ditempuh sejauh ini berhasil?



6. Apa saja faktor yang menjadi kendala usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan usaha bisnis Anda selama pandemi Covid-19?
7. Apa saja faktor yang menjadi pendukung usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan usaha bisnis selama pandemi Covid-19?

**D. Bagaimana Strategi yang dilakukan oleh usaha sektor jasa di Yogyakarta untuk tetap bertahan dan eksis selama masa pandemi Covid-19?**

1. Apakah usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta memanfaatkan digital marketing (pemasaran secara online) selama pandemi covid-19 ?
2. Apakah usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi covid-19 ?
3. Apakah usaha bisnis Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan *Customer Relationship Marketing* ?

(*Customer Relationship Marketing* adalah mempertahankan produk dan dan menjaga pelanggan yang sudah ada sehingga menciptakan loyalitas pelanggan).

## LAMPIRAN II

### Transkrip Hasil Wawancara Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta

#### Narasumber

Nama : Muhammad Farij  
Jabatan : Pemilik / Owner Al-Kautsar Aqiqah dan Catering

#### Waktu dan Tempat

Hari/Tanggal : Sabtu, 11 Juni 2022  
Tempat : Kantor Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.

1. Bagaimana sejarah berdirinya Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta ?

Jawaban :

Alhamdulillah jadi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering berdiri dimulai dari momentum qurban, jadi dulu kita masih di kampus masih mahasiswa semester akhir, terus ya mengisi waktu salah satunya dengan berjualan hewan qurban, Ya mulai kemudian kita membuka Al-Kautsar Aqiqah dan Catering di tahun 2012 Jadi sudah 10 tahun. Terus waktu itu kita berpikir kalau qurban kan penghasilannya setahun sekali kan ya, kita ingin yang bisa mungkin setiap bulan atau bahkan mungkin setiap hari gitu kan . Terus pengennya market nya juga yang sama, dengan produk yang juga sama, akhirnya muncul ide 2012 kita coba inisiasi untuk Aqiqah Al-Kautsar melayani catering, aqiqah, salah satu marketnya dari pelanggan-pelanggan di hewan qurban kami seperti itu, sehingga kita awali Alhamdulillah terus kemudian bisa berjalan sampai saat ini.

2. Bagaimana kondisi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sebelum dan selama masa pandemi covid-19 ?

Jawaban :

Iya jadi Alhamdulillah, Pandemi Covid-19 kemarin memberikan suatu hikmah yang luar biasa bagi perjalanan Al-Kautsar, jadi ya kita merasakan kondisi yang sempat mengalami penurunan ya ketika awal-awal pandemi kurang lebih ya mungkin sekitar hampir 30%, Namun kita mencoba untuk secepat mungkin beradaptasi secepat mungkin untuk kemudian bisa bergerak dan Alhamdulillah ya mengalami penurunan di bulan pertama, bulan kedua, bulan ketiga, yaitu di bulan April, Mei, dan Juni. Namun di bulan Juli sudah mulai normal kembali sehingga kita butuh sekitar April, Mei, Juni, ya sekitar 3 sampai 4 bulan untuk beradaptasi.

3. Bagaimana respon pertama Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta pada saat pandemi covid-19 muncul?

Jawaban :

Ya jadi respon pertama panik ya, jadi waktu itu bulan Maret ya kita sedang mengalami pencapaian yang mungkin saat itu hampir rekor pencapaian terbaik selama perjalanan Al-Kautsar, jadi dari awal Maret sudah bagus gitu kan, 10 hari pertama begitu mulai masuk pertengahan ya kurang lebih, saya masih inget sekitar tanggal 20-an Maret itu tiba-tiba langsung off gitu, ya jadi sudah rame pandemi, itu yang tadinya kami menerima pesanan tiba-tiba sehari itu gaada yang pesen itu, terus pelanggan pelanggan, customer-customer yang sudah pesan itu pada cancel, ya karena takut kan mau ada acara, jadi kata pelanggan “kami cancel dulu aja sampai kondisi pandemic nya selesai” gitu, ya sudah saat itu kan otomatis panik ya oh ini gimana nanti bulan April gitu, ya jadi yang sudah pesen di cancel, Yang belum pesan ya otomatis nggak mau pesen dulu nunggu kondisi normal sehingga akhir Maret itu kami benar-bener langsung Menata untuk bagaimana menyikapi nanti memasuki bulan April, nah Alhamdulillah nya di bulan maret itu sudah dari awal, sudah naik gitu ya jadi begitu akhir Maret mulai kerasa dampak-dampak pandemi ya kita turun tapi terus akhirnya keadaannya bisa normal itu nggak sampai minus seperti itu.

4. Apakah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta mengurangi biaya operasional usaha untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban :

Jadi terkait dengan biaya operasional kalau dikurangi tidak, tapi kita kemudian menjadi lebih hati-hati. Ya jadi potensi-potensi yang kemudian di sana ada pemborosan itu kita benar-bener kelola dengan baik sehingga kaitanya dengan operasional, yaitu menekan operasional semaksimal mungkin, kemudian ketika pencapaian atau omset turun, kita menekan biaya operasional, ya Alhamdulillah secara profit juga bisa bagus, bisa bertumbuh, seperti itu mas.

5. Apakah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Alhamdulillah kalau untuk pengurangan aset, kita tidak sampai melakukan pengurangan aset jadi kita tadi lebih pada *me-manage* operasional *me-maintenance* operasional, terus mengelola untuk kemudian bisa beradaptasi Alhamdulillah ya kita sudah *saving* dana sehingga ketika adanya pandemi dengan *saving* dana itu digunakan untuk meng-*cover* penurunan yang ada.

6. Apakah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan pengurangan karyawan untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban :

Jadi terkait pengurangan karyawan begitu Covid-19 mulai masuk ke Jogja, terus kondisi *ngedrop* itu yang kita lakukan manajemen SDM yang kita lakukan ya kita waktu itu seluruh SDM kita *off* kan selama 2 bulan ya. Namun waktu itu kita *off* kan selama 2 bulan kita berikan hak selama 2 bulan itu satu kali gaji pokok, skema itu berjalan berarti April sama Mei *off*. Terus kalo ada pesanan waktu itu kita sampaikan di akhir Maret yaitu kalau ada pesenan nanti mereka kita panggil berdasarkan kondisi pesenan, ya kalau pesannya sedikit yang kita panggil nggak banyak, dan kalau pesannya banyak, karyawan yang kita panggil juga banyak, itu untuk terutama operasional dapur kalau untuk yang office itu memang giliran, ya jadi misalnya temen-temen customer

service ada 3 orang masuk 10 hari, 10 hari, 10 hari, itu biasanya sehari tiga kali sekarang sehari 1 kali karena pandemic. Terus yang pekerjaannya bisa di *remote* itu kita minta untuk dikerjakan dari rumah *work from home* seperti *digital marketing*, ya kalo *digital marketing* di *remote* aja ndak perlu datang ke kantor, dengan skema *fixed cost* yang biasanya tetap, dalam 2 bulan ini kita jadikan *variable cost*, ya Alhamdulillah itu bisa menjadi salah satu pola dalam kita beradaptasi di momen pandemi, seperti itu.

7. Selain itu, apakah ada lagi langkah yang dilakukan oleh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta, dalam mempertahankan bisnis ?

Jawaban :

Ya jadi langkah yang kita lakukan saat itu ya, yang waktu itu kita maksimalkan, jadi salah satu pola yang kita lakukan ketika pandemi muncul adalah kita melihat dari sisi keuangan, keuangan yang menjadi satu pijakan dalam kita membuat strategi jadi seperti tadi yang sudah disampaikan biaya operasional kita tekan ya, biaya SDM kita juga tekan, yang tadinya *fixed cost* jadi *variable cost*, nah ada satu yang tidak kita tekan malah kemudian sudah kita rancang untuk 2 sampai 3 bulan kedepan yaitu biaya untuk *marketing*, jadi karena kita melihat ya bisa jadi pandemi ini dirasakan oleh teman-teman *catering* maupun *aqiqah* gitu, sehingga mungkin banyak yang mengatakan *wait and see*, ntar dulu aja nunggu pandemi gitu, namun kita ingin memberikan atau menyampaikan ke masyarakat kalau kita Al-Kautsar Aqiqah dan Catering itu berjalan ya tetap eksis gitu, maka kemudian strategi *marketing* tetap kita jalankan terus *brand activity* itu semakin kita kuatkan, kita membuat konten-konten, membuat *campaign-campaign* yang menguatkan masyarakat untuk ya bagaimana pandemi ini jadi suatu hikmah, jadi sesuatu ya tidak harus kita keluhkan, tapi bagaimana dengan pandemi ini bisa menjadikan kita untuk lebih baik lagi, nah Alhamdulillah strategi itu *Masya Allah* gitu ya, memasuki bulan mei dan seterusnya meskipun berkurang customernya namun setiap hari itu ada aja pesenan, seperti itu.

8. Secara keseluruhan, apakah strategi yang ditempuh Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta sejauh ini berhasil?

Jawaban :

Ya jadi menurut kami cukup efektif dan Alhamdulillah berhasil untuk kita bisa mengelola ketika ada pandemi covid-19.

9. Apa saja faktor yang menjadi kendala Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam mempertahankan usaha bisnis selama pandemi?

Jawaban :

Terkait dengan kendala, waktu itu kendala yang muncul yaitu terkait dengan SDM, jadi ketika SDM dengan skema *variabel cost*, terus kemudian yang masuk kerja *by order* gitu, yang sering kita panggil yang mungkin aktif, *skill* nya bagus, *speed* nya bagus gitu, nah ini ternyata seiring semakin ke depan itu, jalan 4 sampai 5 bulan ya, ada kesenjangan itu ya di karyawan ada yang bilang “kok itu dipanggil terus kok saya jarang dipanggil” gitu, sehingga yang mereka ingin nya seperti biasanya yaitu *fixed cost* gitu tetap dipanggil. Waktu itu yang akhirnya jadi satu keputusan ya, jadi April, Mei, Juni, Juli, Agustus, 5 bulan kita dengan skema *variable cost* kita melihat SDM dinamikanya cukup Panjang, akhirnya per September itu kita buat skema *fixed cost* lagi, seperti itu.

10. Apa saja faktor yang menjadi pendukung Al-Kautsar Aqiqah Yogyakarta dan Catering dalam mempertahankan usaha bisnis selama pandemi?

Jawaban :

Faktor pendukung adalah yang pertama *spiritual building* ya, jadi kita membangun budaya perusahaan di Al-Kautsar Aqiqah dan Catering berbasis *spiritual building*, nah menghadapi pandemi ini *spiritual building* menjadi satu kunci untuk kemudian bagaimana kita bisa bertahan, bagaimana kemudian kita bisa beradaptasi dan kemudian bagaimana kita bisa bertumbuh gitu, *spiritual building* menjadi suatu strategi. Kemudian yang selanjutnya faktor pendukung ya jadi tadi *digital marketing* tetap kita *support* sekaligus

potensi-potensi yang muncul karena memang waktu itu ketika pandemi akhirnya banyak usaha yang tidak jalan seperti *catering*, *wedding* itu sehingga ya kita mulai bisa beradaptasi kita semakin memaksimalkan untuk melihat potensi-potensi. Sehingga dengan celah tadi, potensi tadi ya kita sedikit banyak bisa masuk ke ranah-ranah yang mungkin sebelum itu kita belum bisa masuk, seperti itu.

11. Apakah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta memanfaatkan *digital marketing* (pemasaran secara online) selama pandemi covid-19 ?

Jawaban :

Ya Jadi tadi sudah kita sampaikan digital marketing ini yang kita pakai, dan ini menjadi salah satu pilar dalam bagaimana Al-Kautsar Aqiqah dan Catering beradaptasi, bertumbuh di tengah-tengah pandemi.

12. Apakah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi Covid-19 ?

Jawaban :

Terkait dengan perbaikan produk tentu ya ini salah satu korelasinya dengan yang di atas yaitu kaitanya mengurangi biaya operasional ya, jadi kita dalam memberikan menu, dalam memberikan varian menu itu memang kemudian kita pilih kan menu-menu yang secara *cost* itu tidak tinggi, ya misalnya menu sate, sate ini kan *cost* nya tinggi, mulai dari *prepare* ya, terus bahan, sampai nanti proses pengerjaan, itu kan tinggi, itu kita *mimimize* ya, jadi kalau menu jangan sate. Nah dari situ kita menyampaikan ke pelanggan, pelanggan mau dan Alhamdulillah secara operasional bisa kita dapatkan, istilahnya kita memberikan nama *reengineering* itu ya, jadi *reengineering product* layanan kita.

13. Apakah Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta melakukan *Customer Relationship Marketing* ? (*Customer Relationship Marketing* adalah

mempertahankan produk dan dan menjaga pelanggan yang sudah ada sehingga menciptakan loyalitas pelanggan).

Jawaban :

Jadi terkait dengan *Customer Relationship Marketing* ya itu kita lakukan, jadi waktu akhir tahun 2020 kita melihat bahwa wah ini kita mungkin sudah mulai perlu untuk membangun suatu *Customer Relationship Marketing* ya maka waktu yang kita lakukan kita buat divisi baru namanya divisi CRM ya *Customer Relationship Marketing*, Jadi kalau di tempat kami yaitu *Customer Relationship Management* Jadi bagaimana me *maintaince* pelanggan yang sudah pesan untuk kemudian mereka nyaman, mereka bisa harapannya mungkin mau merekomendasikan atau ke depan bisa pesan kembali itu sampai sekarang masih masih berjalan.



### LAMPIRAN III

#### Dokumentasi Wawancara

- a. Gambar proses wawancara dengan Muhammad Farij, Pemilik atau Direktur Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.



- b. Gambar Foto bersama dengan Muhammad Farij, Pemilik atau Direktur Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta.



- c. Gambar observasi langsung ke lokasi Al-Kautsar Aqiqah dan catering Yogyakarta



## LAMPIRAN IV

### Surat Izin Penelitian



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511  
F. (0274) 898463  
E. fiiai@uii.ac.id  
W. fis.uui.ac.id

Nomor : 665/Dek/70/DAATI/FIAI/VI/2022  
Hal : **Izin Penelitian**

Yogyakarta, 14 Juni 2022 M  
14 Zulqad'ah 1443 H

Kepada : Yth. Pimpinan Al-Kautsar Aqiqah & Catering  
Jln. Kaliurang, KM. 4,5, Blok D2, Tawangsari  
Kec. Depok, Sleman, Yogyakarta 55281  
di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Dengan ini kami sampaikan dengan hormat kepada Bapak/Ibu, bahwa bagi mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menyelesaikan teori, diwajibkan menulis karya ilmiah berupa skripsi.

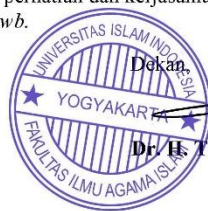
Sehubungan dengan hal tersebut di atas, mahasiswa kami:

Nama : FARID ZAKLY FERDIANSAH FURQON  
No. Mahasiswa : 17423103  
Program Studi : S1 - Ekonomi Islam

mohon diizinkan untuk mengadakan penelitian di instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dengan judul penelitian:

***Strategi Al-Kautsar Aqiqah dan Catering Yogyakarta dalam Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam***

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*



**Dr. H. Famyiz Mukharrom, MA**

## BIODATA PENULIS



Penulis dilahirkan di Sumberhadi yaitu sebuah desa di Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung pada tanggal 14 Juli 1999. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara yang dilahirkan dari pasangan Bapak Alamsyah dan Ibu Fajriah Furqon. Alamat asal penulis yaitu di Desa Karang Agung, Kecamatan Kota Agung, Kabupaten Lahat, Provinsi Sumatera Selatan. Saat menempuh perkuliahan penulis berdomisili dan sebagai santri di Pondok Pesantren Sunni Darussalam, Tempelsari, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penulis dapat dihubungi melalui nomor telepon +6281331491513 dan Email [faridzakly.faridun@gmail.com](mailto:faridzakly.faridun@gmail.com)

Adapun riwayat pendidikan penulis, penulis menempuh pendidikan SMA di SMA Negeri 1 Kota Agung dan lulus pada tahun 2017. Kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di program studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Konsentrasi Bisnis Islam, Universitas Islam Indonesia.

