

**STRATEGI BERTAHAN PENGUSAHA KULINER DI KABUPATEN
SLEMAN DI MASA PANDEMI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

*(Strategies For Surviving In A Pandemic Culinary Entrepreneurs In
Sleman Regency on Islamic Business Ethics)*

Skripsi

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



Syifaat R.

**oec muraqosah
27 mei 2023**

Oleh:

Rivaldo Afnario

18423076

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rivaldo Afnario
NIM : 18423076
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner di Kabupaten Sleman di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam

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

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 06 April 2023

A 1000 Rupiah postage stamp with a Garuda emblem and a handwritten signature over it. The stamp features the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'P0764AKX384285693'.

Rivaldo Afnario

NOTA DINAS

Yogyakarta, 10 Februari 2023
19 Rajab 1444 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: No: 1358/Dek/60/DAATI/FIAI/X/2022 tanggal 27 Oktober 2022 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Rivaldo Afnario
NIM : 18423076
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner di Kabupaten Sleman di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut diatas dimunaqasah. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal, SEI., MSI

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing skripsi

Nama : Rivaldo Afnario

NIM : 18423076

Judul Skripsi : Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner di Kabupaten Sleman di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam

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

Yogyakarta, 05 April 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Iqbal', enclosed within a large, stylized oval shape.

Muhammad Iqbal, SEI., MSI



PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 22 Agustus 2023
Judul Tugas Akhir : Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner di Kabupaten Sleman pada Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam
Disusun oleh : RIVALDO AFNARIO
Nomor Mahasiswa : 18423076

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 : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I
Penguji I : Junaidi Safitri, SEI, MEI
Penguji II : Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA
Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEI, MSI

Yogyakarta, 28 Agustus 2023



Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ungkapan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya dan shalawat bertangkaikan salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua tercinta, ibunda Elda Emilda dan ayahanda Indra Weni, terimakasih telah memberikan rasa kasih sayang, pengorbanan, kesabaran, nasihat serta doa juga motivasi pada anak tercinta. Terimakasih pula atas doa serta ridho yang tidak pernah putus-putusnya, yang telah mengajarkan arti kehidupan melalui tuntunan keislaman dalam bingkai citra pendidikan untuk menggapai cita-cita mulia.

Terimakasih untuk anggota keluargaku, kakak dan adik yang saya cintai Gina Miranda, dan Viola Ayudya Miranda serta semua keluarga yang selama ini telah memberikan dukungan secara moral maupun spiritual.

Kepada Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI selaku dosen pembimbing saya, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Serta kepada seluruh teman-teman saya di kampus UII, selama di Yogyakarta. Sahabat dan teman seperjuangan Ahsan Syabab serta yang selalu bersama dan mendukung hingga ke tahap ini Muhammad Imam Abdul Fattah, Nurman Santoso, Jimi Hidayat, Firman Afandi, M. Fadel Assidiq, Muhammad Ridho Saputra, Muhammad Rayhan Hari Syahputra, Sahid Abdullah, dan Husain Raihan. Terima kasih sudah mewarnai salama di masa-masa kuliah. Terima kasih untuk semua dukungan dan doanya.

Semoga orangtua, keluarga, dosen, saudara, sahabat, teman selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah :286)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

-Imam Syafi'i-

ABSTRAK

STRATEGI BERTAHAN PENGUSAHA KULINER DI KABUPATEN SLEMAN DI MASA PANDEMI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

RIVALDO AFNARIO

18423076

Pandemi *Covid-19* memiliki dampak terhadap industri makanan UMKM usaha kuliner di Indonesia. Pelaku bisnis diharapkan mampu menerapkan strategi bersaing agar dapat mempertahankan usahanya selama pandemi berlangsung. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi bertahan pengusaha kuliner di Yogyakarta dalam perseptif Islam dan memperhatikan etika bisnis islam. Tujuan penelntian ini adalah untuk mengetahui faktor strategi bertahan yang digunakan pelaku usaha kuliner di Yogyakarta dalam menghadapi kondisi selama pandemi *Covid-19* dan untuk mengetahui bagaimana sebuah strategi selama pandemi *Covid-19* yang digunakan pelaku usaha kuliner di Yogyakarta dalam perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Jenis penelitian adalah penelitian lapangan Lokasi penelitian ini dilakukan di D.I Yogyakarta yang memiliki beberapa pelaku-pelaku usaha kuliner yang unit usahanya terdampak dari pandemi *Covid-19*. Jumlah sampel dalam penelitian ini terdiri 7 produk pengusaha kuliner di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian rata-rata pengusaha kuliner yang menggunakan strategi penciutan (*retrenchment*) hampir seluruhnya melakukan strategi ini. Karena hal tersebut dianggap dapat berjalan efisien untuk dilakukan selama pandemi *covid* berlangsung. Selanjutnya para pelaku pengusaha kuliner juga melakukan adaptasi serta melakukan evaluasi dengan situasi pandemi selama menjalankan usaha di masa pandemi. Etika dalam bisnis Islam pada pelaku usaha kuliner pada objek penelitian ini secara keseluruhan hampir sudah cukup baik dalam pelaksanaannya, seperti menerapkan unsur kejujuran, tolong menolong, serta transparasi.

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

ABSTRACT

SURVIVAL STRATEGIES IN *PANDEMIC* AMONG CULINARY ENTREPRENEURS IN SLEMAN REGENCY IN ISLAMIC BUSINESS ETHICS

RIVALDO AFNARIO

18423076

The Covid-19 *pandemic* has brought an impact on the MSME food industry for culinary businesses in Indonesia. The entrepreneurs are then expected to be capable of applying competitive strategies to maintain their business during the *pandemic*. This research examines the survival strategy of culinary entrepreneurs in Yogyakarta in an Islamic perspective with a concern with Islamic business ethics. It aims to find out the factors of the survival strategy used by culinary entrepreneurs in Yogyakarta in dealing with condition during the Covid-19 *pandemic* and to identify the strategy used by culinary entrepreneurs in Yogyakarta during the Covid-19 *pandemic* from an Islamic perspective. Conducted in Yogyakarta that has several culinary entrepreneurs whose business units have been affected by the Covid-19 *pandemic*, this field research used a descriptive-qualitative approach with data collection technique through field observations, interviews and documentation. 7 products from culinary entrepreneurs in Yogyakarta were used as the sample in this study. The research results showed that most of the culinary entrepreneurs used a *retrenchment* strategy since it is considered efficient to do during the Covid-19 *pandemic*. Furthermore, culinary entrepreneurs also adapted and evaluated the *pandemic* situation while running a business during a *pandemic*. Ethics in Islamic business for culinary entrepreneurs in this research object overall is almost quite good in its implementation, such as applying honesty, helping each other, and transparency.

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

May 05, 2023

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

KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن الله بسم

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِينَ ،

تَبِعَهُمْ بِأَحْسَنِ إِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat yang luar biasa, yaitu nikmat iman, islam serta nikmat sehat walafiat sehingga penyusun mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, kepada keluarganya, sahabatnya, pengikutnya dan semoga kita mendapatkan syafa'atnya di yaumul qiyamah nanti. Aamiin Ya Robbal 'alamin.

Skripsi dengan judul “Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner di Kabupaten Sleman di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam” telah penyusun selesaikan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam, Jurusan Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa belum bisa mencapai kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini dan menemukan banyak rintangan selama pengerjaan, namun berkat doa, dukungan dan motivasi dari orang-orang di sekitar, penyusun dapat menyelesaikannya dengan baik. Maka dari itu, penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. Asmuni Mth., MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

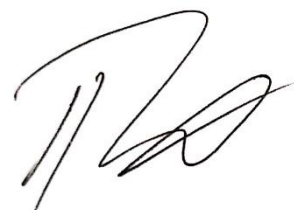
4. Rheyza Virgiawan, LC., M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dan membimbing penyusun dengan berkenan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini.
6. Orang tua yang sangat saya cintai dan sayangi, Bapak Indra Weni dan Ibu Elda Emilda. Terimakasih telah merawat, mendidik, membesarkan, serta selalu mendo'akan dan mendukung segala aktivitas penyusun sampai saat ini.
7. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya selama penulis menuntut ilmu pada almamater ini dan senantiasa membantu penyusun dengan mempermudah dalam mengurus segala administrasi mulai dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
8. Teman-teman penulis, Muhammad Imam Abdul Fatah, Nurman Santoso, Ratna Ayu, Jimi Hidayat dan M. Fadel Assidiq yang telah memberikan motivasi dan semangat selama perkuliahan di Universitas Islam Indonesia. Dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Dan semua pihak yang telah mendukung dan membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penyusun menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penyusun berharap tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak terkait.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Warbarakatuh

Yogyakarta, 05 April 2023

Penyusun,



Rivaldo Afnario

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

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.

A. 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 dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	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

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2 Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	a	a

◌َ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌ْ	Fathah dan ya	ai	a dan u
◌َ◌ُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel 0.4 Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌ْ◌ْ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
◌َ◌ْ◌ْ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
◌َ◌ْ◌ْ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

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

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

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

H. Penulisan Kata

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

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. 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:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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 harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِیْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru
jamī`an

J. 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.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
NOTA DINAS	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	xi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
A. Telaah Pustaka (Literatur Review).....	6
B. Landasan Teori.....	15
1. Strategi Bertahan Bisnis	15
2. Corona Virus	19
3. Pengusaha Makanan	20
4. Etika Bisnis Islam.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian.....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Objek Penelitian	24

D. Populasi dan Sampel	25
E. Sumber Data.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Definisi Konseptual Variabel dan Operasional.....	26
H. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Hasil Penelitian	30
B. Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	1
LAMPIRAN	3
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	1

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4. 1 Jawaban responden yang menggunakan strategi <i>retrenchment</i> (penciutan).....	33
Tabel 4. 2 Jawaban responden yang menggunakan strategi divestasi	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi global *Covid-19* tentunya berdampak pada berbagai sektor terutama sektor ekonomi, dan dampak ekonomi ini tidak hanya dirasakan di dalam negeri tetapi juga secara global. Dana Moneter Internasional (IMF) memperkirakan ekonomi global akan tumbuh sebesar -3%. Tentunya di Indonesia hal ini juga berdampak signifikan terhadap industri termasuk pariwisata, sektor komersial, dan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Hardilawati, 2020). Menurut sebuah laporan oleh Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD) Pandemi *COVID-19* berdampak pada ekonomi dari sisi suplai dan demand (OECD, 2020). Jika dilihat dari jumlah stok yang tersedia, perusahaan melakukan pengurangan dari sisi bahan baku serta tenaga kerja yang tidak terlalu efisien bagi perusahaan. Di sisi permintaan konsumen, kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap produk. OECD juga mengatakan UMKM memiliki dampak signifikan terhadap situasi *COVID-19*. UMKM seperti industri pariwisata, transportasi, dan industri kuliner sangat rentan terhadap gangguan bisnis yang membutuhkan pemasok cepat, dimana hal ini sangat terpengaruh saat pandemi *COVID-19* (Hardilawati, 2020). Berdasarkan data dari kementerian koperasi 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona dari awal Mei 2020 (Rosita, 2020).

Industri makanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling terdampak. Banyak bisnis makanan di dunia terpaksa tutup sementara atau menjadi bangkrut. Menurut Menteri Perindustrian Agus Gumiwan Kartasasmita, industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor utama yang menopang pertumbuhan manufaktur dan perekonomian nasional. Pada paruh pertama tahun 2020, industri makanan dan minuman memberikan kontribusi terbesar dalam menghasilkan nilai ekspor sektor manufaktur, melampaui US\$13,73 miliar. Sektor kunci ini bisa

menunjukkan performanya untuk memasuki pasar internasional di tengah pandemi *Covid-19*. Industri makanan dan minuman, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), juga merupakan sektor ekonomi utama di negara Indonesia ini (Hidayat, 2020).

Menurut Kepala Unit Pembiayaan Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta (Dinkop UKM), kehadiran pandemi membuat bisnis UMKM terpuruk dari segala aspek. Hal ini dapat dilihat dari pendapatan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami penurunan sebesar 80% dari Maret hingga Juni 2020. UMKM juga merupakan salah satu sektor perekonomian terbesar yang menyerap tenaga kerja. Khususnya di sektor usaha mikro yang menguasai 80% dari 230.000 UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (Ginting, 2020). Berkaca pada fenomena tersebut, banyak usaha mikro, kecil dan menengah UMKM di industri makanan dan minuman telah mengambil peran aktif dalam mengembangkan strategi strategis untuk mengimbangi pesaing mereka dalam inovasi. Sebab UMKM juga dinilai berperan penting dalam mengelola pemulihan ekonomi nasional di masa pandemi.

Dalam menghadapi pandemi *Covid*, pelaku bisnis makanan dan minuman harus dihadapkan kepada kondisi yang mengharuskan bisnis tersebut ikut beradaptasi dengan fenomena yang terjadi. Dari hal tersebut para pelaku bisnis diharapkan mampu menerapkan strategi bersaing agar dapat mempertahankan produknya. Salah satu strategi bertahan dalam pandemi menurut Hardilawati (2020) dan Alfin (2020) adalah dengan menggunakan e-commerce dan digital marketing yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran serta pertumbuhan pendapatan UMKM.

Berdasarkan penelitian sebelumnya didapatkan hasil bahwa *pandemic covid* memiliki dampak terhadap industri makanan UMKM. Sebagian besar penelitian tersebut hanya berfokus pada UMKM secara umum, belum berfokus dalam persektif Islam. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan di teliti lebih lanjut mengenai strategi bertahan

pengusaha UMKM makanan dalam etika bisnis islam. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana pengaruh kondisi UMKM selama pandemi, bagaimana strategi bertahan UMKM dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan di atas, terdapat beberapa pertanyaan yang perlu dikaji dan diteleti sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bertahan dari pengusaha kuliner yang ada di Kabupaten Sleman untuk dapat bertahan dalam situasi pandemi *Covid-19*?
2. Bagaimana strategi bertahan pelaku pengusaha kuliner di Kabupaten selama pandemi *covid-19* dalam perspektif etika bisnis islam?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi bertahan yang digunakan pelaku UMKM kuliner di Yogyakarta khususnya kabupaten Sleman dalam menghadapi kondisi selama pandemi *Covid-19*
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi selama *pandemic Covid-19* yang digunakan pelaku usaha UMKM kuliner di Kabupaten Sleman dalam etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan penulis mengenai faktor serta upaya yang perlu dilakukan oleh pelaku sebuah bisnis UMKM kuliner dalam merencanakan sebuah strategi bertahan selama

pandemi *covid-19*

b. Aspek Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi dalam mengembangkan Ekonomi Islam khususnya di Prodi Ekonomi Islam di kampus Universitas Islam Indonesia, juga dapat dijadikan referensi atau gambaran kepada mahasiswa UII atau generasi selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

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. Agar membantu pembaca dan penulis dalam menyusun temuan penelitian, maka peneliti menyusun tulisan penelitian ini dikelompokkan dalam lima bab yang masing-masing memiliki sub bab, dan setiap sub bab merupakan bagian dari bab yang menjelaskan lebih lanjut apa yang ada di dalam bab tersebut. Secara umum, sistematika teks dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pada Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah yang terbentuk dari latar belakang tersebut, selain itu pada bab ini akan dipaparkan juga mengenai tujuan dan mafaat dari penelitian ini. Oleh karena itu, bab ini akan menjadi acuan penelitian dalam penulisan penelitian dari awal pelaksanaan sampai akhir penelitian.

Pada Bab II Telaah Pustaka dan Landasan Teori. Bab ini berisi dua poin yaitu: pertama, Telaah Pustaka yang berasal dari jurnal ilmiah yang relevan dengan penelitian ini. Kedua, Landasan Teori yang menjadi rujukan dari setiap kegiatan yang ada dalam penelitian ini.

Pada Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian, pembahasan didalamnya merupakan uraian dari metode yang digunakan dalam penelitian. Pembahasan mengenai metode tersebut ialah; desain dan instrument penelitian, sampel penelitian, sumber data dan variabel operasional penelitian, kemudian terakhir dari bab ini akan disampaikan

teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, Bab ini berisi tentang hasil analisis dari data yang diperoleh selama penelitian serta pembahasannya, sehingga bab ini merupakan pokok dan inti dari hasil penelitian. Pada bagian ini mahasiswa akan menjawab masalah-masalah yang telah dirumuskan di bab pertama pada bagian perumusan masalah.

Pada Bab V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga merupakan penutup dan akhir dari penulisan penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka (Literatur Review)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa referensi jurnal sebagai pendukung yang relevan terhadap penelitian. Referensi dapat dijadikan sebagai literatur review. Telaah pustaka ini nantinya akan fokus mengarahkan penulis pada suatu pandangan yang kritis. Adapun jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Arif Suharson (2020) dengan judul “Strategi UMKM Bantul Merespon Pandemi (Studi Kasus Bidang Kriya/Kerajinan)” Tujuan kajian ini adalah agar para pelaku UMKM Bantul bidang kriya/kerajinan memiliki strategi untuk merespon pandemi dengan tetap melakukan aktifitas, merubah cara pandang, dan menembus batas lintas penciptaan produk-produk yang berhubungan dengan pandemi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kualitatif yang disajikan secara deskriptif. Hasil kajian mendapatkan gambaran kompleks tentang dampak pandemi *Covid-19* pada UMKM bidang kriya/kerajinan, khususnya di Kabupaten Bantul sebagai pusat pelaku kriya/kerajinan terbanyak di Yogyakarta. Proses kreatifitas dari pelaku UMKM dalam merespon pandemi *Covid-19* untuk tetap bertahan dalam kondisi sulit membawa pengaruh besar pada kelangsungan hidup UMKM yang berdampak pada penyerapan tenaga kerja secara luas (Suharson, 2020).

Kedua, penelitian yang dilakukan Putri Diah Juniar Perdamaian, Adinda Puspita, Neng Frida (2020) dengan judul penelitian “Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi *COVID-19* Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan *COVID-19* di Indonesia” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM sehingga mereka mampu terus bertahan dan menjadi lebih

responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi *COVID-19*. Kesimpulan 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 (Diah Juniar Perdana et al., 2020).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Sucipto dan Dede Nurohman (2021) penelitian ini berjudul “Strategi Bertahan Pelaku Usaha Wisata dalam Menghadapi Pandemi *Covid-19*” Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak yang dialami Brond Waterpark pada saat pandemi dan untuk mengetahui strategi bertahan usaha ini dalam menghadapi *pandemic* tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa strategi yang dilakukan Brond Waterpark antara lain penerapan protokol kesehatan secara ketat dan serius, menjaga tempat wisata tetap bersih, strategi pemasaran secara digital, dan bekerja sama dengan beberapa pihak sekolah (Sucipto & Nurohman, 2021).

Keempat, penelitian yang dibuat oleh Rahmi Rosita (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Pandemi *Covid-19* Terhadap UMKM di Indonesia” Penelitian ini bertujuan untuk dan menganalisis sejauh mana pengaruh pandemi *covid-19* terhadap UMKM yang ada di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang terkait langsung dengan penelitian ini. penelitian menunjukkan bahwa UMKM adalah jenis usaha perekonomian yang paling banyak terdampak dari *pandemic covid-19* meliputi industri automotif, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan dan alat berat, pariwisata. Sedangkan industri yang mampu bertahan di masa *pandemic covid-19* adalah 1. UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi 2. Industri ritel yang mampu bertahan, hal

ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital 3. Industri lain yang mampu bertahan di masa pandemi *covid 19* adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar, antara lain listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Industri yang mengalami perkembangan selama masa *pandemic covid-19* adalah pangan, farmasi, teknologi Informasi dan komunikasi (Rosita, 2020).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Viariani, Deni Lubis, Marhamah Muthohharohh (2022) dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi *COVID-19* di Kota Banda Aceh” Penelitian ini bertujuan mengkaji faktor-faktor ketahanan UMKM saat pandemi *COVID-19*, sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi strategi bertahan bagi UMKM khususnya di masa pandemi. Data penelitian dikumpulkan melalui proses wawancara kepada 100 pelaku UMKM makanan dan minuman yang memiliki sertifikasi halal dan yang tidak memiliki sertifikasi halal di Kota Banda Aceh. penelitian ini menunjukkan bahwa dari 100 responden UMKM yang terdiri UMKM makanan dan minuman yang bersertifikat halal dan tidak bersertifikat halal di Kota Banda Aceh, ada 55 responden yang mampu bertahan di situasi pandemi *COVID-19* dan ada 45 responden yang tidak mampu bertahan disituasi pandemi *COVID-19*. Dari hasil penelitian didapatkan UMKM yang tidak mampu bertahan selama pandemi *COVID-19* dikarenakan UMKM tersebut mengalami penurunan keuntungan, mengalami ketidakstabilan dalam beroperasi (kontinuitas usaha), serta tidak mampu membayar utang usaha akibat dari *COVID-19* (Viariani et al., 2022).

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Achmad Alfin (2021) dengan judul penelitian “Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi *Covid-19*” Penelitian ini memiliki tujuan dalam mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana strategi dalam menjalankan bisnis bagi pelaku usaha agar dapat bertahan di

era *pandemic covid-19*. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan menggunakan teknik observasi partisipatif. Hasil penelitian ini memberikan berbagai macam strategi yang bisa dilakukan pelaku usaha diantaranya melakukan penjualan secara E-commerce, melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian bisa dilakukan oleh pelaku usaha mengingat terjadinya perubahan kondisi dan diharapkan pelaku usaha dapat bertahan (Alfin, 2021).

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati (2020) dengan judul penelitian “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi *Covid-19*” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM sehingga mereka mampu terus bertahan dan menjadi lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi *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 UKMK 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).

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Efni Yulia Santri Harahap, dkk (2022) dengan judul penelitian ”Strategi Bertahan UMKM Dalam Menghadapi Masa Pandemi *Covid-19* (studi kasus Bintang 2 Burger)” Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan bahasa eksploratif dengan teknik observasional partisipatif. Temuan penelitian ini merekomendasikan agar UKMK menerapkan strategi komprehensif yang meliputi melakukan transaksi e-

commerce, melakukan kampanye pemasaran digital, meningkatkan kualitas produk dan layanannya, dan memaksimalkan hubungan pelanggannya. Hasil kajian tersebut harus dipahami dan diadopsi oleh mahasiswa UMKM, dan diharapkan mereka bertanggung jawab penuh dan mau menyesuaikan perilakunya dalam merespon perubahan lingkungan sehingga dapat terus berdiri (Efni Yulia Harahap et al., 2022).

Persamaan pada penelitian ini yaitu dalam mengangakat permasalahan terhadap bagaimana suatu pelaku UMKM yang telah menjalankan bisnisnya dapat bertahan dan mempersiapkan strategi bertahan dalam situasi *pandemic covid-19*. Pembaharuan yang penulis berikan dalam penelitian ini yaitu berfokus pada strategi bertahan dalam menghadapi *pandemic* secara umum mulai dari strategi operasional, strategi pemasaran secara umum, dan kemudian ditinjau kembali seluruh penerapan tersebut dari perspektif keilmuan Ekonomi Islam.

Tabel 2. 1 Penelititan Terdahulu

No.	Informasi Jurnal	Judul Jurnal	Hasil Pembahasan	Perbedaan
1	Arif Suharson, 2020, <i>Jurnal Riset Daerah</i> , 20(3), 3661-3675	Strategi UMKM Bantul Merespon Pandemi (Studi Kasus Bidang Kriya/Kerajinan)	Hasil kajian mendapatkan gambaran kompleks tentang dampak pandemi <i>Covid-19</i> pada UMKM bidang kriya/kerajinan, khususnya di Kabupaten Bantul sebagai pusat pelaku kriya/kerajinan terbanyak di Yogyakarta. Proses kreatifitas dari pelaku UMKM dalam merespon pandemi <i>Covid-19</i> untuk tetap bertahan dalam kondisi sulit membawa	Perbedaan pada jurnal ini membahas pada objek usaha di bidang kriya dan kerajinan selama pandemi

			pengaruh besar pada kelangsungan hidup UMKM yang berdampak pada penyerapan tenaga kerja secara luas.	
2	Putri Diah Juniar Perdamaian, Adinda Puspita, Neng Frida, 2020, <i>Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan</i> , 2(3), 129 - 139.	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 bisaterus bertahan.	Perbedaan penelitian ini membahas kepada pengembangan seluruh sektor ekonomi dan hasil penelitian sebagai rekomendasi strategi untuk bertahan selama pandemi
3	Sucipto, Dede Nurohman, 2021, <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam</i> , 5(2), 299-321.	Strategi Bertahan Pelaku Usaha Wisata dalam Menghadapi Pandemi Covid-19	Hasil penelitian menyebutkan bahwa strategi yang dilakukan Brond Waterpark antara lain: penerapan protokol kesehatan secara ketat dan serius, menjaga tempat wisata tetap bersih, strategi pemasaran secara digital, dan bekerja	Perbedaan pada penelitian ini membahas strategi bertahan kepada objek di sektor pariwisata pada saat pandemi

			sama dengan beberapa pihak sekolah	
4	Rahmi Rosita, 2020, <i>Jurnal Lentera Bisnis</i> , 9(2), 109-120.	Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia	Hasil penellitian menunjukkan bahwa UMKM adalah jenis usaha perekonomian yang paling banyak terdampak dari <i>pandemic covid-19</i> meliputi industri automotif, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan dan alat berat, pariwisata. Sedangkan industri yang mampu bertahan di masa <i>pandemic covid-19</i> adalah 1. UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi 2. Industri ritel yang mampu bertahan , hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital 3. Industri lain yang mampu bertahan di masa pandemi <i>covid 19</i> adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar, antara lain listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Industri yang mengalami perkembangan selama masa <i>pandemic covid-</i>	Pada penelitian ini berfokus kepada objek yang diteliti yaitu membahas pengaruh pandemi <i>covid-19</i> pada seluruh sektor UMKM yang ada di Indonesia.

			19 adalah pangan, farmasi, teknologi Informasi dan komunikasi.	
5	Wahyu Viariani, Deni Lubis, Marhamah Muthohharoh, 2022, <i>AL-MUZARA'AH</i> , 10 (1), 33-45	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi <i>COVID-19</i> di Kota Banda Aceh	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 100 responden UMKM yang terdiri UMKM makanan dan minuman yang bersertifikat halal dan tidak bersertifikat halal di Kota Banda Aceh, ada 55 responden yang mampu bertahan di situasi pandemi <i>COVID-19</i> dan ada 45 responden yang tidak mampu bertahan disituasi pandemi <i>COVID-19</i> . Mayoritas UMKM yang tidak mampu bertahan di situasi <i>COVID-19</i> ada pada UMKM yang tidak memiliki sertifikasi halal. Sementara mayoritas UMKM yang mampu bertahan di situasi <i>COVID-19</i> adalah UMKM yang memiliki sertifikasi halal. <i>COVID-19</i> telah membuat gangguan ketahanan bagi UMKM makanan dan minuman yang bersertifikat halal dan tidak bersertifikat halal di Kota Banda Aceh. Dari hasil penelitian didapatkan UMKM yang tidak mampu bertahan selama	Pada penelitian ini membahas faktor yang mempengaruhi ketahanan suatu UMKM makanan. Metode analisis yang digunakan analisis regresi logistik

			<p>pandemi <i>COVID-19</i> dikarenakan UMKM tersebut mengalami penurunan keuntungan, mengalami ketidakstabilan dalam beroperasi (kontinuitas usaha), serta tidak mampu membayar utang usaha akibat dari <i>COVID-19</i>.</p>	
6	<p>Achmad Alfin, 2021, <i>Jurnal Inovasi Penelitian</i>, 1(8), 1543-1552</p>	<p>ANALISIS STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI KRISIS DI ERA PANDEMI <i>COVID-19</i></p>	<p>Hasil penelitian ini memberikan berbagai macam strategi yang bisa dilakukan pelaku usaha diantaranya melakukan penjualan secara E-commerce, melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan.</p>	<p>Pada penelitian ini berfokus pada seluruh sektor UMKM dan tidak membahas strategi berdasarkan perspektif etika bisnis islam</p>
7	<p>Wan Laura Hardilawati, 2020, <i>Jurnal Akuntansi & Ekonomika</i>, 10(1),</p>	<p>Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi <i>Covid-19</i></p>	<p>Penurunan omset penjualan pada UMKM selama masa Pandemi <i>Covid-19</i> ini membuat para pelaku usaha ada UMKM untuk tetap bertahan pada usahanya. Maka dari itu, para pelaku usaha ini perlu menyesuaikan diri serta mengubah strategi yang dimiliki seperti lebih memperhatikan kualitas produk dan</p>	<p>Pada penelitian ini berfokus pada strategi bertahan seluruh sektor UMKM dan hasil penelitian bersifat rekomendasi pada strategi bertahan untuk UMKM</p>

			pelayanan, melakukan inovasi, serta memanfaatkan teknologi digital.	
8	Ahmad Arslan and Samppa Kamara, etc 2022, <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research</i>	Survival strategies adopted by microbusinesses during <i>COVID-19</i> : an exploration of ethnic minority restaurants in northern Finland	Temuan mengungkapkan bahwa semua firma kasus yang diteliti melakukan penyesuaian cepat sebagai respons terhadap pandemi <i>COVID-19</i> . Misalnya, jam kerja staf dikurangi melalui konsultasi bersama, dan penyesuaian kembali pada rantai pasokan dilakukan sehingga bahan-bahan penting tetap tersedia meskipun penguncian paksa dan kemacetan rantai pasokan. Namun, penyesuaian kembali rantai pasokan tidak terlihat di semua perusahaan kasus.	Perbedaan pada penelitian ini adalah terletak pada lokasi yang diteliti, yaitu Finlandia Utara. Fokus penelitian tidak membahas strategi berdasarkan perspektif etika bisnis islam

B. Landasan Teori

1. Strategi Bertahan Bisnis

Manajemen Strategi, menurut Fred R. David (2011) adalah seni dan ilmu merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Manajemen strategis mengacu pada integrasi manajemen, pemasaran, keuangan, manufaktur, penelitian dan pengembangan, dan teknologi informasi untuk mencapai kesuksesan bisnis. Tujuan dari manajemen strategis adalah untuk menggunakan serta dapat menciptakan peluang baru dan berbeda untuk perencanaan jangka panjang agar berusaha untuk memaksimalkan tren saat ini dengan melihat ke masa depan.

Manajemen strategis didefinisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan manajemen yang memengaruhi kinerja jangka panjang organisasi. Manajemen strategis didefinisikan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang dihasilkan dari penyusunan dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan dan proses evaluasi dan implementasi tindakan tersebut untuk mencapai tujuan perusahaan, yang meliputi perumusan, implementasi, dan evaluasi dari tujuan strategis (Fred R, 2011).

Dalam penelitian ini panulis akan menganalisis strategi bertahan UMKM di Yogyakarta pada saat pandemi *Covid-19* dengan menggunakan teori (Fred R. David. 2011) yang terbagi menjadi 3 Strategi Difensif yaitu :

a. *Retrenchment* (Penciutan)

Retrenchment (penciutan) adalah sebuah organisasi atau bisnis melakukan pengelompokan dan pemetaan ulang melalui pengurangan biaya dan aset guna untuk membalikan penjualan dan laba yang sedang turun. Strategi ini juga dapat disebut dengan strategi reorganisasional, penciutan direncanakan untuk memperkuat kembali kompetensi khusus dari sebuah organisasi.

Penciutan dapat melibatkan penjualan tanah dan bangunan untuk mendapatkan uang tunai yang dibutuhkan, mengurangi lini produk, menutup bisnis yang tidak menguntungkan, menutup pabrik yang sudah usang, mengotomatiskan proses, mengurangi jumlah sdm, dan menyiapkan sistem kontrol pengeluaran. Dalam hal ini ada lima pedoman yang menjadikan sebuah strategi yang efektif, yaitu:

1. Sebuah kelompok organisasi memiliki kompetensi khusus yang jelas namun tidak dapat konsisten dalam mempertahankan dari waktu ke waktu
2. Sebuah kelompok organisasi mengalami kondisi yang lemah dibanding dengan kelompok organisasi lainnya.
3. Sebuah kelompok organisasi terganggu oleh ketidakefisiensian, profitabilitas yang rendah, semangat karyawan yang rendah, serta tekanan dari pemegang saham untuk memperbaiki kinerja dari kelompok organisasi tersebut
4. Sebuah kelompok organisasi gagal memanfaatkan peluang eksternal, memperkecil hambatan, mengambil keuntungan dari kekuatan internal, dan mengatasi kelemahan internal secara berkala, hal ini dapat diartikan juga sebagai terdapatnya pemimpin yang tidak mampu menjalankan tugasnya dengan baik
5. Ketika kelompok organisasi terjadi penumbuhan secara cepat atau hal yang terjadi diluar perkiraan maka perbaikan reorganisasi internal sangat dibutuhkan

b. Divestasi

Divestasi merupakan strategi yang melakukan penjualan divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi juga dapat dilakukan dengan menjual aset yang dianggap kurang optimal dalam bisnis dan menekan biaya dianggap kurang berdampak dalam perusahaan. Divestasi juga menjadi teknik umum bagi perusahaan yang ingin melakukan perampingan dari fokus mereka dan menghindari diversifikasi berlebihan. Ada enam yang menjadi pedoman tentang kapan divestasi dapat dijadikan sebuah strategi yang efektif, sebagai berikut:

1. Ketika sebuah kelompok organisasi telah menerapkan strategi pengurangan (*retrenchment*) dan tidak mencapai

perbaikan yang diinginkan

2. Ketika sebuah divisi dalam kelompok organisasi membutuhkan lebih banyak SDM agar lebih dapat bersaing dari yang telah diberikan perusahaan
3. Ketika sebuah divisi dalam kelompok organisasi memiliki tanggung jawab terhadap setiap bagian
4. Divestasi dilakukan karena kelompok organisasi usaha tidak dapat bersaing dan tidak dapat beradaptasi dengan perusahaan lain yang disebabkan oleh kondisi objektif dilapangan
5. Ketika dibutuhkannya dana dengan jumlah yang besar dibutuhkan secara cepat dan tidak dapat cukup diperoleh dari sumber lain
6. Ketika disebabkan oleh tindakan antitrust pemerintah yang menimbulkan ancaman dalam suatu kelompok organisasi.

c. Likuidasi

Likuidasi merupakan bagian dari proses penjualan seluruh aset dengan cara terpisah-pisah untuk mendapatkan imbalan aset berwujud (nyata). Likuidasi ini langkah yang dipilih oleh perusahaan dikarenakan hal ini lebih baik untuk dilakukan untuk menghentikan operasi dari pada mengalami kerugian dalam jumlah yang lebih banyak. Dalam likuidasi ada tiga yang menjadi pedoman untuk menentukan kapan strategi likuidasi ini dilakukan, yaitu:

1. Sebuah kelompok organisasi telah melakukan strategi *retrenchment* (penciutan) dan strategi divestasi akan tetapi belum membuahkan hasil.
2. Ketika sebuah kelompok organisasi hanya tinggal memiliki pilihan terakhir yaitu kebangkrutan, kemudian melakukan likuidasi untuk memperoleh modal yang dibutuhkan
3. Pemegang saham memiliki kebijakan dapat meminimalkan kerugian perusahaan dengan menjual aset perusahaan

2. Corona Virus

Coronavirus adalah virus RNA dengan ukuran partikel 120-160 nm dan menyebar terutama dengan menginfeksi hewan. Virus corona menyebabkan berbagai penyakit serius pada hewan seperti babi, sapi, kuda, kucing, dan ayam. Coronavirus, yang dikenal sebagai virus zoonosis, adalah virus yang menyebar dari hewan ke manusia. Banyak hewan liar dapat menularkan patogen dan bertindak sebagai pembawa penyakit menular tertentu. Kelelawar, tikus bambu, unta, dan musang adalah sumber utama Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS) dan Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS).

Pandemi *Covid-19* yang melanda dunia merupakan masalah global yang perlu segera ditanggulangi diproses oleh pemerintah. Wabah ini pertama kali merebak di Wuhan, China pada Desember 2019. Pandemi ini berkembang sangat cepat, dan hingga April 2020, lebih dari 210 negara di seluruh dunia dipastikan terkena dampak penyebaran pandemi ini. Selain penyebaran virus yang sangat cepat, pergerakan orang yang cepat juga meningkatkan kecepatan penyebaran virus ini. Per 23 April 2020, penyebaran virus *Covid-19* tercatat mencapai 2,7 juta orang di seluruh dunia, di mana Amerika Serikat, Spanyol, dan Italia memiliki penyebaran *Covid-19* tertinggi di dunia (Worldmater, 2020)

Pandemi ini telah menimbulkan berbagai masalah, seperti ekonomi. Karena pandemi ini telah menyebabkan kelumpuhan ekonomi di seluruh dunia, apalagi di Indonesia sendiri. Salah satu kelumpuhan ekonomi tersebut adalah sektor UMKM. Pendapatan dan pengurangan pendapatan usaha merupakan masalah yang perlu segera diatasi karena UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia yang banyak menyerap tenaga kerja. (Alfin, 2021)

3. Pengusaha Makanan

Orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, namun kebutuhan primer harus dipenuhi, seperti: makanan, pakaian dan tempat berlindung. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang paling utama untuk mengejar kekayaan. Bisnis kuliner adalah pekerjaan seseorang yang berhubungan dengan melayani orang lain di industri makanan (Ajasta & Nurullah, 2021). Faktor yang mendukung seseorang untuk melakukan usaha bisnis makanan adalah:

- Makanan menjadi bagian dari kebutuhan pokok
- Memiliki hobi kuliner dan hobi memasak
- Melihat dari peluang industri ini
- Memiliki resep sendiri yang khas memungkinkan untuk disukai banyak orang
- Melihat profit yang besar dari pelaku yang sudah ada

Bisnis kuliner yang baik tidak selalu didasarkan pada besarnya keuntungan yang akan diperoleh, tetapi juga harus diperhatikan agar setiap pembeli memiliki selera, daya beli dan dari segi pelayanan yang memuaskan, sehingga pembeli bersedia membayar atau membeli makanan yang dikonsumsinya (Ajasta & Nurullah, 2021). Adapun bisnis kuliner memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihanannya antara lain:

- Jika bisnis dibidang kuliner yang dijalankan dengan baik dan terbilang cukup laku, maka hal tersebut dapat mendapatkan keuntungan (profit) untuk bisnis kuliner yang pada umumnya diatas 30%
- Menjalankan diawal bisnis ini dengan modal yang relatif tidak besar/minim dengan memulai usaha kuliner pada skala yang kecil
- Usaha ini dapat dioperasikan secara sampingan dan di rumah saja tanpa mengganggu pekerjaan utama jika ada.

Sedangkan untuk kelemahan dalam menjalankan bisnis kuliner antara lain:

- Jika bisnis kuliner yang dioperasikan kurang laku maka akan menyebabkan banyak bahan baku makanan yang tidak terjual mengalami kebusukan dan juga basi, hal ini akan menyebabkan kerugian bagi pengusaha.
- Pelaku usaha harus selalu melakukan *quality control* pada kualitas bahan makan yang higienis, jika tidak memperhatikan hal tersebut makan akan mengakibatkan keracunan pada pembeli.
- Pelaku usaha kuliner harus menentukan menu usaha yang disajikan memiliki ketertarikan kepada target yang akan dituju, jika tidak bisnis kuliner ini akan terjadi kurang peminat atau sepi pembeli

Kelebihan dan kekurangan tersebut merupakan hal yang penting dari pengusaha makanan untuk diperhatikan serta dipertimbangkan sebelum memulai menjalankan bisnis kuliner. Adapun faktor penting lain yang harus diperhatikan pengusaha kuliner dalam melakukan bisnis ini antara lain ialah letak lokasi, kualitas rasa makanan, cara penyajian, pelayanan dan juga promosi (Ajusta & Nurullah, 2021).

4. Etika Bisnis Islam

Etika adalah cabang filsafat yang berurusan secara rasional dan kritis dengan nilai, norma atau moral. Dengan ini moralitas berbeda dengan etika, norma adalah pranata dan nilai yang berkaitan dengan baik dan buruk, sedangkan etika adalah pertimbangan kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik atau buruk. Dirumuskan oleh para pakar ekonom Islam, etika bisnis Islam adalah ilmu yang mempelajari aspek utilitas dan kemanfaatan dari kegiatan ekonomi dengan mempertimbangkan tindakan manusia sejauh dapat dirasakan berdasarkan akal (proporsi) dan wahyu (nash). (Baidowi, 2010)

Sedangkan menurut (Nawatmi, 2010). Islam sangat mengutamakan nilai-nilai etika, pada hakekatnya, Islam diturunkan sebagai pedoman moral dan perilaku etis dalam kehidupan manusia, sebagaimana hadits mengatakan: "Aku diutus dengan akhlak mulia yang sempurna". Terminologi yang paling dekat dengan konsep etika Islam adalah akhlaq. Dalam Islam, etika (akhlaq) sebagai cerminan dari akidah Islam (Iman). Etika Islam menawarkan sanksi internal yang kuat dan kekuatan eksekutif untuk menegakkan standar etika. Konsep etika Islam bukanlah utilitarian dan relatif, melainkan mutlak dan abadi.

Namun, mencapai tujuan perusahaan yang beretika itu sulit karena setiap kelompok atau kelompok di dunia ini memiliki pandangan tentang standar normatif yang baik dan buruk. Setiap kelompok memiliki ukuran dan kriteria yang berbeda. Agar bisnis yang kita jalankan harmonis dan menghasilkan kehidupan yang baik, kita harus menjalankan bisnis kita sesuai dengan nilai-nilai etika. Sumber acuan etika dalam berbisnis adalah etika yang bersumber dari teladan manusia besar dunia yaitu Nabi Muhammad SAW sebagai berikut: (Baidowi, 2010).

- a. Pertama adalah kejujuran. Kejujuran adalah syarat utama dalam berbisnis. Rasulullah sangat menganjurkan kejujuran dalam berbisnis. Pada tingkatan ini beliau bersabda: "Tidak ada pembenaran bagi seorang muslim untuk menjual jual beli yang memalukan kecuali dia menjelaskan tentang aib tersebut" (HR Al-Quzwani). "Barang siapa yang mengkhianati kami, bukan termasuk golongan kami" (HR Muslim). Nabi Muhammad SAW sendiri selalu jujur dalam urusan bisnisnya. Dia melarang pedagang meletakkan barang busuk di bawah dan barang baru di atas.
- b. Kedua, tolong menolong atau bermanfaat bagi orang lain, kesadaran akan pentingnya kegiatan kewirausahaan secara sosial. Menurut Islam, pengusaha tidak hanya berusaha untuk

memaksimalkan keuntungan, seperti yang diajarkan oleh bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi pada ta'awun (menolong orang lain) sebagai konsekuensi sosial dari bisnis. Tegasnya, menjalankan bisnis bukan hanya sekedar mengejar keuntungan materi, melainkan dilandasi kesadaran untuk memudahkan orang lain dengan menjual barang.

- c. Ketiga, transparansi upah pekerja. Bayar upah sebelum pekerja berkeringat. Nabi Muhammad berkata: "Berikan upah pekerja sebelum keringat mereka berhenti." Hadits ini menunjukkan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan dasar atau pedoman untuk melakukan penelitian, dimulai dengan keputusan alat penelitian, keputusan populasi dan sampel, pengumpulan data, dan analisis data. Desain survei, juga dikenal sebagai metode survei, menggambarkan prosedur atau teknik untuk mengumpulkan dan menganalisis data (Hermawan, 2019). Penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif, metode penelitian kualitatif merupakan jenis metode penelitian yang paling tepat untuk bersentuhan langsung dengan persepsi manusia, membuka pikiran, dan memungkinkan manusia mempersepsi dan memahami sesuatu melalui proses induktif dan interaksi simbolik (Hardilawati, 2020). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, serta studi pustaka. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini Observasi partisipatif dengan langkah eksploratif yang terdiri dari penerapan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang direkomendasikan untuk memperoleh data deskriptif (Hardilawati, 2020).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di D.I Yogyakarta khususnya usaha disekitar daerah Sleman sekitar kampus UII yang memiliki beberapa pelaku-pelaku usaha kuliner yang unit usahanya terdampak dari pandemi *Covid-19*. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini akan dilakukan selama pada bulan Januari 2023 hingga Maret 2023.

C. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, Objek penelitian saya adalah para pelaku pengusaha kuliner yang berada di sekitar daerah Yogyakarta yang mengalami

dampak selama pandemi *Covid-19*. Fokus penelitian ini menyatakan permasalahan atau tujuan dalam penelitian yaitu strategi bertahan pengusaha makan dalam menghadapi situasi *pandemic Covid-19*

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada sampel dalam penelitian ini menggunakan sumber data dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2021).

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah para pelaku usaha makanan dan minuman yang terdapat di daerah Yogyakarta, yang bisnisnya sudah pernah terdampak pada saat pandemi *Covid-19*. Selanjutnya untuk sampel yang diambil terdiri dari 7 produk pengusaha makanan, yakni berupa beberapa produk usaha makanan, produk usaha minuman, serta produk usaha olahan yang berada di Yogyakarta.

E. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa wawancara dan observasi mendalam serta data sekunder berupa data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh pihak lain berupa buku-buku dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi bertahan selama menghadapi pandemi *Covid-19* dari perspektif ekonomi Islam. Dalam penelitian ini, penulis juga melakukan review terhadap literatur yang ada. Maka akan dilakukan analisis data di lapangan, mengaitkannya dengan teori, pendapat ahli, dan hasil penelitian sebelumnya. Selain itu, penulis akan mengabstraksi hasil penelitian dan merekomendasikan hasil penelitian yang dapat diadopsi menjadi subjek penelitian. Sumber data primer untuk penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dari setiap

pengusaha makanan yang terdampak dari sebelum pandemic hingga dapat bertahan sampai *pandemic* usai.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah suatu proses pengamatan yang kompleks dimana seorang peneliti mengamati secara langsung suatu objek penelitian. Dengan cara ini, dalam melakukan observasi, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan makna yang dilakukan dalam setiap kegiatan diketahui.

2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengetahui sesuatu yang lebih dalam. Wawancara akan mencakup sesi tanya jawab dengan narasumber untuk berbagi informasi dan ide untuk informasi yang lebih spesifik. Peneliti menggunakan format wawancara semi terstruktur dimana pihak yang diundang juga diminta pendapat dan idenya, dengan tujuan agar mereka dapat menemukan masalah secara lebih terbuka.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen yang dihasilkan oleh subjek data atau tentang subjek data oleh orang lain. Sebuah dokumen dapat berbentuk karya seseorang, sebuah gambar, atau sebuah mahakarya. Penelitian dokumen melengkapi penggunaan teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

G. Definisi Konseptual Variabel dan Operasional

Definisi konseptual merupakan batasan pada variabel yang peneliti gunakan sebagai pedoman penelitian untuk mendukung proses pengumpulan data di lapangan. Sedangkan definisi operasional variabel adalah definisi variabel yang dirumuskan berdasarkan sifat-sifat variabel yang dapat diamati. Tujuan mendefinisikan variabel secara operasional adalah untuk memberikan

gambaran tentang bagaimana variabel diukur. Jadi variabel harus memiliki arti yang sangat spesifik dan terukur. Variabel tidak dapat didefinisikan secara sembarangan, tetapi harus didasarkan pada teori yang relevan (Sugiyono, 2021).

Definisi variabel operasional adalah pedoman dalam suatu penelitian dalam melakukan pengukuran pengambilan data pada objek tertentu. Adapun definisi keputusan operasional pada UMKM yang akan diteliti pada penelitian ini tentang strategi bertahan pada bisnis:

1. Strategi Bertahan Usaha Kuliner Pada Saat Pandemi
 - *Retrenchment* (Penciutan)
 - Divestasi
 - Likuidasi
2. Strategi Bertahan Usaha Kuliner Pada Saat Pandemi Dalam Etika Bisnis Islam
 - Kejujuran
 - Tolong Menolong
 - Transparansi Pengupahan Karyawan

H. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian ini dengan menggunakan metode analisis data John W. Creswell yang berpendapat bahwa Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian di mana peneliti terutama mengandalkan informasi tentang subjek/peserta dalam jangkauan yang luas, pertanyaan umum, mengumpulkan data terutama terdiri dari kata-kata/teks tulisan partisipan, menafsirkan dan menganalisis kata-kata, dan melakukan pencarian subjektif. Dalam hal ini peneliti akan mencari dan mendapatkan informasi-informasi factual yang diperoleh dari berbagai UMKM yang ada di Yogyakarta terkait dengan topik penelitian yang menjadi pertanyaan pada rumusan masalah terkait strategi bertahan usaha makanan yang diterapkan oleh berbagai pelaku bisnis UMKM yang ada di Yogyakarta

Terdapat beberapa tahap dalam melakukan analisis data menurut

lapangan, atau menyortir dan mengatur data ke dalam jenis yang berbeda tergantung pada sumbernya.

2. Membaca semua data. Langkah pertama adalah mendapatkan gambaran umum dari informasi yang diperoleh dan memikirkan maknanya secara keseluruhan.
3. Menganalisis dengan cara meng-coding data, coding adalah proses pengolahan bahan/informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya.
4. Menerapkan proses pengkodean untuk menggambarkan sikap, orang, kategori, dan topik yang akan dianalisis. Pada langkah ini, penulis membuat kode yang menjelaskan semua informasi dan menganalisisnya. Topik-topik ini kemudian digunakan sebagai judul dari bagian temuan penelitian.
5. Menunjukkan hasil deskripsi dan tema ini yang disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif. Pendekatan naratif ini akan melibatkan diskusi tentang kronologi peristiwa, tema tertentu, atau hubungan antar tema.
6. Langkah ini membantu penulis memperjelas esensi gagasan. Interpretasi juga dapat mengambil bentuk makna yang diperoleh dari membandingkan temuan penelitian dengan informasi dari literatur dan teori.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

a. Capcuzz

Capcuzz merupakan UMKM minuman yang menjual cappuccino cincau pertama untuk wilayah Yogyakarta, yang mulai dirintis pada tahun 2012 dengan modal usaha kurang dari 10 juta dan sempat mengikuti lomba pengembangan bisnis dan berhasil mendapatkan bantuan dana dari hasil lomba tersebut. Capcuzz seperti penjual minuman lainnya secara umum, mencampur berbagai macam bahan seperti sirup, susu, kopi, cincau dan lain-lain dalam satu kesatuan dengan es batu dalam blender. Dari sebelum pandemi Capcuzz berhasil memiliki 14 cabang di Yogyakarta dan 3 cabang di luar Yogyakarta.

b. Sarissa Merapi

Sarisa berdiri ditahun 2016 dimana karena harga salak itu turun drastis, tujuan dari mengolah salak karena di daerah desa Kemiri kecamatan Pakem ini komoditas produk unggulannya itu salak sebab hampir 90% masyarakat disini mereka menanam salak. Akan tetapi disini harga salak itu tidak bisa ke angkat, dan para Kelompok Wanita Tani Kemiri Edum mencoba berinovasi untuk salak ini dengan tujuan akan meningkatkan value harganya. Sehingga para petani disini mengolah salak menjadi manisan salak. Kemudian setelah olahan manisan salak terjual, kemudian Sarissa Merapi menambah lagi varian produk, ada sari salak, dodol salak, bakpia salak, pie salak

c. Soto Hollywood

Soto Hollywood merupakan UMKM dibidang kuliner yang menjual Soto dengan olahan rempah nusantara yang terdiri dari soto sapi dan soto ayam, terletak di Jalan Kaliurang Km 14, Kabupaten Sleman dan didirikan pertama kali oleh bapak Aris Sudioanto. Berawal dari menjual soto dengan berkeliling menggunakan gerobak pada tahun 1996, kemudian berjalan

menggunakan tenda dan mendapatkan omset yang terus meningkat. Akhirnya bisa menyewa rumah sekaligus ruko, dan kini Soto Hollywood memiliki 3 cabang yang berlokasi di Degolan, Jakal, dan Condongcatur

d. Warung Makan Gajebo

Warung makan Gajebo merupakan salah satu UMKM kuliner dengan mengolah makanan dengan berbagai menu olahan Ayam yang terletak di dekat Kampus terpadu Universitas Islam Indonesia yang mulai beroperasi pada tahun 2015. Warung Gajebo ini sangat banyak penikmat khususnya mahasiswa-mahasiswi Kampus Universitas Islam Indonesia, dengan menu favorit ayamnya seperti Ayam gajebo, Ayam kecap, Ayam sambal kentang, dan Ayam cah kangkung. Warung Gajebo ini sangat eksis dikalangan mahasiswa karna mempertahankan rasa yang dari dulu sudah nikmat untuk kalangan mahasiswa.

e. Susu Shi Jeckex

Susu Shi Jeckex merupakan usaha kuliner yang berasal di Solo menjual berbagai olahan varian dari minuman susu sapi segar, kemudian dijalankan oleh mas Joko dan membuka bisnis Susu Shi Jeckex ini di Yogyakarta di tahun 2014. Pada saat keberadaan Susu Shi Jeckex ini di Jogja untuk pertama kali disambut baik oleh para masyarakat sekitar, dan berhasil menjual 25 liter susu sapi segar setiap harinya. Usaha susu ini kemudian berkembang untuk menjual produk makanan-makanan angkringan sebagai pelengkap bagi konsumen yang ingin membeli susu sambil menyantap makanan-makanan ringan yang telah dibuat oleh mas Joko itu sendiri.

f. Rumah Makan Andalas

Rumah Makan Andalas merupakan toko yang menjual berbagai macam olahan makanan yang berasal dari Sumatra Barat. Usaha rumah makan ini didirikan oleh Bapak Yose Rizal pada tahun 1991 dimana pada saat itu Bapak Yose masih duduk dibangku perkuliahan. Warung makan Andalas ini terletak di Jalan Kaliurang Km 14,5 dekat dengan kampus terpadu UII, berbagai menu olahan dengan khas Sumatra Barat yang

disediakan disini yaitu seperti ayam gulai, rendang, ayam balado dan lain-lain dengan menggunakan bumbu-bumbu otentik dari Sumatra Barat. Tujuan awal warung makan Andalas ini agar dapat menarik segmentasi pasar mahasiswa yang ada disekitar kampus UII sebagai pilihan untuk mencoba masakan Padang dengan harga yang murah.

g. Soto Pak Jamal

Soto Pak Jamal adalah usaha kuliner yang berawal dari menjual soto ayam keliling yang dilakukan oleh pak Jamal pada tahun 1999. Dengan konsistensi pak Jamal dalam menjual soto yang dimilikinya pada tahun 2005 pak Jamal berhasil memiliki gerai atau warung sotonya yang terletak di Jalan Damai, Jakal Km 8. Dengan berkembangnya warung soto ini pak Jamal selaku pemilik selalu memberikan inovasi di usaha soto ini, salah satu contohnya dengan menambahkan varian soto daging dan juga menambah tambahan sate-sate serta gorengan sebagai pelengkap untuk menu utamanya yaitu soto. Setelah berjualan soto bertahun-tahun pak Jamal sudah berhasil memiliki konsumen tetap dengan rata-rata masyarakat kantoran, serta mahasiswa UII dan mahasiswa UGM.

1. Strategi Bertahan Usaha Kuliner di Masa Pandemi

Pandemi *Covid-19* sangat berdampak di Indonesia terutama pada sektor usaha UMKM kuliner dan diperlukan sebuah strategi agar dapat mempertahankan suatu bisnis. Strategi merupakan perencanaan yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena berguna untuk mengantisipasi masalah dan peluang-peluang masa depan serta dapat memberikan kepada seluruh karyawan serta pemilik bagaimana menentukan arah dan tujuan yang jelas bagi perusahaan di masa depan dan mengurangi resiko yang mungkin akan terjadi di masa depan. Berbagai strategi yang dapat dilakukan seperti yang sudah dijelaskan pada Bab 2 yaitu strategi *Retrenchment* (Penciutan), strategi Divestasi, dan strategi Likuidasi, dengan melakukan beberapa strategi tersebut diharapkan hal ini dapat membantu para pelaku usaha kuliner untuk bisa mengarahkan efisiensi perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan itu

sendiri.

Upaya yang dilakukan agar mencapai tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi dari pengusaha kuliner yang ada di Yogyakarta untuk dapat bertahan dalam situasi pandemi *Covid-19*. Wawancara dilakukan kepada tujuh objek usaha kuliner yang sudah pernah menghadapi masa pandemi selama ada di Yogyakarta yakni, Capcuzz, Sarissa Merapi, Sop dan Soto Holywood, Warung Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, Soto Pak Jamal.

a. *Retrenchment* (penciutan)

Strategi bertahan yang dapat diterapkan oleh para pengusaha akibat dampak pandemi agar tetap dapat berkarya dan bertahan selama masa *pandemic* tersebut, para pengusaha dapat menerapkan kiat-kiat strategis salah satunya adalah strategi penciutan (*retrenchment*). Seperti pengurangan produk atau pengurangan sumber daya yang dianggap sudah tidak efisien lagi yang bertujuan untuk dapat mempertahankan usahanya.

Tabel 4. 1 Jawaban responden yang menggunakan strategi *retrenchment* (penciutan)

No	Keterangan	Nama	Jumlah
1	Melakukan strategi pengurangan biaya operasional atau strategi <i>retrenchment</i>	Capcuzz, Sarissa merapi, Soto Holywood, Warung Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, Soto Pak	7

		Jamal	
2	Tidak melakukan strategi <i>retrenchment</i>	-	-
Total			7

Sumber: Olah data wawancara narasumber

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata pengusaha kuliner yang menggunakan strategi penciutan (*retrenchment*) hampir seluruhnya melakukan strategi ini, karena dianggap dapat berjalan efisien untuk dilakukan selama pandemi *covid* berlangsung. Sebab pengurangan biaya dan aset ini dilakukan guna untuk membalikan penjualan dan laba yang perusahaan yang sedang turun.

Strategi penciutan yang dilakukan oleh bisnis kuliner Capcuzz adalah memangkas biaya operasional, sebab pandemi yang dijalani cukup lama dan membuat bisnis kuliner ini cukup terdampak. Dampak yang dialami Capcuzz karena pandemi *covid* ini ialah menurunnya konsumen yang membeli dikarenakan pembatasan-pembatasan yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat dan ketakutan masyarakat terhadap *pandemic covid-19* itu sendiri, hal ini membuat pendapatan yang didapatkan Capcuzz menurun secara drastis dan jauh dengan pendapatan sebelum pandemi.

Berdasarkan wawancara dengan Mas Sandhi Hidayat selaku owner Capcuzz menyampaikan untuk menanggulangi pendapatan yang menurun pada saat itu adalah melakukan pengurangan biaya operasional, salah satu caranya dengan cara memutar otak yang biasa dilakukan sebelum pandemi yaitu membeli stock cincau di pasar, akan tetapi pada saat pandemi berlangsung Capcuzz mencari alternatif lain dengan cara memproduksi cincau sendiri. Hal ini dilakukan oleh pihak Capcuzz sebab cara tersebut memiliki kelebihan selain biaya yang lebih murah, operasional juga lebih cepat dan tidak memerlukan penggunaan dari mobil box untuk pengangkutan. Selanjutnya pihak dari Capcuzz juga melakukan pengurangan jumlah karyawan karena pendapatan yang menurun dan juga

beberapa outlet yang berkurang (Wawancara kepada Sandhi Hidayat, pemilik usaha Capcuzz).

Selanjutnya usaha UMKM kuliner Sarissa merapi juga menerapkan strategi pengurangan untuk bertahan selama pandemi berlangsung, sebab pada saat pandemi bisnis Sarissa merapi sempat 2 bulan mengalami penurunan penjualan dan akhirnya menutup operasi selama 2 bulan tersebut. Ibu Rini selaku pemilik menjelaskan setelah 2 bulan pertama pandemi berlangsung beliau memutuskan untuk tetap menjalankan bisnis ini kembali akan tetapi dengan banyak perubahan seperti pengurangan biaya operasional. Hal ini dilakukan karena penjualan selama pandemi berlangsung sangat menurun, sehingga beliau merasa pengelolaan biaya operasional Sarissa Merapi perlu diperhatikan agar tidak mengalami pemborosan pada hal yang dikira kurang efisien setelah dengan adanya pandemi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak Sarissa Merapi ialah mengurangi dari ketersediaan bahan baku yang disiapkan menjadi hanya secukupnya dan pengurangan karyawan.

Ibu Rini selaku pemilik Sarissa Merapi juga menjelaskan pada saat pandemi berlangsung mereka mencoba untuk melihat peluang-peluang lain melalui melihat google trend. Ternyata yang ditemukan disana adalah meningkatnya produk herbal dan makanan-makanan sehat, pihak dari Sarissa akhirnya sepakat untuk mencoba mengikuti trend produk herbal tersebut. Kemudian Sarissa Merapi mencoba menjalankan produk olahan bunga telang dan hasil dari penjualan bunga telang ini ternyata mengalami keberhasilan yang cukup baik, serta selama pandemi itu produk herbal bunga telang tersebut yang dapat meningkatkan pendapatan Sarissa Merapi selama pandemi berlangsung. (Wawancara kepada Ibu Rini, pemilik usaha Sarissa Merapi

Sementara itu yang terjadi pada usaha UMKM kuliner Soto Holywood pada saat pandemi berlangsung juga melakukan strategi pengurangan yang disebabkan oleh penurunan pendapatan karena konsumen yang menurun sangat jauh. Menurut Bapak Aris Sudianto berpendapat bahwa jika selama pandemi berlangsung biaya operasional dari soto ini

tidak cukup efisien dan perlu dilakukan pengurangan agar dapat berjalan secara maksimal di masa pandemi. Salah satu upaya pengurangan biaya operasional yang dilakukan ialah mengurangi atau memangkas biaya bahan baku dan stok bahan makanan serta sebab kondisi pandemi membuat konsumen menjadi sangat berkurang.

Kemudian, pihak Soto Holywood juga melakukan pengelolaan sistem kerja karyawan selama pandemi yang awalnya semua karyawan bekerja setiap hari dan digaji setiap bulannya, menjadi sistem bergantian saja untuk tiap karyawan. Karena menurut pihak Soto Holywood tidak memungkinkan untuk menggunakan seluruh jasa karyawan sedangkan yang dikerjakan tidak begitu banyak seperti sebelum pandemi. Hal ini juga merupakan salah satu strategi memangkas biaya operasional dan dirasa cukup efisien cara ini untuk usaha ini bisa dapat berjalan dan bertahan selama pandemi. Akan tetapi sistem kerja karyawan seperti itu sudah dibicarakan kepada setiap karyawan dan sistem tersebut hanya bersiat sementara selama pandemi mulai berkurang. (Wawancara kepada Aris Sudianto pemilik usaha Soto Holywood).

Hal serupa juga dilakukan oleh usaha UMKM makanan Warung Gajebo yang merupakan warung makan ayam yang cukup ramai pelanggan dengan target pasar mereka yaitu mahasiswa sekitar kampus UII. Usaha Warung Gajebo juga melakukan strategi pengurangan dengan cara mengurangi biaya operasional karena omset yang sangat turun secara drastis ketika para mahasiswa sekitar kampus memilih untuk pulang ke kampung halaman masing-masing. Menurut pemilik Warung Gajebo Bapak Teguh pada saat awal melonjaknya pandemi pada bulan maret, karena situasi yang tidak memungkinkan warung Gajebo ini pun akhirnya diputuskan untuk tidak beroperasi 3 bulan selama awal pandemi. Kemudian pihak Warung Gajebo membuka kembali usaha ini karena harus tetap mendapatkan hasil dan juga memikirkan teman-teman karyawan yang membutuhkan pekerjaan. Pada saat awal beroperasi kembali Warung Gajebo bertahan dengan hanya menyediakan pelayanan untuk dibawa pulang saja.

Salah satu upaya Warung Gajebo menurut Bapak Teguh dalam mengurangi biaya operasional ialah mengurangi persediaan yang diperlukan sesuai kebutuhan dan mengurangi penjualan yang awalnya biasa menggunakan 30-40 kg ayam, pada saat pandemi Warung Gajebo hanya menggunakan 10 kg ayam perhari. Selanjutnya upaya yang dilakukan juga merubah sistem kerja karyawan, pada Warung Gajebo tidak melakukan pengurangan ataupun pemecatan. Akan tetapi melakukan sistem kerja bergantian tiap minggunya untuk semua karyawan, dan juga memberikan bantuan kontrakan bagi karyawan yang ingin digunakan kepada karyawan Warung Gajebo.

Namun Bapak Teguh menyatakan hal tersebut dilakukan bersifat sementara sampai pandemi usai, segala upaya pengurangan biaya operasional yang perlu dilakukan oleh pihak Warung Gajebo ialah dengan cara memutar otak bagaimana melakukan penghematan dan melakukan skala prioritas atau efisensi selama operasional pada saat pandemi berlangsung (Wawancara kepada Bapak Teguh pemilik usaha Warung Gajebo).

Selanjutnya pada usaha kuliner minuman Susu Shi Jeckex juga menggunakan strategi penciutan dengan melakukan pengurangan biaya operasional pada bahan baku dan juga pengurangan karyawan. Mas Joko selaku pemilik bisnis Susu Shi Jeckex menyampaikan bahwa yang dialami pada bisnis ini pada saat pandemi, sangat mengalami penurunan konsumen secara cepat dan drastis. Karena usaha ini melakukan adaptasi yang mengharuskan jam operasional dikurangi yang awalnya buka dari sore sampai jam 12 malam, pada saat pandemi berlangsung hanya beroperasi sampai jam 9 malam saja.

Dari adaptasi yang dilakukan selama pandemi dan juga berkurangnya konsumen yang membeli. Mas Joko berpendapat bahwa melakukan pemangkasan biaya operasional merupakan hal yang mungkin dapat dilakukan Susu Shi Jeckex untuk tetap bertahan selama pandemi. Mengurangi persediaan dari bahan baku serta menyesuaikan rata-rata

jumlah konsumen saat pandemi dianggap cukup untuk membuat bisnis ini berjalan dan bertahan. Selanjutnya strategi yang dianggap dapat dilakukan oleh pihak Susu Shi Jeckex ialah mengurangi jumlah karyawan untuk sementara selama pandemi. Sebab jam operasional serta bahan baku yang tidak banyak untuk diolah, membuat pihak dari Susu Shi Jeckex mengambil keputusan untuk mengurangi jumlah karyawan yang berawal dari 10 menjadi 5 karyawan saja. Akan tetapi pada saat keadaan mulai membaik karyawan itu dipanggil kembali. Kedua hal tersebut dilakukan oleh pihak Susu Shi Jeckex tidak lain hanya sebagai strategi untuk tetap dapat bertahan selama pandemi berlangsung (Wawancara kepada Mas Joko, pemilik usaha Susu Shi Jeckex).

Selanjutnya strategi pada usaha Rumah Makan Padang Andalas juga menggunakan hal yang serupa yakni melakukan strategi pengurangan dengan cara mengurangi biaya operasional pada bahan baku dan memangkas biaya yang tidak terlalu diprioritaskan. Sebab melihat dari efek pandemi yang berkepanjangan membuat usaha rumah makan Andalas mengalami penurunan pemasukan. Yose Rizal selaku pemilik usaha ini berpendapat bahwa selama pandemi usaha Rumah Makan Andalas harus tetap bertahan selama pandemi, walaupun dengan pendapatan yang didapat tidak terlalu banyak.

Menurut Yose Rizal, melakukan pengurangan biaya operasional sangat masuk akal untuk dilakukan pada usaha rumah makan ini pada saat ditengah wabah pandemi. Dengan cara mengurangi belanja berlebihan dan mencoba mencari bahan-bahan sembako, serta bumbu-bumbu dapur ke tempat lebih terjangkau. Selanjutnya pihak rumah makan Andalas juga melakukan penyesuaian pada sistem kerja karyawan, dikarenakan omset yang terus berkurang jauh dan juga pekerjaan juga tidak banyak dilakukan seperti sebelum pandemi. Yose Rizal selaku pemilik akhirnya memutuskan untuk tidak memberhentikan mereka sepenuhnya, akan tetapi membuat sistem kerja dengan shift secara bergantian disetiap minggunya. Semua hal yang dilakukan pihak Andalas selalu bertujuan agar bagaimana mungurangi

biaya operasional tanpa harus mengalami banyak kerugian selama pandemi *covid-19* berlangsung (Wawancara kepada Yose Rizal pemilik usaha warung makan Padang Andalas).

Sementara itu, pada usaha kuliner Sop dan Soto Pak Jamal juga melakukan hal serupa yakni melakukan strategi pengurangan selama pandemi muncul pertama kali. Strategi pengurangan yang dilakukan relatif sama dengan usaha lain yang menjadi objek penelitian ini, yaitu mengurangi biaya operasional yang disebabkan oleh penurunan jumlah konsumen dan mengakibatkan penurunan pendapatan usaha tersebut.

Menurut pak Jamal, selaku pemilik usaha berpendapat bahwa dengan menurunnya pendapatan selama pandemi usaha Sop dan Soto ini harus terus bertahan. Kemudian untuk langkah awal pihak Soto Pak Jamal yang diambil pada saat pandemi muncul ialah mengurangi biaya operasional, sebab dengan munculnya pandemi konsumen jadi takut untuk berbelanja diluar dan juga untuk makan diluar. Pengurangan biaya operasional yang dilakukan adalah mengelola pengeluaran yang tidak dibutuhkan dan memperhatikan penyediaan stock bahan baku pembuatan soto, yang pada saat sebelum pandemi membeli bahan makanan secara borongan setelah pandemi dikurangi menjadi seperlunya saja.

Berbeda dengan usaha kuliner lainnya, Pak Jamal berpendapat untuk tidak mengurangi karyawan dan tetap mempertahankan SDM. Menurut Pak Jamal jika melakukan pengurangan karyawan pada saat pandemi, mereka juga akan mengalami kesulitan sama seperti yang beliau rasakan. Kesulitan yang akan dihadapi pada saat mempertahankan SDM terletak pada pengupahan karyawan. Akan tetapi hal tersebut tidak menjadi kesulitan pada pihak Soto Pak Jamal, sebab dengan mengurangi biaya operasional seperti pengurangan bahan baku, mengurangi belanja yang tidak efisien dan mencari pemasok bahan-bahan baku yang lebih terjangkau sudah cukup untuk mempertahankan usaha Soto Pak Jamal. (Wawancara kepada Pak Jamal, pemilik usaha Soto Pak Jamal).

b. Divestasi

Divestasi merupakan menjadi teknik umum bagi perusahaan yang ingin melakukan perampingan dari fokus mereka dan menghindari diversifikasi berlebihan. Menurut David Freed ada enam yang menjadi pedoman tentang kapan divestasi dapat dijadikan sebuah strategi yang efektif, sebagai berikut:

1. Ketika sebuah kelompok organisasi telah menerapkan strategi penciutan (*retrenchment*) dan tidak mencapai perbaikan yang diinginkan
2. Ketika sebuah divisi dalam kelompok organisasi membutuhkan lebih banyak SDM agar lebih dapat bersaing dari yang telah diberikan perusahaan
3. Ketika sebuah divisi dalam kelompok organisasi memiliki tanggung jawab terhadap setiap bagian
4. Divestasi dilakukan karena kelompok organisasi usaha tidak dapat bersaing dan tidak dapat beradaptasi dengan perusahaan lain yang disebabkan oleh kondisi objektif dilapangan
5. Ketika dibutuhkannya dana dengan jumlah yang besar dibutuhkan secara cepat dan tidak dapat cukup diperoleh dari sumber lain
6. Ketika disebabkan oleh tindakan antitrust pemerintah yang menimbulkan ancaman dalam suatu kelompok organisasi.

Tabel 4. 2 Jawaban responden yang menggunakan strategi divestasi

No	Keterangan	Nama	Jumlah
1	Melakukan strategi permpingan atau strategi investasi tambahan (Strategi Divestasi)	Capcuzz, Soto Hollywood,	2
2	Tidak melakukan strategi perampingan (Stretegi Divestasi)	Sarissa, Warung Gajebo, Susu	5

		Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, Soto Pak Jamal	
Total			7

Sumber: Olah data wawancara narasumber

Dari data tabel penelitian yang telah dilakukan diatas ditemukan bahwa hanya 2 usaha kuliner yang menggunakan strategi divestasi karena dianggap oleh perusahaan sebagai bentuk strategi untuk mempertahankan usahanya pada masa pandemi *covid-19*. Strategi divestasi dilakukan oleh perusahaan bertujuan agar dapat menutupi biaya penjualan dan keuntungan yang semakin menurun karena suatu permasalahan dalam situasi yang sedang terjadi sekarang yaitu pandemi *covid-19*.

Strategi divestasi yang dilakukan oleh usaha kuliner Capcuzz adalah dengan cara menjual aset dari penjualan beberapa outlet akibat pengurangan SDM yang telah dilakukan sebagai bentuk strategi pengurangan biaya operasional. Selanjutnya menurut Sandhi Hidayat selaku owner Capcuzz juga menerangkan bahwa Capcuzz melakukan penjualan terhadap mobil box yang biasa digunakan sebagai kendaraan pengangkutan bahan baku dari cincau, mobil box tersebut dijual dikarenakan pihak Capcuzz merasa penggunaan mobil saat mengangkut bahan baku cincau pada saat pandemi sudah tidak terlalu efisien, sebab Capcuzz sudah tidak membeli bahan baki cincau dipasar melainkan Capcuzz telah dapat memproduksi cincau sendiri.

Dengan langkah yang telah diambil pihak dari Capcuzz melakukan perampingan pengeluaran operasional seperti menutup beberapa outlet yang ada serta tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebihan pada saat pandemi dan menjual mobil operasional untuk menambah biaya modal operasional. Sandhi Hidayat menyatakan bahwa hal ini dianggap sebagai strategi yang

sangat diperlukan mengingat penjualan dan laba perusahaan yang semakin turun akibat menurunnya konsumen Capcuzz pada saat pandemi, dan dengan strategi tersebut sangat membantu serta dapat membuat usaha Capcuzz ini dapat bertahan sampai pandemi mulai usai.

Selanjutnya strategi penjualan aset juga dilakukan oleh usaha kuliner Soto Holywood yaitu melakukan penjualan terhadap salah satu alat transportasi yang biasa digunakan untuk kebutuhan operasional dalam pengangkutan bahan baku. Hal ini disebabkan oleh lamanya pandemi *covid* di Indonesia yang mengakibatkan berkurangnya konsumen yang mampu untuk datang dan makan ditempat sebuah usaha kuliner yang mengakibatkan berkurangnya pendapatan.

Menurut Pak Aris selaku pemilik menyatakan bahwa berkurangnya konsumen akibat dampak pandemi tersebut sangat membuat kerugian bagi usahanya, salah satu cara untuk menutupi kerugian dan membuat agar usaha ini dapat terus berjalan adalah menjual salah satu aset kendaraan. Hal ini dilakukan oleh pihak Soto Holywood untuk menambah biaya operasional yang semakin minim, dengan menjual mobil tersebut maka Soto Holywood dapat mengurangi beban tanggungan, seperti perawatan mobil operasional tersebut yang dianggap dapat meminimalisir pengeluaran berlebihan di masa pandemi yang mana pada saat itu mengalami penurunan pendapatan.

Kemudian pada usaha kuliner lain yang diteliti seperti Warung Gajebo, Sarisa Merapi, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, dan Sop & Soto Pak Jamal setelah dilakukan wawancara langsung kelima usaha tersebut tidak melakukan strategi divestasi. Hal ini dikarenakan usaha ini menilai dengan strategi pengurangan biaya operasional sudah sangat cukup untuk dapat bertahan di masa pandemi walaupun dengan pendapatan yang tidak besar seperti biasanya.

c. Likuidasi

Menurut teori yang digunakan oleh Fred R. David, Likuidasi merupakan proses dimana suatu perusahaan menjual semua aset perusahaan

secara terpisah dengan imbalan aset berwujud. Likuidasi menjadi langkah yang dipilih oleh perusahaan dikarenakan hal ini lebih baik untuk dilakukan untuk menghentikan operasi dari pada mengalami kerugian dalam jumlah yang lebih banyak. Dalam likuidasi ada tiga yang menjadi pedoman untuk menentukan kapan strategi likuidasi ini dilakukan, yaitu:

1. Sebuah kelompok organisasi telah melakukan strategi *retrenchment* (penciutan) dan strategi divestasi akan tetapi belum membuahkan hasil.
2. Ketika sebuah kelompok organisasi hanya tinggal memiliki pilihan terakhir yaitu kebangkrutan, kemudian melakukan likuidasi untuk memperoleh modal yang dibutuhkan
3. Pemegang saham memiliki kebijakan dapat meminimalkan kerugian perusahaan dengan menjual aset perusahaan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa usaha kuliner yaitu Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, dan Sop dan Soto Pak Jamal tidak ada yang sampai mengambil langkah pada likuidasi sampai pandemi mulai turun. Ketujuh objek pada usaha kuliner yang telah diteliti tersebut hanya cukup menggunakan strategi penciutan biaya operasional dan strategi divestasi untuk dapat mempertahankan usahanya selama pandemi yang mengancam dan berdampak pada sektor bisnis kuliner di Indonesia sampai pada situasi normal kembali.

d. Strategi lainnya

Berdasarkan dari hasil penelitian wawancara yang telah dilakukan terhadap tujuh usaha kuliner yang berada disekitar kampus UII Yogyakarta, ditemukan bahwa adanya strategi lain yang telah dilakukan oleh masing-masing pihak pelaku usaha kuliner, yaitu:

1) Memanfaatkan *Merchant Online Food*

Untuk dapat bertahan pada saat pandemi beberapa usaha seperti Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, dan Sop dan Soto Pak Jamal sangat terbantu dengan

adanya aplikasi *merchant online food* seperti gofood, grabfood, dan shopeefood yang memudahkan sektor usaha kuliner untuk mendapatkan kembali konsumennya dan juga terkadang pada aplikasi online tersebut juga menyediakan promo-promo sebagai potongan harga. Sebab pada saat pandemi berlangsung beberapa konsumen menjadi tidak dapat terlalu sering berbelanja keluar rumah dan juga untuk dapat merasakan usaha kuliner yang ada disekitar.

Akan tetapi hal yang berbeda dilakukan oleh pihak Warung Gajebo, Pak Teguh sebagai pemilik mengaku bahwa Gajebo tidak menggunakan aplikasi *merchant online food* yang ada, sebab beliau berpendapat jika menggunakan aplikasi online food tersebut tidak akan terlalu berpengaruh pada usaha Gajebo. Karena lokasi dan rata-rata konsumen yang dimiliki didominasi oleh mahasiswa UII yang mana para mahasiswa tersebut kebanyakan pulang ke daerahnya masing-masing, hal ini menjadi dianggap oleh pihak Warung Gajebo tidak terlalu efisien pada usahanya.

2) Adaptasi

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh tujuh usaha kuliner, seluruhnya melakukan strategi yang sama dalam bentuk upaya mempertahankan dan menjalankan usaha kulinernya selama pandemi. Pada setiap usaha kuliner yang diteliti melakukan adaptasi dan mengikuti setiap anjuran pemerintah untuk dapat tetap bisa berjualan selama pandemi, seperti di setiap usaha kuliner tersebut melakukan perubahan layanan seperti hanya menyediakan pemesanan untuk dibawa pulang dan tidak makan di tempat.

Kemudian pada saat PPKM berlangsung seluruh usaha kuliner tersebut melakukan jaga jarak pada meja untuk *dine-in*, menyediakan tempat cuci tangan, memberikan *hand sanitizer*, serta melakukan vaksinasi terhadap seluruh staff dan karyawan yang akan bekerja selama pandemi berlangsung. Upaya tersebut dilakukan agar usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha kuliner agar dapat tetap menjalankan,

memberikan kenyamanan pada konsumen dan merupakan bentuk dalam bertahan untuk menghadapi situasi pandemi *covid 19*.

3. Strategi Usaha Kuliner Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi dalam Perspektif Islam

Etika sebagai praktik berarti nilai-nilai dan standar moral yang dipraktikkan atau tidak dipraktikkan. Dalam etika sebagai refleksi kita berpikir tentang apa yang harus atau tidak boleh dilakukan. Perusahaan yang menggunakan etika akan meningkatkan keterlibatan karyawan karena kerja diperlukan tidak hanya untuk menghasilkan yang terbaik, tetapi juga untuk menerimanya dengan cara yang baik. Penerapan etika bisnis juga melindungi prinsip kebebasan bisnis dan meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menghindari sanksi pemerintah atas pelanggaran aturan etika yang dianggap illegal. Sumber acuan etika dalam berbisnis adalah etika yang bersumber dari teladan manusia besar dunia yaitu Nabi Muhammad SAW sebagai berikut:

a. Kejujuran

Melihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan dalam upaya yang telah dilakukan oleh usaha Capcuzz dapat dikatakan sudah menerapkan unsur etika bisnis Islam pada konsep kejujuran. Dalam hal ini Capcuzz selalu mengontrol bahan baku dengan tidak menggunakan bahan sisa yang mungkin tidak terjual habis saat memproduksi bahan bakunya untuk dapat mengambil keuntungan dan menghemat biaya produksi. Pihak dari Capcuzz sampai pada tahap untuk memproduksi cincau sendiri agar dapat lebih mudah mengatur bahan baku agar dapat digunakan sesuai kebutuhan pada saat masa pandemi.

Hal serupa juga dilakukan oleh Sarisa, pada saat pandemi kemungkinan bahan baku tersisa juga mungkin bisa terjadi dan juga dapat mengalami penumpukan stok, akan tetapi Sarisa sangat memperhatikan norma-norma kejujuran dan kepuasan konsumen untuk dapat menerima produk olahan salak yang selalu masih dalam kondisi segar. Hal tersebut telah menjadi upaya sarisa dalam selalu mengontrol bahan baku dengan

cara menyediakan stok produksi hanya pada jumlah yang sudah dipesan dihari sebelumnya.

Kemudian pada usaha Soto Holywood juga menerapkan konsep kejujuran dengan tidak menaikkan harga pada saat pandemi. Mengingat Soto Holywood melakukan penggunaan bahan baku yang dibeli secara sedikit untuk menyesuaikan jumlah penjualan yang berkurang saat pandemi. Sebab Pak Aris Sudianto juga menyadari situasi yang dialami bagi seluruh masyarakat disekitar merasakan keterpurukan yang sama. Dari apa yang telah diupayakan oleh piha Soto Holywood tersebut sudah sejalan dengan konsep etika bisnis islam dalam menjalankan suatu usaha.

Selanjutnya pada usaha Warung Makan Gajebo jika dilihat dari upaya yang telah dilakukan yaitu dalam strategi pengurangan biaya operasional pada upaya mengurangi persiadaan bahan baku yang tidak banyak seperti biasanya. Pak Teguh selaku pemilik menyatakan bahwa sistem operasional yang dilakukan Warung Gajebo sedikit dirubah pada saat pandemi yaitu, tidak menumpuk stok bahan baku yang tersisa dan selalu menggunakan bahan yang selalu segar. Dengan upaya mengontrol bahan baku telah dilakukan oleh pihak Warung Makan Gajebo, hal ini sudah membuat Warung Makan Gajebo selalu memperhatikan norma-norma dan konsep berjualan secara jujur dari sudut pandang islam.

Konsep kejujuran yang dimiliki oleh usaha kuliner Susu Shi Jeckex juga serupa seperti usaha lainnya, yaitu dengan jumlah konsumen yang terus berkurang selama pandemi membuat pihak Susu Shi Jeckex melakukan evaluasi dalam persediaan bahan baku. Menurut mas Joko pemilik dari usaha ini, tidak bisa dipungkiri walaupun sudah mengurangi jumlah bahan yang diproduksi terkadang masih ada produk yang masih tersisa. Akan tetapi Mas Joko tidak membuang makanan sisa tersebut, melainkan beliau memberikan sisa produk makanan tersebut ke tetangga-tetangga sekitar rumahnya untuk dijadikan makanan ayam atau bebek pemeliharaan dari tetangga tersebut. Hal ini dilakukan pihak Susu Shi Jeckex agar menyediakan produk yang selalu baru dan juga tidak

membuang makanan secara sia-sia.

Sama dengan usaha kuliner sebelumnya Warung Makan Andalas juga memiliki kekhawatiran terhadap jumlah konsumen yang membeli pada saat pandemi. Pihak Warung Andalas takut banyak bahan-bahan yang bersisa pada saat pandemi dikarenakan jumlah pembeli yang kurang. Pada akhirnya bapak Yose Rizal sebagai pemilik membaca kondisi situasinya dan juga sudah melakukan pengurangan jumlah yang akan diproduksi menjadi lebih menyesuaikan keadaan. Langkah tersebut kemudian menjadi teratasi membuat bahan baku yang diperkirakan itu akan selalu tersisa, ternyata selalu cukup. Jadi bahan baku yang dijual Warung Andalas selalu dalam keadaan segar terus dan tidak ada yang basi ketika dijual selama pandemi.

Hal serupa juga diikuti oleh usaha Sop dan Soto Pak Jamal dalam menerapkan etika bisnis islam dengan konsep kejujuran. Menurut pak Jamal usaha kulinernya sudah menyesuaikan dengan rata-rata konsumen pada saat pandemi itu. Jadi Pak Jamal sebagai pelaku usaha soto ini mengaku untuk bahan bakunya sudah dipastikan sudah cukup dan jarang sekali ada bahan yang sampai tidak bagus lagi. Sebab Soto Pak Jamal sebisa mungkin mengupayakan agar tetap menggunakan bahan-bahan baru atau segar sebelum dijual kepada konsumen.

b. Tolong Menolong

Jika dilihat dari unit usaha Capcuzz dalam mempertahankan usahanya dari kondisi pandemi, pihak Capcuzz melakukan pengurangan SDM. Hal ini dapat dikatakan bersimpangan dengan etika bisnis Islam dengan konsep tolong menolong dan juga tanggung jawab. Menurut mas Sandhi sebagai pemilik hal ini terpaksa dilakukan oleh pihak Capcuzz guna untuk meminimalisir biaya operasional, dikarenakan kerugian yang terjadi pada saat pandemi berlangsung yang mengharuskan beberapa outlet harus ditutup.

Hal serupa juga dilakukan oleh pihak unit usaha Sarisa Merapi,

Sarisa Merapi juga melakukan pengurangan karyawan dari 12 tenaga kerja, menjadi 9 tenaga kerja saja. Sebab menurut Ibu Rini Handayani pengurangan tenaga kerja tersebut terpaksa dilakukan dikarenakan pada saat pandemi jumlah pekerjaan yang dikerjakan selama operasional menjadi tidak banyak seperti sebelumnya. Hal tersebut dilakukan agar pekerjaan selama operasional menjadi lebih efisien saja dan sedikit mengurangi biaya operasional.

Dari data tersebut dapat dikatakan pihak Capcuzz dan Sarisa Merapi kurang memperhatikan etika bisnis Islam dengan unsur tolong menolong sebab dalam menjalankan bisnis menurut etika bisnis Islam, sebagai pelaku usaha harus memperhatikan unsur tolong menolong dan tidak hanya memperhatikan aspek keuntungan saja.

Berbeda dengan yang dilakukan oleh unit usaha kuliner Soto Holywood, pada saat pandemi dalam kegiatan operasional melakukan perubahan pada sistem kerja untuk SDM yang dimiliki. Pak Aris Sudianto menyatakan bahwa pada saat pandemi tidak sampai melakukan pengurangan karyawan, akan tetapi pihak Soto Holywood mengubah sistem shift secara bergantian tiap minggunya. Hal ini dilakukan pihak Soto Holywood dikarenakan tidak efisiennya pekerjaan jika menggunakan full tenaga kerja setiap harinya sebab pekerjaan yang dilakukan tidak begitu banyak seperti sebelum pandemi. Selanjutnya dalam pengupahan juga menyesuaikan dengan keadaan pada saat pandemi tersebut dan pada saat toko berhenti beroperasi selama 2 bulan pihak Soto Holywood masih memberikan uang gaji pada karyawan. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa Soto Holywood masih memperhatikan unsur tolong menolong bagi karyawannya.

Selanjutnya, menurut Bapak Teguh selaku pemilik Warung Makan Gajebo pada saat pandemi semua masyarakat pasti ikut merasakan keterpurukan dalam kondisi pandemi tersebut. Dengan memikirkan hal tersebut dalam pengambilan keputusan pihak Warung Gajebo memutuskan untuk tidak melakukan pengurangan SDM yang dimiliki.

Akan tetapi pihak Warung Gajebo melakukan sistem operasional kerjaan di warung menjadi sistem bergantian persatu minggunya dan memberikan sewa kontrakan untuk para karyawan serta uang bulanan. Pada saat sebelum pandemi Warung Gajebo dapat menggunakan 10 karyawan disetiap harinya, pada saat pandemi menjadi 5-6 karyawan secara bergantian disetiap minggunya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa Warung Gajebo sangat memikirkan para pekerjanya, dan saling membantu sesuai dengan salah satu unsur etika bisnis Islam di saat situasi pandemi berlangsung.

Kemudian pada usaha Susu Shi Jeckex juga mengalami kendala pada saat pandemi pada sistem SDM yang dimilikinya. Mas Joko selaku pemilik menyatakan, pada saat pandemi hal yang memungkinkan dilakukan pada saat awal pandemi tersebut adalah mengurangi karyawan. Pada awal pandemi beberapa karyawan diputuskan untuk dirumahkan terlebih dahulu, sebelum keputusan tersebut pihak Susu Shi Jeckex melakukan pembicaraan terlebih dahulu dengan para karyawan tentang situasi perusahaan saat pandemi tersebut. Akan tetapi karyawan yang dirumahkan tersebut bersifat hanya sementara, para karyawan yang dirumahkan itu akan dipanggil kembali dan mengusahakan menggunakan karyawan yang lama setelah situasi sudah mulai kondusif kembali. Hal ini dapat dikatakan masih memperhatikan unsur etika bisnis Islam tolong menolong. Walaupun Susu Shi Jeckex melakukan pengurangan karyawan, tetapi masih bersifat sementara dan masih melakukan prioritas pemanggilan kembali pada karyawan terdahulu dan masih tetap memberikan upah akan tetapi hanya sekedar gaji pokok dengan sedikit potongan.

Pada usaha Warung Padang Andalas juga mengalami hal yang serupa dengan Warung Gajebo yaitu menurut Bapak Yose Rizal selaku pemilik, Warung Padang Andalas juga mengalami kendala pada sistem operasi tenaga kerja, mengingat memang kondisi pandemi tersebut sangat berdampak di setiap sektor. Warung Padang Andalas memutuskan tidak

melakukan pengurangan karyawan tetapi mengalami perubahan sistem kerja menjadi shift kerja yang bergantian pada karyawan. Sebab perubahan jumlah konsumen yang datang dan perubahan pada suatu pekerjaan yang menjadi lebih sedikit, mengakibatkan pengurangan jumlah pekerja yang dibutuhkan agar dapat menjadi lebih efisien. Sejalan dengan penerapan etika bisnis Islam, Warung Padang Andalas juga memperhatikan unsur tolong menolong pada tenaga kerja yang dimiliki.

Kemudian yang dilakukan oleh usaha kuliner Sop dan Soto Pak Jamal menyatakan bahwa, usaha kuliner soto pak Jamal tidak melakukan pengurangan karyawan sama sekali dan masih tetap memaksimalkan untuk dapat mempertahankan karyawan sepenuhnya selama pandemi. Walaupun dengan pendapatan yang sedikit. Akan tetapi Pak Jamal dan karyawan sepakat bahwa untuk selama pandemi perusahaan hanya dapat memberikan gaji pokok, tidak dengan tambahan seperti sebelum pandemi.

c. Transparansi dalam pengupahan

Pada saat pandemi berlangsung sangat menjadi kondisi yang membuat sektor usaha menjadi menurun dan mengalami kesulitan dalam menjalankan unit usaha pada setiap sektor, termasuk pada pengupahan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki perusahaan. Transparansi dalam mengupah karyawan menjadi salah satu hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan, karena hal tersebut juga termasuk prinsip yang digunakan Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad berkata: "Berikan upah pekerja sebelum keringat mereka berhenti." Hadits ini menunjukkan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.

Pada penelitian ini ketujuh objek penelitian ditemukan bahwa telah melakukan prinsip transparansi dan menyatakan tidak menemukan kendala pada saat pandemi berlangsung. Dapat dilihat dari seperti yang dilakukan oleh usaha kuliner Capcuzz, Mas Sandhi menyatakan selama pandemi berlangsung pihak Capcuzz tidak mengalami kendala saat

pengupahan karyawan karena telah memangkas beberapa biaya operasional yang tidak dibutuhkan.

Selanjutnya pada usaha Sarisa Merapi juga tidak menemukan masalah dalam melakukan pengupahan pada karyawan. Ibu Rini Handayani menyatakan bahwa, untuk pengupahan pada karyawan Sarisa Merapi tidak mengalami kendala. Sebab Sarisa Merapi masih banyak memiliki dana cadangan perusahaan, yang awalnya diperuntukkan untuk biaya perawatan alat dan mesin. Jadi karyawan masih dapat menerima gaji dengan jumlah yang seperti biasanya dan perusahaan masih dapat berjalan selama pandemi tersebut.

Soto Holywood juga menerapkan transparansi pengupahan, menurut Bapak Aris Sudio, pada Soto Holywood masih tetap memaksimalkan untuk tetap membayar gaji karyawan walaupun dengan keadaan kondisi penjualan yang sedang sangat menurun dan terkadang dengan resiko membayar upah dengan uang pribadi. Akan tetapi pada pengupahan karyawan pihak Soto Holywood telah disepakati dengan upah yang tidak sebesar pada saat sebelum pandemi, karena pekerjaan yang dilakukan ditoko tidak begitu banyak dan juga menggunakan sistem bekerja secara bergantian, maka diperlukan penyesuaian pengupahan mengikuti sistem operasional yang sudah disesuaikan.

Kemudian pada Warung Gajebo dan Susu Shi Jeckex memiliki persamaan yaitu telah melakukan pengupahan karyawan sesuai dengan yang pekerjaan yang dilakukan dan tidak terkendala sama sekali untuk memberikan gaji karyawan selama pandemi dengan jumlah pendapatan yang berkurang. Menurut Pak Teguh selaku pemilik Warung Gajebo, pembiayaan gaji karyawan tidak mengalami kesulitan, akan tetapi pengupahan sudah disesuaikan sesuai jumlah hari kerja pada setiap karyawan. Selanjutnya menurut Mas Joko, pengupahan tidak mengalami kendala dikarenakan jumlah karyawan telah dikurangi dan membuat pembayaran gaji karyawan menjadi lebih efisien selama pandemi berlangsung.

Menurut Yose Rizal pemilik Warung Padang Andalas, upah yang dibayarkan kepada seluruh karyawan Warung Padang Andalas sudah sesuai dengan kesepakatan sebelumnya dan tentunya melihat dengan sistem kerja yang sudah diubah saat pandemi secara bergantian setiap minggunya. Untuk para karyawan Warung Padang Andalas juga sudah menyepakati hal tersebut dikarenakan mereka juga sudah mengerti dengan kondisi yang ada pada saat pandemi berdampak bagi Warung Padang Andalas. Hal tersebut dilakukan oleh pihak Warung Padang Andalas hanya bersifat sementara sampai keadaan normal lagi.

Menurut Pak Jamal selaku pemilik usaha kuliner Sop dan Soto Pak Jamal, pengupahan mungkin bakal menjadi kendala terbesar saat menjalankan usaha tersebut ditengah pandemi yang mana jumlah penurunan pendapatan semakin terjadi dikarenakan konsumen menjadi sangat jarang untuk membeli dagangan dari Soto Pak Jamal. Kemudian melihat fenomena yang terjadi pada usaha ini, Pak Jamal selaku pemilik melakukan penjelasan terhadap seluruh karyawan tentang kondisi usaha ini kemudian pihak Soto Pak Jamal menyatakan tidak dapat lagi memberikan bonus atau tambahan kepada seluruh karyawan dan hanya dapat memberikan gaji pokok. Hal tersebut telah disepakati oleh seluruh karyawan dan telah dibuktikan dengan masih bertahannya seluruh karyawan di usaha Soto dan Sop Pak Jamal.

Dari data diatas dapat diketahui beberapa unit usaha kuliner yang berada di Yogyakarta sepenuhnya masih belum mempertahankan unsur-unsur etika bisnis Islam. Akan tetapi pada setiap upaya yang telah dilakukan dalam mempertahankan usaha kulinernya, setiap usaha kuliner yang menjadi objek penelitian ini telah memaksimalkan untuk tetap memperhatikan unsur-unsur yang sejalan dengan etika bisnis Islam. Meskipun dengan keadaan yang dihadapi para pelaku usaha dapat dikatakan dalam kondisi yang tidak mudah untuk menghadapi fenomena pandemi *covid-19*, yang melanda seluruh dunia khususnya Indonesia.

B. Pembahasan

1. Strategi Usaha Kuliner dalam Bertahan pada Masa Pandemi

Pandemi *Covid-19* di Indonesia sangat berpengaruh dampaknya terhadap kegiatan usaha kuliner yang ada di Indonesia sendiri, mulai dari konsumen yang menurun dan juga dengan kebijakan pemerintah yang melakukan pembatasan terhadap masyarakat. Hal ini membuat pelaku usaha kuliner menjadi lebih bekerja keras untuk mempertahankan usaha yang dimiliki. Adapun strategi-strategi yang menurut Fred R. David yaitu Strategi Penciutan, Strategi Divestasi dan Strategi Likuidasi sebagai bentuk strategi bertahan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha.

Strategi penciutan yang dilakukan oleh beberapa usaha kuliner di Yogyakarta seperti Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas dan Soto Pak Jamal memiliki persamaan yang terletak pada mengurangi biaya operasional dengan cara melakukan inovasi pada pengurangan bahan baku dan juga melakukan pengurangan karyawan. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya mobilitas masyarakat yang membuat para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan. Keputusan ini diambil oleh beberapa pelaku usaha dikarenakan keadaan pandemi yang muncul secara tiba-tiba membuat para pelaku usaha tidak memiliki persiapan yang matang untuk dapat mempersiapkan situasi seperti hal tersebut dan langkah yang dapat diambil secara cepat untuk tetap bisa bertahan adalah melakukan strategi penciutan dalam bentuk pengurangan biaya operasional.

Selanjutnya strategi divestasi, divestasi juga menjadi teknik umum bagi perusahaan yang ingin melakukan perampingan dari fokus mereka, serta mengurangi operasional yang tidak menguntungkan dan menghindari diversifikasi berlebihan. Pada penelitian ini hanya dua pelaku usaha yang melakukan strategi divestasi yaitu, Capcuzz dan Soto Holywood. Salah satu upaya strategi yang dilakukan oleh usaha kuliner Capcuzz adalah menjual beberapa sebagian outlet dan menjual salah satu kendaraan yang menjadi kendaraan operasional dari usaha tersebut. Tujuan usaha Capcuzz

melakukan penjualan tersebut agar dapat menambah biaya modal kembali dan bisa menutup biaya operasional, karena pada saat pandemi Capcuzz harus meminimalkan pengeluaran yang dianggap berlebihan agar dapat bertahan pada situasi pandemi. Hal serupa juga dilakukan oleh usaha kuliner Soto Holywood, pihak Soto Holywood mengharuskan untuk melakukan penjualan terhadap kendaraan yang menjadi kendaraan operasional untuk mengangkat bahan baku. Dari upaya yang dilakukan oleh Soto Holywood dalam melakukan penjualan aset tersebut bertujuan agar dapat menutupi biaya operasional yang semakin rugi akibat penurunan konsumen yang terjadi pada saat pandemi.

Berbeda dengan pelaku usaha kuliner lainnya seperti Sarisa Merapi, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Makan Andalas, serta Sop dan Soto Pak Jamal. Pada kelima usaha ini tidak melakukan strategi divestasi selama kondisi pandemi berlangsung untuk dapat bertahan, karena dengan strategi penciutan yang telah dilakukan usaha yang dimiliki membuat para pelaku usaha tersebut dapat berhasil bertahan sampai pandemi mulai normal kembali.

Selanjutnya strategi likuidasi, likuidasi merupakan suatu langkah dimana suatu perusahaan menjual semua aset perusahaan secara terpisah dengan imbalan aset berwujud. Likuidasi menjadi salah satu keputusan yang dipilih oleh perusahaan dikarenakan menjadi langkah yang lebih baik dilakukan untuk menghentikan operasi dari pada mengalami kerugian dalam jumlah yang lebih banyak. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas dan Soto Pak Jamal, tidak ada yang sampai mengambil langkah untuk melakukan strategi likuidasi. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha tersebut sudah berhasil mengupayakan usaha yang dimiliki dengan menggunakan 2 strategi yaitu strategi penciutan dan strategi divestasi dalam mempertahankan usahanya untuk dapat bertahan di masa pandemi *Covid-19*.

Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan terhadap 7

usaha kuliner di Yogyakarta Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex juga telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardilawati (2020) yang memiliki temuan bahwa UMKM perlu melakukan beberapa penyesuaian pada produknya guna dalam upaya bentuk responsive terhadap perubahan lingkungan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Achmad Alfin (2021) yang memaparkan bahwa dari dampak pandemi *covid-19* perlunya melakukan penyesuaian serta perbaikan pada produk dan layanan, dengan cara memonitoring terhadap biaya operasional dan melakukan penyesuaian serta pelaku usaha perlu memerhatikan ketahanan produk mereka.

Kemudian, dari segi efektifitas untuk strategi konvensional seperti strategi penciutan, strategi divestasi, dan strategi likuidasi sudah sangat efektif untuk digunakan oleh pelaku usaha. Akan tetapi akan berjalan dengan lebih baik lagi jika sebuah pelaku usaha juga memperhatikan etika bisnis Islam pada setiap strategi yang telah dilakukan. Sebab menurut Islam, pengusaha tidak hanya berusaha untuk memaksimalkan keuntungan saja akan tetapi juga memperhatikan dari bagaimana perspektif Islam memandang setiap upaya kegiatan yang dilakukan.

2. Strategi Usaha Kuliner dalam Bertahan pada Masa Pandemi dalam Etika Bisnis Islam

Dalam melakukan upaya bertahan dalam menghadapi pandemi *covid-19* para pelaku usaha harus tetap perlu memperhatikan etika bisnis dalam Islam. Adapun beberapa unsur dasar yang diterapkan oleh para pelaku usaha yaitu kejujuran, tolong menolong, dan transparansi terhadap pengupahan.

Kejujuran menjadi sebuah konsep utama yang perlu diperhatikan oleh setiap usaha, sebab para pelaku usaha diharapkan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada usaha yang sedang kita jalankan. Jika sebuah usaha menjalankan sebuah bisnisnya dengan berlandaskan kejujuran maka hal tersebut akan berdampak sangat positif

untuk suatu usaha itu sendiri. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 7 pelaku usaha kuliner di Yogyakarta semuanya masih memperhatikan unsur kejujuran dalam usahanya. Dapat dilihat dari upaya yang sama para pelaku usaha untuk tetap melakukan penyesuaian terhadap bahan baku, dan tidak melakukan penimbunan bahan serta menggunakan bahan yang tidak layak untuk dijual kembali kepada konsumen. Hal ini dilakukan para pelaku usaha bertujuan untuk tetap menjaga kualitas produk mereka kepada para konsumennya.

Dari hasil yang ditemukan tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan (Ali, 2020) yang menyatakan prinsip kejujuran perlu dilakukan oleh setiap pelaku bisnis dan konsumen terhadap produk yang akan dijual dan dibeli, sebab prinsip kejujuran menjadikan salah satu kunci keberhasilan oleh tiap pelaku usaha.

Selanjutnya unsur tolong menolong juga menjadi unsur yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha. Karena suatu usaha tidak hanya mementingkan dan mencapai keuntungan semata saja, akan tetapi suatu usaha juga harus dapat menjadi sebuah hal yang bermanfaat bagi orang lain. Pada penelitian ini 7 pelaku usaha yang menjadi objek penelitian ini hanya 5 pelaku usaha yang menerapkan unsur tolong menolong yaitu Soto Hollywood, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalan serta Sop dan Soto Pak Jamal. Dari 5 pelaku tersebut masih menerapkan unsur tolong menolong dengan cara untuk tetap memikirkan karyawan yang dimiliki dan memberikan solusi lain seperti perubahan sistem kerja dan juga hanya melakukan pemberentian yang bersifat sementara, hal ini dilakukan usaha tersebut agar tetap dapat mengurangi operasional tanpa kehilangan karyawan yang dimiliki. Berbeda dengan usaha kuliner Capcuzz dan Sarisa Merapi ditemukan bahwa adanya melakukan pemutusan kerja beberapa karyawan karena untuk mengurangi biaya operasional serta menganggap hal tersebut perlu dilakukan agar pekerjaan selama operasional menjadi lebih efisien selama pandemi *covid*.

Selanjutnya etika bisnis berdasarkan unsur transparansi dalam

pengupahan. Hal ini menjadi sangat penting bagi para pelaku usaha dikarenakan para pelaku usaha harus tetap memperhatikan hak-hak para pekerja. Oleh sebab itu setiap bisnis yang dijalankan perlu memberikan hasil upah yang sesuai dengan apa yang dikerjakan dan adanya melakukan komunikasi kepada pihak karyawan, walaupun dengan kondisi perusahaan yang sedang tidak baik.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa seluruh 7 pelaku usaha yang menjadi objek penelitian seluruhnya masih menerapkan unsur transparansi pengupahan terhadap karyawan. Dapat dilihat bahwa 7 usaha kuliner yang berlokasi di Yogyakarta tersebut tidak mengalami kendala pengupahan terhadap karyawan walaupun dengan kondisi perusahaan yang sedang tidak berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilakukan karena dengan upaya strategi yang telah dilakukan oleh para pelaku usaha yaitu strategi penciutan dan strategi divestasi pada saat pandemi berlangsung.

Pada temuan yang ditemukan pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hardiati & Yunus Rusyana, 2021) yang menyatakan bahwa setiap bisnis perlu mewujudkan kemaslahatan antar sesama manusia dan menerapkan etika bisnis berdasarkan prinsip Islam seperti memikirkan hak para konsumen dan hak para pekerja, serta bertanggung jawab. Hal ini dilakukan oleh para pelaku bisnis bertujuan agar para pelaku usaha tidak hanya memikirkan keuntungan saja dan memperhatikan tujuan akhir kita sebagai hamba Allah SWT yaitu akhirat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara wawancara dan observasi lapangan terhadap para pelaku usaha kuliner disekitar kampus UII Yogyakarta yang terdampak pandemi *covid-19* dalam melakukan strategi mempertahankan usaha kulinernya di situasi pandemi *covid-19* dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Strategi Bertahan yang Digunakan Usaha Kuliner Yogyakarta Selama Pandemi

Pada penelitian ini seluruh unit usaha seperti Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, dan Sop & Soto Pak Jamal melakukan strategi *retrenchment* dan melakukan pengurangan biaya operasional seperti mengurangi bahan baku dan melakukan perampingan pada bagian SDM di setiap unit usaha kuliner. Sebab strategi ini dianggap yang paling efisien dan dapat untuk memungkinkan dilakukan oleh para pelaku usaha kuliner dalam bentuk mengupayakan bertahan pada situasi dan kondisi selama pandemi *covid-19*. Selanjutnya hanya ditemukan 2 unit usaha yang melakukan strategi divestasi seperti unit usaha Capcuzz dan Soto Holywood. Kedua unit usaha ini sama-sama melakukan penjualan aset seperti mobil yang digunakan sebagai operasional perusahaan. Sebab dengan hanya melakukan strategi penciutan dan pengurangan biaya operasional masih dianggap belum cukup untuk mempertahankan kedua unit usaha tersebut selama pandemi berlangsung.

2. Strategi Bertahan dalam Etika Bisnis Islam

Para pelaku usaha harus selalu memperhatikan unsur-unsur perspektif Islam dalam setiap kegiatan yang dilakukan para pelaku usaha agar tidak merugikan perusahaan sendiri maupun orang lain. Adapun beberapa dari banyaknya dalam unsur konsep beretika dalam bisnis

menurut pandangan Islam sebagai berikut: Pertama adalah kejujuran, kejujuran adalah syarat utama dalam berbisnis dikarenakan Rasulullah sangat menganjurkan kejujuran dalam berbisnis. Kedua, tolong menolong serta bermanfaat bagi orang lain, kesadaran akan pentingnya kegiatan kewirausahaan secara sosial. Menurut Islam, pengusaha tidak hanya berusaha untuk memaksimalkan keuntungan saja. Ketiga, transparansi upah pekerja sebab, Nabi Muhammad berkata: "Berikan upah pekerja sebelum keringat mereka berhenti." Hadits ini menunjukkan bahwa pembayaran upah tidak boleh ditunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan. Dari seluruh unit usaha kuliner yang ada pada penelitian ini seperti Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, dan Soto Pak Jamal telah memaksimalkan seluruh upaya untuk tetap mempertahankan usahanya di situasi pandemi *covid-19* dan tetap memperhatikan unsur dari etika bisnis Islam. Akan tetapi ditemukan bahwa 2 unit pelaku usaha kuliner seperti Capcuzz dan Sarisa Merapi yang masih belum menerapkan prinsip tolong menolong dalam upaya mempertahankan usahanya dalam kondisi situasi pandemi.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat menjadi masukan yang berguna bagi pelaku usaha maupun pembaca penelitian ini:

1. Kepada para pelaku usaha kuliner dan khususnya yang ada pada penelitian ini yaitu Capcuzz, Sarisa Merapi, Soto Holywood, Warung Makan Gajebo, Susu Shi Jeckex, Warung Padang Andalas, dan Soto Pak Jamal. Untuk dapat mempersiapkan strategi dan dapat terus melakukan inovasi pada usahanya jika terjadi fenomena yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya, tentunya dengan tetap sejalan dengan prinsip etika bisnis berdasarkan prinsip Islam. Hal ini dilakukan demi kesiapan para pelaku usaha jika kejadian yang serupa seperti pandemi, agar tidak terkejut serta mengambil

langkah untuk likuidasi, dan diharapkan untuk setiap pelaku usaha kuliner agar bisa mengendalikan ancaman eksternal dikemudian hari.

2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan jika menggunakan topik yang serupa agar dapat meninjau dengan objek unit usaha berbeda yang masih terdampak dan perlu menggali data yang lebih dalam, serta mengkaji lebih luas dari sudut pandang etika bisnis Islam. Sehingga akan mendapatkan temuan strategi lain yang mungkin juga lebih efektif saat terjadi pada fenomena *covid-19*.

Penelitian ini masih dikatakan jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pembandingan serta menjadi pertimbangan guna memperluas dipenelitian selanjutnya dengan tolak ukur yang berbeda pada topik yang masih berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajusta, A. G., & Nurullah, S. A. (2021). *MEMBANGUN BISNIS KULINER SEBAGAI PEMULA*. 6(November).
- Alfin, A. (2021). ANALISIS STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI KRISIS DI ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12).
- Ali, M. H. (2020). Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), 34–42.
- Baidowi, A. (2010). Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam. *Hukum Islam*, 9(1412–3851), 239–250.
- Creswell, J. w. (2013). *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods*.
- Diah Juniar Perdamaian, P., Puspita, A., & Frida, N. (2020). Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 84–94. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.61>
- Efni Yulia Harahap, Nabila Ramadhani, Nurita Maha, & Sella Fauziati Harlina. (2022). Strategi Bertahan UMKM Dalam Menghadapi Masa Pandemi Covid-19” (studi kasus Bintang 2 Burger). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Fred R, D. (2011). *Strategic Management; Manajemen Strategis Konsep* (P. Wuriati (ed.); 12th ed.). Salemba Empat.
- Ginting, N. S. (2020). *Pelaku UMKM di DIY Memiliki Peran Strategis pada Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi*. <https://jogja.tribunnews.com/2020/08/20/pelaku-umkm-di-diy-memiliki-peran-strategis-pada-pemulihan-ekonomi-masa-pandemi>
- Hardiati, N., & Yunus Rusyana, A. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1862>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi

- Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hidayat, A. (2020). *Begini strategi Kemenperin menjaga pertumbuhan positif industri makanan dan minuman*. <https://industri.kontan.co.id/news/begini-strategi-kemenperin-menjaga-pertumbuhan-positif-industri-makanan-dan-minuman>
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi (FE)*, 9(2), 50–58. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>
- OECD. (2020). Covid-19: SME Policy Responses. *Tackling Coronavirus (COVID-19): Contributing to a Global Effort, March*, 1–55. https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Sucipto, & Nurohman, D. (2021). *Strategi Bertahan Pelaku Usaha Wisata dalam Menghadapi*. 299–321.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (Kedua)*. Afabeta.
- Suharson, A. (2020). *Strategi UMKM Bnatul Merespon Pandemi (Studi Kasus Bidang Kriya/Kerajinan)*. 1(3), 7–8.
- Viariani, W., Deni Lubis, & Marhamah Muthohharoh. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi COVID-19 di Kota Banda Aceh. *Al-Muzara'Ah*, 10(1), 33–45. <https://doi.org/10.29244/jam.10.1.33-45>

LAMPIRAN

Lampiran Hasil Wawancara Responden

Strategi Bertahan Di Masa Pandemi Pengusaha Makanan di Yogyakarta dalam Perspektif Islam

Capcuzz

Hari/Tanggal : 12 Januari 2023

Lokasi : Via Telfon Whatsapp

Narasumber : Mas Sandhi

Jabatan : Owner

A. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi Covid-19?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawab: Awal berdirinya itu tahun 2012 yang mana pada saat itu saya masih berpartner dan kami memiliki ide dan melihat di Riau itu sedang ngetren minuman cappucino cincau. Pada saat itu kebetulan kita mengikuti lomba bisnis dan mendapatkan suntikan dana dari hasil lomba tersebut, kemudian kita membuka bisnis Nasi uduk untuk pagi dan sore sampai malam kita jualan es capucino cincau. Seiring berjalannya waktu nasi uduk nya tutup dikarenakan kurang laris dan masih mempertahankan jualan es cappucino walaupun masih rugi 6 bulan, akan tetapi rugi nya tidak sebanyak nasi uduk. Tahun 2014 capcuzz sempat jatuh, kemudian bertemu dan belajar dengan guru hebat, sehingga kemudian membangkitkan capcuzz kembali. Pada tahun 2016 awal, capcuzz menjual cappucino cincau yang pada saat itu booming. Capcuzz menyajikan seperti halnya penjual lainnya yaitu mencampurkan beberapa macam bahan seperti sirup, susu, kopi, cincau dan sebagainya menjadi satu kesatuan

dengan es batu di dalam sebuah blender.

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid 19* berlangsung?

Jawab : Kalo secara umum ya tidak bisa dipungkiri kita juga goyang ya mas, yang awalnya kita memiliki 14 outlet dan itu kita harus terpaksa berkurang menjadi setengahnya karena pada saat awal pandemi itu kondisinya sudah tidak memungkinkan terutama outlet-outlet yang penduduknya itu rata-rata mahasiswa yang pada saat pandemi itu kebanyakan pulang ke rumahnya masing-masing

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Ya itu tadi mas, kita melakukan pengurangan outlet karna pendapatan yang tidak begitu maksimal lagi. Jadi kita terpaksa beroperasi hanya dengan

Beberapa outlet yang sekiranya dapat kita jalankan untuk tetap bertahan karna secara pendapatan kita langsung minus

B. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha?

Jawaban: Pasti mas, bahkan yang biasanya kita membeli stok cincau itu dipasar, kita langsung puter otak dan mencari alternatif lain seperti kita mencoba membuat atau memproduksi cincau sendiri. Kelebihan dari kita memproduksi cincau sendiri yang kita temui itu ialah operasional jauh lebih cepat, kita tidak perlu mobil box untuk pengangkutan dan juga bisa dibuat sesuai kebutuhan kita sendiri dan ketahanannya cukup untuk berapa hari itu kita bisa manajemen sendiri.

Terus untuk bahan baku lain kita juga mencari lagi supplier yang lebih murah

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: Iya mas seperti yang saya sebutkan tadi kita melakukan penjualan aset dari beberapa outlet, kemudian kita sempat menjual mobil box untuk pengangkutan bahan cincau di pasar

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Iya betul mas. Waktu itu kita memiliki karyawan full time dan part time. Akhirnya pada saat pandemi itu kita hanya menggunakan karyawan untuk full time saja. Termasuk untuk beberapa outlet yang kita tutup juga banyak, yang awalnya kita memiliki 50 karyawan kita pangkas menjadi 20 karyawan. Selanjutnya untuk manajemen yang awalnya 4 orang menjadi hanya 1 orang saja. Sebelum melakukan pengurangan kita juga sudah bicara kepada seluruh karyawan untuk kondisi perusahaan seperti apa.

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Ya mungkin kita selalu melihat kondisi dan keadaan pada saat pandemi itu mas, kemudian kita lihat apa yang perlu dievaluasi. Karena kondisi dan jumlah penjualan yang fluktuatif membuat kita dituntut untuk tetap mengharuskan bagaimana menemukan upaya-upaya untuk tetap berjalan selama pada saat pandemi. Abis itu kita juga harus tetap menjaga efisiensi operasional selama pandemi kemarin.

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala selama pandemi?

Jawaban: Alhamdulillah tidak ada ya mas. Kita masih memberikan upah yang seperti biasanya

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku?

Jawaban: Kalo pada saat pandemi agar tidak banyak bahan yang

tersisa kita yang biasanya membeli karungan, pas saat pandemi kita mencoba untuk membeli kiloan. Harga jelas lebih mahal karna kita beli sedikit-sedikit, mungkit gitu cara kita mengontrol bahan bakunya

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Perbaikan produk mungkin ga ada ya mas, masih sama aja. Mungkin kita lebih melakukan kontrol produk dari segi rasa. Karena kan kita menggunakan bahan yang lebih murah dan cincau sekerang kita memproduksi sendiri. Ya mungkin kita selalu melakukan kontrol dari produk kita.

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: Sudah pasti mas, karna kan kita bagaimana pun harus tetep membuka usaha ini. Nah pada saat pandemi itu untuk restoran makanan ataupun minuman itu udah ada regulasi saat terjadinya pandemi. Nah itu kita selalu mengikuti peraturan yang ada seeperti, kita menyediakan tempat cuci tangan didepan, jam buka tidak boleh lebih dari jam yang ditentukan, karyawan dan staff itu kita wajib vaksin. Tujuannya agar konsumen nyaman juga

9. Bagaimana dengan promosi UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: Untuk dari kita sih tidak melakukan promo khusus gitu dari capcuz, akan tetapi kebetulan waktu itu merchant Shopeefood baru pertama kali buka nah mereka melakukan promosi yang sangat besar dari aplikasinya. Nah disitu kita juga sedikit terbantu, marketnya mulai rame lagi pada saat itu

10. Apa yang menjadi faktor penghambat bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pademi berlangsung?

Jawaban: Mungkin bisa dikatakan faktor terhambatnya itu dari kita sendiri ya mas, contohnya untuk melakukan marketing kita hanya

memiliki budget yang ngepas, jadi biaya untuk melakukan promosi itu berkurang.

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: Betul mas, sebelum pandemi kita pun sudah sadar bahwa pasar online ini sudah sangat membantu sekali dalam membantu usaha makanan seperti Capcuzz ini. Jadi pada saat pandemi itu kita sangat terbantu sekali.

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Pertama mungkin karna capcuzz udah lama ya, bukan bisnis yang mulai dari nol ini bisa dibilang cukup membantu. Kedua efisiensi yang kita lakukan jauh lebih teratur dari pada sebelum pandemi yang akhirnya kita terbuka pada saat pandemi seperti contoh oh ini bahan baku bisa kita produksi sendiri loh, oh disana ada yang jual lebih murah loh. Jadi ya gitu mas, semenjak pandemi kita lebih bisa fokus pada faktor efisiensi untuk tetap bertahan

Sarisa Merapi

Hari/Tanggal : 17 Januari 2023

Lokasi : Rumah Produksi Sarisa Merapi

Narasumber : Ibu Rini Handayani

Jabatan : Owner

1. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawaban: Awalnya itu Sarisa berdiri ditahun 2016 dimana karena harga salak itu turun drastis, kita mengolah salak karena disini komoditas produk unggulannya itu salak sebab hampir 90% masyarakat disini mereka menanam salak. Akan tetapi disini harga salak itu tidak bisa ke angkat, dan kami mencoba berinovasi untuk salak ini kita coba olah siapa tau itu akan meningkatkan value harganya. Sehingga kita olah lah salak ini menjadi manisan salak. Kemudian setelah olahan manisan salak ini terjual, kami kemudian menambah lagi varian produk, ada sari salak, dodol salak, bakpia salak, pie salak.

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid 19* berlangsung?

Jawaban: Sebelum pandemi istilahnya kita sudah naik kelas ya mas, tapi pada saat pandemi tepatnya di awal pandemi banget itu kita mendapatkan pending dari semua orderan yang masuk ke kita, dan beberapa juga ada yang di cancel. Pada saat itu kita merasakan banget keterpurukan dan perusahaan kaya mati suri gitu.

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Pada saat kondisi perusahaan istilahnya sedang terpuruk itu kita libur selama 2 bulan, kita tidak bisa seperti ini terus.

Akhirnya kita mencoba melihat melalui google trend, trend pada saat sedang pandemi itu apa sih? Ternyata kami menemukan trend yang di online itu munculnya makanan sehat dan juga produk herbal. Akhirnya saya tertarik dengan herbal ini, saya melihat bunga telang ini trendnya naik, nah dari situ sarisa mencoba untuk menjalankan produk olahan bunga telang ini dan alhamdulillah produk herbal bunga telang kami ini berhasil untuk bisa menghidupi kami lagi pada saat pandemi

2. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha?

Jawaban: Kalo ini sudah jelas ya mas, karena kita pada saat itu sedikit menekan biaya operasional yang tidak efisien selama pandemi itu berlangsung dan mengurangi beberapa stok untuk bahan baku. Salah satunya kami juga sempat melakukan pengurangan karyawan

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: kalo untuk pengurangan aset, alhamdulillah kita sampai saat ini belum melakukan itu. Yang kami pikirkan pada saat itu yang penting kami bisa survive dulu aja dengan apa yang ada pada saat pandemi

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Waktu saat pandemi emang benar kita melakukan pengurangan SDM ya mas agar operasional itu juga efisien dari kondisi pada saat pandemi itu, yang awalnya kita memiliki 12 karyawan kita kurangi menjadi 9 orang saja

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Kalo langkah lain mungkin ya itu tadi mas, pada saat pandemi itu kita sebisa mungkin harus mencari dan riset terhadap trend-trend apa saja yang sedang ramai muncul pada saat pandemi dan kita mencari peluang dari sana yang mungkin bisa kita ikuti dan lakukan pada saat pandemi

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala?

Jawaban: kalo untuk upah alhamdulillah tidak ada mengalami kendala masih sama seperti biasa kalo untuk pengupahan. Karena kita sendiri masih memiliki dana cadangan perusahaan, yang awalnya dana ini diperuntukan untuk biaya perawatan alat dan mesin.

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku?

Jawaban: Kalo sakak untuk bahan bakunya ya masih sama seperti biasanya kita tidak sampai memiliki tumpukan bahan baku yang tersisa sebab untuk produksinya salak itu di order sekarang, langsung kita produksi besok. Jadi untuk selama pandemi kita tidak sampai membuat tumpukan bahan baku yang tersisa

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Kalo untuk ini sudah dipastikan iya mas, soalnya untuk dari segi layanan kita juga melihat persaingan yang lainnya. Pada saat pandemi itu sendiri kita menambah pelayanan seperti free ongkir dan juga untuk membuat masyarakat nyaman berbelanja ditempat kita, semua persyaratan perizinan kita penuhi seperti halal dan BPOM, dengan harapan calon pembeli bisa melihat seperti Oh udah halal, oh udah ada surat BPOM kaya gitu

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: iya mas kita sudah menerapkan dan selalu mengikuti pemerintah selama pandemi, seperti anjuran menyediakan tempat cuci tangan dan seluruh karyawan itu melakukan vaksin untuk kenyamanan selama operasional ditengah pandemi. Sebab orang-orang disarisa ini juga menjadi tempat kunjungan wisatawan sebagai tempat kunjungan edukasi jadi kami pasti memastikan orang-orang aman berbelanja di sarisa dan aman juga untuk menjadi tempat yang dikunjungi.

9. Bagaimana dengan cash flow UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: ya seperti yang kita ketahui mas, pada awal-awal pandemi itu terganggu sekali dan turun dengan signifikan, tapi untungnya kita masih bisa memanfaatkan dana cadangan. Yang mana seharusnya dana cadangan ini kita gunakan sebagai dana cadangan untuk operasional. Akan tetapi pada saat itu prioritas dari Sarissa ini adalah bagaimana untuk bisa survive dulu saja

10. Apa yang menjadi faktor penghambat dan faktor pendukung bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pademi berlangsung?

Jawaban: Kalo untuk penghambat utama nya itu sudah jelas pada biaya ya mas. Tapi dari keseluruhan kita malah dapat belajar dari kejadian pandemi ini. Jadi kita itu dibuat untuk bisa lebih kreatif lagi, dan juga kita yang awalnya tidak paham tentang online dengan adanya pandemi kita dituntut untuk paham tentang online seperti itu

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: benar mas, karena kita sadar bahwa pasarnya untuk sekarang udah mulai seperti itu

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Mungkin yang paling berhasil untuk kita survive dari pandemi itu ya itu tadi mas, dengan melakukan pengurangan biaya operasional dan juga kita melakukan riset untuk belajar lebih kreatif

lagi untuk membaca peluangnya apa, terus menjalankan bisnis ini dalam wadah online. Paling untuk Sarissa seperti itu mas

13. Pada saat libur pandemi selama 2 bulan apakah Sarisa masih membayar karyawan?

Jawaban: Masih mas, seperti yang saya katakan sebelumnya sarisa Alhamdulillah masih memiliki dana cadangan perusahaan lah istilahnya mas.

Soto Hollywood

Hari/Tanggal : 20 Januari 2023
Lokasi : Warung Soto Hollywood
Narasumber : Pak Aris Sudianto
Jabatan : Owner

1. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawaban: Pertama itu saya belum punya toko yang seperti sekarang ini, dulunya itu saya menjual soto ini dengan berkeliling pake gerobakan dulu mas ditahun 1996, terus selanjutnya saya rasa terlalu banyak tenagakan kalo kita keliling. Ya abis itu saya sewa lapak tanah kosong gitu nah itu mulai jualan pake tenda, terus lama-lama maju alhamdulillah dan saya juga menabung. Akhirnya sampe kaya sekarang ini sewa rumah sekaligus ruko, dan sampe sekarang alhamdulillah kita sudah memiliki 3 cabang untuk sekarang yang berlokasi di Degolan, Jakal, Condong Catur.

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid 19* berlangsung?

Jawaban: Ya sebelum pandemi sih lancar-lancar saja mas, orang-orang dan mahasiswa masih ramai. Sampai saat pandemi awal itu muncul disitu kita sangat khawatir juga dan merasa terpuruk juga untuk pada saat pandemi itu berlangsung

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Untuk awal-awal pandemi ya karena *covid* itu sangat naik sekali beritanya dan masyarakat pun juga takut ya. Jadi diawal itu pun kami sempat tutup selama kurang lebih 2 bulan, dan disana kita juga kebingungan dan memutuskan untuk coba buka, akan tetapi

awalnya itu kita hanya membuka untuk online saja dan juga hanya menyediakan untuk orderan bungkus tidak boleh makan ditempat untuk awal itu mas. Kira-kira hampir setahun kita seperti itu

2. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha?

Jawaban: Iya mas, untuk waktu pandemi itu kita memangkas beberapa biaya operasional kita. Pada pandemi itu akibat kita memangkas biaya operasionalnya jadi kita hanya memproduksi sedikit saja dibanding sebelum pandemi itu.

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: Sudah jelas ada mas, karena kita juga merasa lumayan terpuruk sekali pada saat pandemi. Sebab target pasar kita itu kan didominasi sama mahasiswa ya, jadi pada saat mereka pulang itu kita ikut merasakan dampaknya juga. Jadi waktu itu untuk menutupi operasional kita terpaksa menjual aset kita, waktu itu saya sempat menjual mobil saya hanya untuk bisnis ini bisa bertahan.

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Kalau untuk karyawan itu kita tidak sampai mengurangi sampai dipecat itu tidak mas, tapi kita pakai sistem ganti-gantian seperti seminggu ada yang masuk, dan seminggu kemudiannya ada yang gilirannya libur. Karna tidak memungkinkan bagi kami untuk menggunakan banyak karyawan sedangkan yang dikerjakan tidak begitu banyak kaya waktu sebelum pandemi. Hal ini pun juga kita sudah kita bicarakan kepada semua karyawan hollywood untuk menggunakan keputusan ini.

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Untuk langkah lain mungkin ini ya mas, kita menggunakan semua merchant aplikasi online seperti go food, grabfood, shopeefood. Tapi waktu itu saya merasa saya juga telat untuk bisa memanfaatkan online food ini. Karena sebelumnya kita tidak pakai online food, sudah cukup rame untuk dine in di toko.

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala?

Jawaban: Ya walaupun waktu itu pendapatan kita juga berkurang ya mas, tapi untuk gaji karyawan kita maksimalkan untuk tetap membayar dengan sesuai, jadi tidak ada melakukan pengurangan. Akan tetapi resikonya pada saat itu ya kita nombok sendiri lah istilahnya mas

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku?

Jawaban: Masih sama sih mas, walaupun pada saat itu memang kadang ada yang bersisa tapi tetap menggunakan bahan yang fresh untuk seperti sayuran dan bahan-bahan lainnya. Cara kita mengakalnya ya dengan kita memproduksinya itu ya sedikit-sedikit mas. Akan tetapi dengan penjualan dari bahan baku yang minim kita tidak mengambil keuntungan lebih dan untuk kenaikan harga masih tetap sama selama pandemi

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Ya waktu itu kita juga muter otak juga itu mas gimana caranya soto ini harus bisa tetap laku. Ya caranya satu-satunya menurut kami dengan tetap buka tetapi menjalankan layanannya hanya dengan menerima orderan take away, dan juga kita ngasih promosi seperti gratis minuman es teh

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: Iya mas sudah pasti, pokoknya untuk anjuran dari pemerintah itu kalo buat peraturan usaha ya kita selalu ikutin mas. Kaya waktu itu kita menyediakan tempat cuci tangan di depan, terus juga kursi-kursi kita kasih tanda jaga jarak, sama karyawan-karyawan kita vaksin semua. Tujuannya ya balik lagi untuk tokonya bisa beroperasi normal lagi ya pasti kita penuh mas.

9. Bagaimana dengan cash flow UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: Ya kalo cashflow gitu sudah pasti menurun sekali mas, ya karna itu tadi kebanyakan mahasiswa itu pada pulang dan tergetnya memang banyak disana, ya jadi memang turun sangat drastis mas. Akan tetapi kembali meningkatnya itu pada saat PPKM, udah bisa buka makan ditempat seperti biasa dan juga dari online food itu banyak melakukan promo nah disitu kita mulai meningkat kembali.

10. Apa yang menjadi faktor penghambat bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pademi berlangsung?

Jawaban: Kendala terbesar kami itu ya di konsumen yang menurun itu tadi sih mas. Soalnya daerah jakal atas ini kan didominasi dengan konsumen kita yang dari mahasiswa, pada saat itu juga peraturan pemerintah juga banyak berubah. Seperti waktu itu PPKM level 1 terus meningkat lagi PPKM level 4 nah itu yang membuat kita juga sulit untuk beradaptasi.

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: Kalo dari kita sih tidak memaksimalkan digital marketing pada saat itu, hanya beberapa kali saja aktif di Instagram, itupun menggunakan instagram pribadi saya saja. Akan tetapi kalau untuk sekarang kita sudah mulai sih mas ngelirik dunia digital ini seperti online food yang ada seperti sekarang, kita juga sangat memanfaatkan itu untuk saat ini..

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Kalau untuk itu menurut saya ya paling membantu dan

paling bisa saya terapkan untuk bertahan itu ya mengurangi biaya operasional itu mas, karena dengan begitu kami tetap bisa beroperasi walaupun pendapatannya tidak besar seperti biasanya, akan tetapi tujuan utama dari saya pribadi ini hanya bagaimana caranya usaha saya ini dapat bisa survive di masa pandemi waktu itu.

Warung Makan Gajebo

Hari/Tanggal : 27 Januari 2023
Lokasi : Warmindo Nyawiji
Narasumber : Pak Teguh
Jabatan : Owner

1. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawaban: Awalnya itu berdirinya warung gajebo ini ditahun 2015, dulu awalnya itu bukan warung gajebo tapi warung makan padang dan nusantara gitu mas. Nah pas di tahun 2015 warung makan padangnya tutup kita ganti dengan warung ayam gajebo ini

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid 19* berlangsung?

Jawaban: Sebelum pandemi itu kita selalu ramai pengunjung seperti biasa mas, karena banyak mahasiswa kan. Kadang mahasiswa yang baru berangkat kuliah atau juga mahasiswa yang makan siang itu pasti ramai sekali warungnya. Nah pada saat pandemi itu saya ingat sekali di bulan maret yah, wah itu sangat berubah drastis mas, mahasiswa pada pulang karena mereka juga takutkan dengan pandemi ini. Jadi toko itu sepi sekali dan juga akses untuk daerah tegal sari inipun sempat diberlakukan portal dengan jam tutup yang lebih awal. Akibatnya ya pendapatan kita itu perlahan-lahan menurun jauh

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Langkah awal kami pada saat pandemi itu muncul, karena situasi yang begitu tidak memungkinkan untuk buka warung ya

terpaksa kita harus menutup warungnya, kira-kira itu selama kurang lebih 3 bulan. Akan tetapi kita juga memikirkan karyawan kami itu perlu kerja dan juga mendapatkan hasil karena mereka pun juga mengalami kesulitan ini, alhasil kita memutuskan membuka lagi warung ini dengan ala kadarnya saja yang artinya penjualannya ya minim lah tidak bisa maksimal

2. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha?

Jawaban: Sudah dipastikan mas, karena kita juga perlu bertahan dengan situasi pandemi itu jadi kita mengurangi biaya operasional dengan penjualan juga dikurangi. Kalau untuk harga pada saat pandemi dengan sebelum pandemi kita tetap menjual dengan harga yang sama. Hanya melakukan pengurangan penjualannya saja

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: Alhamdulillah tidak ada mas, karena bagaimanapun caranya waktu itu kami hanya pintar-pintar mengelola keuangannya, bahan baku, sistem manajemen karyawannya. Dan alhamdulillahnya kita tidak sampai menjual aset.

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Pengurangan kalau untuk dipecat itu sih tidak ada mas, tapi kita pakai sistem bergantian demi operasional yang efisien ya. Jadi waktu sebelum pandemi itu kita gunakan 10 karyawan setiap harinya, pada saat pandemi kita menggunakan 5-6 karyawan secara bergantian tiap minggunya. Dan karyawan kita ini pada saat pandemi itu kita sewakan kontrakan untuk mereka.

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Saya rasa tidak ada mas, mungkin ya kita hanya melakukan seperti memutar otak gitu bagaimana caranya melakukan penghematan dan melakukan skala prioritas atau efisiensi selama operasional pada saat pandemi. Karena kami hanya memikirkan bagaimana caranya survive, ya jadi mungkin penghematan dan memikirkan pengeluaran yang tidak begitu penting itu sangat perlu kita perhatikan.

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala?

Jawaban: Alhamdulillah tidak ada kendala kalau untuk membayar anak-anak karyawan kita, masih sama saja tetapi dengan sistem manajemen yang sedikit berbeda

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku?

Jawaban: Untuk kontrol bahan baku kita masih sama saja ya, masih menggunakan bahan-bahan yang berkualitas, tidak ada melakukan pemangkasan sedikit pun atau pun mengganti dengan bahan baku yang lebih murah. Soalnya kita juga harus tetap mempertahankan rasa dari menu kita ini jugakan. Akan tetapi ya itu tadi mas untuk penjualannya itu memang kita tidak menyediakan sebanyak pada saat sebelum pandemi

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Kalau untuk produk masih sama saja mas tidak ada perubahan seperti penambahan menu itu tidak ada atau mengurangi menu juga tidak ada, mungkin di pelayanan pada saat pandemi itu kita tingkatkan pada segi kebersihan dan beberapa fasilitas yang dianjurkan dari pemerintah

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: Iya mas, karena kita kan juga harus beradaptasi ya dengan situasi ini, jadi saat pandemi itu ya kita mengikuti apapun anjurannya pemerintah seperti vaksin dan waktu udah bisa makan di warung awal-awal itu kita juga bikin jaga jarak, tempat cuci tangan juga kita sediakan demi kenyamanan konsumen pada waktu itu

9. Bagaimana dengan cash flow UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: berkurang drastis mas, benar-benar rekor untuk warung itu pada saat pandemi itu. Yang awalnya dulu kita bisa menjual 30-40 kg ayam, ketika pandemi itu kita hanya bisa menjual kurang lebih 10 kg ayam saja, sangat jauh dan berdampak sekali mas

10. Apa yang menjadi faktor penghambat bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pademi berlangsung?

Jawaban: Simple saja mas, ya karena kampus libur mahasiswa juga libur. Karena target pasar warung ini yang paling utamanya itu ya mahasiswa itu mas, sebab juga warung kita ini sangat dekat sekali ya lokasinya dengan kampus UII jadi jika mereka tidak ada aktifitas kita juga ikut berdampak mas. Hal itu yang membuat kita kesulitan mempertahankan usaha ini

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: tidak ada mas, karena kami sudah cukup eksis di kalangan mahasiswa kampus ini. Jadi walaupun kita membuat digital marketing seperti itu tetapi memang konsumen utamanya mahasiswa itu tidak ada ya lumayan mengurangi biaya yang tidak perlu saja mas, maksudnya kurang efisien saja mas untuk saya

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Menurut saya, yang paling penting pada saat pandemi kemarin itu ialah itu tadi mas. Kita melakukan pengurangan biaya operasional, dan melakukan evaluasi bersama untuk warung gajebo seperti menejemen karyawan kita, mengurangi pengeluaran

berlebih, agar warung ini dapat bisa bertahan selama pandemi untuk sampai pandeminya mulai berakhir

Susu Shi Jeckex

Hari/Tanggal : 7 Febuari 2023
Lokasi : Rumah Owner Susu Shi Jeckex
Narasumber : Mas Joko
Jabatan : Owner

1. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawaban: Waktu itu awalnya suami saya itu kerja di tempat olahan susu juga di daerah solo, terus kami pindah rumah ke Jogja dan jadi ingin mencoba membuka bisnis susu ini juga seperti yang di Solo tetapi bukannya di Jogja pada tahun 2014 sampai sekarang ini yang berlokasi di Jalan Kaliurang KM 8. Dari pertama buka itu sampai sekarang lokasinya emang disana, paling kalo untuk pindah lokasi hanya mundur kebelakangnya sedikit saja. Awal mulanya itu hanya menjual susu sapi itu saja, tetapi lama kelamaan saya ingin menambah produk lah istilahnya dengan menjual makanan-makanan angkringan, dan itu diproduksi oleh saya sendiri dan mempekerjakan tetangga sekitar juga

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid-19* berlangsung?

Jawaban: Saat sebelum pandemi itu bisnis susu ini langsung disambut positif dengan masyarakat Jogja ini, maksudnya konsumen pada saat awal itu udah mulai antusias. Awal buka itu terjual untuk susu sapi itu 25 Liter per harinya, terus meningkat-meningkat terus, dan pada awal munculnya pandemi itu kondisinya mulai menurun itu mas, orang-orang juga sudah mulai berkurang jadi pendapatan kita pun langsung menurun.

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Pada saat pandemi itu kita tetap mencoba bertahan untuk tetap membuka toko ini, ya walaupun pendapatan menurun jauh tapi kita kan masih butuh makanlah istilahnya mas, kebutuhan pribadi pun juga harus dipenuhi jadi kita memutuskan tetap bertahan. Akan tetapi pada saat pandemi itu muncul untuk stok ataupun kebutuhan bahan operasional langsung kita kurangi.

2. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha?

Jawaban: Iya mas, soalnya konsumen juga menurun dan waktu itu dibulan pertama itu juga sempat hanya melayani untuk orderan dibawa pulang dan juga waktu itu diberlakukan jam malam juga kan dari pemerintah daerah, jadi waktu untuk berjualan juga berkurang, waktu itu kita hanya buka sampai jam 9 malam saja yang sebelumnya bisa buka sampai jam 12 malam, jadi biaya operasional kita pun kita pangkas mas.

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: Alhamdulillah tidak ada mas, kita tidak sampai menjual aset karena dengan mengurangi biaya operasional kita masih cukup bisa tetap menjalankan bisnis ini selama pandemi berlangsung

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Betul sekali mas, pada saat awal pandemi itu tindakan awal yang memungkinkan untuk dilakukan pada saat itu kita mengurangi karyawan, dengan cara karyawan itu kita rumahkan dulu selama pandemi awal-awal berlangsung itu. Tetapi setelah

pandemi itu karyawan-karyawan kita, kita panggil kembali. Yang awalnya itu pas sebelum pandemi itu kita menggunakan 10 karyawan, kita kurangi menjadi 5 karyawan saja. 2 yang didapur, 3 lagi jaga di toko. Sebelum pengurangan itu kita ngobrol dulu dengan semua karyawan tentang kondisi toko pas pandemi, dan akhirnya pun mereka mengerti dan keputusan akhirnya ada sebagian yang dirumahkan terlebih dahulu.

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Menurut kami ya mas pada saat pandemi itu kita dari Susu Shi Jeckex ini mencoba mencari ide-ide baru yang pada akhirnya itu pada saat pandemi itu awalnya kita hanya menjual minuman susu lokal saja, kemudian kami mencoba dengan menambah menu baru kearah minuman modern seperti lattle, susu matcha dan makanan juga ditambah dan lain-lain mas. Supaya bisnis susu ini tetap menarik dimata konsumen

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala?

Jawaban: Kalau dengan jumlah karyawan yang masih sama sih kemungkinan bakal terkendala mungkin mas, soalnya kan pendapatan kita kan juga berkurang sangat jauh dari sebelumnya. Akan tetapi dengan jumlah karyawan yang sudah dikurangi sih tetap masih bisa diberi upah dengan jumlah yang sama dan tidak terkendala pada saat pandemi itu

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku?

Jawaban: Ya pada saat pandemi itu tidak bisa dipungkiri walaupun jumlahnya sudah kita kurangi itu terkadang masih juga bersisa sedikit mas, tapi dari kita sendiri selalu ingin menyajikan produk kita itu selalu dalam keadaan baru atau fresh gitu. Jadi untuk yang bersisa-sisa itu kadang kita kasih ke tetangga-tetangga yang memelihara ayam atau bebek gitu, jadi tidak terbuang sia-sia juga mas.

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Ya itu tadi mas, kita melakukan penambahan dari segi produk baru pada saat pandemi berlangsung, menu yang kami angkat itu lebih ke minuman yang kekinian dan modern di masa sekarang saja sih mas, seperti cappucino, latte, matcha dan juga menu angkringan juga bertambah pada saat pandemi. Kalau dari segi layanan ya kita menambah sebuah tempat cuci tangan di depan toko kami, itu juga bentuk adaptasi kita pada saat pandemi

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: Betul sekali mas, pada saat pandemi itu kita selalu mengikuti anjuran-anjuran dari pemerintah yang tujuannya itu agar toko kami ini bisa dapat buka atau berjalan selama pandemi. Waktu itu kita mengikuti anjuran pemerintah yang tidak boleh membuka warung/toko itu lebih dari jam 9 malam, yang mana pada saat itu kita sebenarnya tutup toko di jam 12 malam. Terus juga kita menyediakan tempat cuci tangan di depan toko, kemudian kursi itu juga kita beri tanda jarak, dan juga untuk seluruh karyawan kita itu sudah melakukan vaksin semua. Hal itu kita lakukan ya buat kita beradaptasi dan juga supaya toko ini tetap beroperasi mas

9. Bagaimana dengan cash flow UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: Kalau untuk cash flow sudah dipastikan menurun jauh mas, sebab ya itu tadi pendapatan kita anjlok jadi kita hanya bisa meminimalisir dengan cara mengurangi pengeluaran kita itu tadi mas.

10. Apa yang menjadi faktor penghambat bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pandemi berlangsung?

Jawaban: Faktor penghambatnya itu ya konsumennya mas, karena masyarakat waktu itu sangat takut untuk keluar rumah istilahnya itu

masih parno lah untuk jalan keluar kulineran. Jadi pada saat konsumen itu hilang ya berakibat pada pendapatan kita yang menurun mas

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: Kalau pada sebelum pandemi itu kita masih belum menggunakan jasa aplikasi online itu mas. Nah dengan adanya pandemi itu saya jadi belajar bagaimana cara menggunakan aplikasi-aplikasi online tersebut, dan alhamdulillah saat memakai itu juga kita sangat terbantu mas, sampai sekarang pun kita akhirnya juga masih menggunakan layanan jasa aplikasi online tersebut.

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Alhamdulillah yang sejauh ini berhasil itu dengan cara mengurangi biaya operasional itu mas, karena dengan hanya cukup mengurangi biaya operasional itu tadi kita pun tidak sampai ada yang menjual aset itu tadi, dan juga tidak sampai gulung tikar atau bangkrut. Dengan cara itu tadi alhamdulillah sekali kita masih bisa berjalan pada saat pandemi itu dan juga kita masih bisa bertahan sampai sekarang.

Rumah Makan Padang Andalas

Hari/Tanggal : 15 Febuari 2023
Lokasi : Rumah Makan padang Andalas
Narasumber : Yose Rizal
Jabatan : Owner

1. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawaban: Dulu saya buka warung padang Andalas ini di tahun 1991 di daerah Timoho sebelumnya belum buka daerah Jakal atas ini, nah kemudian di tahun 1996 saya baru pindah buka rumah makan saya ini di Jakal dekat dengan kampus UII. Kebetulan saya buka usaha ini pada saat saya masih kuliah mas, buat nambah-nambah biaya kuliah, terus juga kenapa membukanya itu warung makan padang karena saya berasal dari Padang. Jadi saya lumayan tertarik untuk membuka warung padang di Jogja ini.

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid 19* berlangsung?

Jawaban: Kalo untuk sebelum pandemi sih ramai-ramai saja yang makan disini mas, apalagi kita kan dekat dengan kampus ya jadi mahasiswa pun juga ramai di daerah sini, dan waktu saat pandemi itu ya saya sih pasrah saja ya mas. Waktu itu kampus tutup juga mahasiswa pada takut terus pulang kerumah masing-masing. Tapi pada saat itu saya tidak yang panik gitu mass, soalnya yang berdampak semua orang yah dan semua sektor juga. Jadi memang saya menunggu kebijakan pemerintah saja

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Waktu itu saya mencoba untuk tetap membuka warung

toko ini, karena saya berfikir bagaimana pun juga orang-orang kan membutuhkan makan. Jadi saya tetap membuka toko tetapi pada saat itu saya memulai hanya dengan menyediakan orderan untuk dibungkus saja. Walaupun konsumen pada saat pandemi itu tidak banyak seperti biasanya tetapi saya hanya mencoba bertahan guna untuk melengkapi kebutuhan sehari-hari saya juga kan mas.

2. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha?

Jawaban: Oh iya mas itu sudah pasti saya kurangi, soalnya kan konsumen kita juga berkurang, tentu pendapatan kita menurun. Jadi solusinya saya memang harus mengurangi biaya operasionalnya, salah satunya saya menjadi harus memutar otak juga mas dengan cara mengurangi belanja berlebihan dan juga saya mencari bahan-bahan sembako, bumbu-bumbu dapur itu ke tempat yang lebih terjangkau.

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: Tidak ada mas, alhamdulillah. Karena kita sendiri pada waktu pandemi itu kita sudah punya tabungan yang khusus dari warung ini, yang memang digunakan kalau jika ada kebutuhan yang mendesak untuk warung Andalas ini. Jadi waktu terpuruknya itu kita tidak sampai menjual aset pribadi maupun aset dari warung itu sendiri

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Kita juga sempat melakukan pengurangan karyawan mas pada waktu itu, kerena kan omsetnya berkurang jauh terus juga pengerjaan juga tidak sebanyak kaya sebelum pandemi mas. Jadi

mubazir saja mas saya rasa untuk membiayai karyawan yang tidak begitu efisien pada kondisi ini. Tetapi mas karyawan ini kan juga saat pandemi tidak bisa melakukan hal yang banyak yah pada saat pandemi. Istilahnya itu mereka juga butuh untuk kebutuhan mereka juga mas, dan kalau mencari pekerjaan lain juga sedang sulit dimana-mana. Jadi kita pun memutuskan untuk tidak memberhentikan mereka sepenuhnya, akhirnya kita menggunakan cara shift secara bergantian. Seminggu ini siapa yang masuk, minggu depan gantian gitu mas.

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Untuk langkah lainnya itu saya rasa tidak ada sih mas, mungkin dari saya pribadi itu salah satu cara lainnya itu dengan beradaptasi saja sih mas dengan kondisi yang sedang kita hadapi. Karena semua sektor kan berdampak ya mas, jadi kita sebagai pengusaha pun harus sabar-sabar dan juga mau tidak mau harus beradaptasi seperti yang disarankan dari pemerintah

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala?

Jawaban: Tidak ada kendala sih mas, soalnya kan sistem kerjanya udah berubah bergantian gitu. Jadi yang bulan ini kerja digaji terus mereka libur, terus gantian lagi karyawan berikutnya yang kerja nah kemudian yang ini digaji lagi. Upahnya sih sama saja mas, cuma sistemnya saja yang berubah. Itu kita lakukan sampe keadaan normal lagi, baru kita kembali mempekerjakan mereka semua lagi.

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku?

Jawaban: Awalnya itu kita memang ada kekhawatiran disitu mas, takut banyak bahan-bahan yang jadi bersisa pada saat pandemi. Jadi ketika kita sudah melihat kondisi situasinya dan kita juga sudah melakukan pengurangan jumlah yang akan diproduksi menjadi lebih menyesuaikan keadaan ini mas. Akhirnya bahan baku yang kita kira itu akan selalu tersisa, ternyata selalu cukup. Jadi bahan baku itu

selalu dalam keadaan segar terus dan tidak ada yang basi ketika kita jualan selama pandemi itu mas

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Masih sama saja sih mas kalo dari segi pelayanan. Ya paling menyesuaikan dengan anjuran pemerintah yang waktu itu. Tetapi kalau untuk produk malah ada yang kita kurangi mas, karena kita mengirit operasional itu tadi. Selebihnya masih sama sih mas.

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: Wah itu semua mas kita ikuti, dari yang menyediakan tempat cuci tangan, pas waktu PPKM muncul itu ada anjuran jaga jarak itu kita juga menerapkan mas. Soalnya kan udah ada peraturan boleh makan ditempat, jadi kita juga turut mengikuti itu mas, walaupun tidak banyak yang makan ditempat. Setidaknya ada lagi beberapa yang datang ke warung. Abis itu demi konsumen yang makan ditempat jadi lebih nyaman untuk karyawan kita juga melakukan vaksin.

9. Bagaimana dengan harga dan promosi UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: Tidak ada mas, harga pada saat pandemi itu semuanya masih normal saja seperti sebelumnya dan juga untuk promo itu juga kita tidak melakukan promo juga mas, masih biasa-biasa saja

10. Apa yang menjadi faktor penghambat bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pandemi berlangsung?

Jawaban: Kalau untuk secara internal dari kita tidak ada sih mas, ya cuma yang bikin kita terhambat itu ya itu tadi, dari segi konsumennya saja yang menurun karena pada saat pandemi ini di daerah sekitar ini banyak sekali mahasiswa UII ya. Jadi pada saat pandemi itu, mereka semua itu dirumahkan pada pulang ke kampung halamannya masing-masing.

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: Kalau digital marketing seperti promosi dan social media begitu tidak ada sih mas, karena kan kita cuma warung makan padang gitu kan ya, jadi tidak perlu promosi yang gimana-gimana orang pun pasti butuh makanan yang seperti ini, apalagi kita dekat dengan kampus, jadi saya rasa tidak perlu nambah biaya kesana sih mas. Ya paling kita itu pada saat sebelum pandemi pun itu karena kita sudah berpartner dengan gofood, grabfood, jadi paling promosinya itu sudah ada dengan aplikasinya itu mas. Aplikasi-aplikasi itu saya merasa juga sangat terbantu dengan adanya orderan online pada saat pandemi itu mas.

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Apa ya mas, mungkin yang paling efisien dan masih masuk akal bagi kami itu ya ngurangin biaya operasional mas. Alhamdulillah dengan seperti itu kita masih bisa membuka warung makan ini walaupun dengan jumlah pembeli yang menurun dan kita disini masih bisa bertahan dengan itu sampai dengan akhirnya pandemi mulai berangsur-angsur normal kembali mas.

Sop dan Soto Pak Jamal

Hari/Tanggal : 21 Febuari 2023
Lokasi : Rumah Pemilik Sop dan Soto Pak Jamal
Narasumber : Pak Jamal
Jabatan : Owner

1. Bagaimana Kondisi UMKM di Yogyakarta dalam bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Bagaimana sejarah berdirinya bisnis ini?

Jawaban: Jadi dulu itu awalnya saya jualan soto keliling-keliling dulu mas pas tahun 1999, kebetulan ada rejekinya waktu itu kita sewa tempat mas yang dijalan damai ini itu di tahun 2005 mas sampai sekarang itu masih bertahan di tempat itu alhamdulillahnya. Sekarang alhamdulillah selalu ramai pembeli mas, warung soto ini dulu hanya menjual soto ayam saja kemudian menambah varian ada soto daging juga dan sate-sate yang bisa ditambah sebagai opsional. Pada saat sudah pindah ke tempat yang sekarang di Jalan Damai itu, warung Soto saya ini konsumennya kebanyakan orang kantor sama mahasiswa UII dan mahasiswa UGM mas rata-ratanya

2. Bagaimana Kondisi UMKM sebelum dan saat pandemi *covid 19* berlangsung?

Jawaban: Sebelum pandemi itu kita ramai alhamdulillah mas, dan selalu ditiap minggu pagi itu sangat banyak pembeli yang sarapan disini mulai dari mahasiswa sampai orang-orang yang kerja itu juga ada. Tapi pas ada info pandemi itu baru merasa penurunan omset yang terus berkurang mas

3. Bagaimana langkah awal perusahaan pada saat pandemi muncul untuk pertama kali?

Jawaban: Pada saat itu saya juga takut mas dengan keadaan yang ada, sebab di daerah sekitar sini itu gang-gang pada ditutup mas.

Tapi saat itu juga saya nekat untuk tetap membuka toko pada saat pandemi mas karena posisinya kita juga butuh pendapatan kan mas, waktu itu kita juga belum membatasi untuk makan ditempat mas. Soalnya orang-orang nya itu juga ngerti mas, kalau lagi rame makan ditempat mereka bakal pilih opsi dibungkus seperti itu. Jadi ya waktu itu kita tetap buka mas untuk tetap dapat menghasilkan uang mas.

2. Strategi apa yang dilakukan setiap pelaku UMKM di Yogyakarta untuk dapat bertahan selama masa pandemi *Covid-19*?

1. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan biaya operasional usaha? Iya mas, lumayan banyak itu bisa dibilang 50% ada kayanya itu mas. Dari bahan-bahan baku itu kita yang biasa membeli dengan jumlahnya banyak dan terkadang membeli dalam jumlah banyak itu juga lebih murah kan mas, nah waktu pandemi itu kita jadi membeli bahan bakunya itu sedikit-sedikit saja mas, walaupun sebenarnya dari segi harga sedikit lebih mahal.

2. Apakah usaha bisnis UMKM ini melakukan strategi pengurangan aset dalam mempertahankan bisnis?

Jawaban: Tidak ada mas kalo untuk pengurangan aset, kita untungnya tidak sampai ada yang dijual untuk menutupi operasional selama pandemi

3. Apakah usaha bisnis UMKM ini selama pandemi melakukan pengurangan SDM?

Jawaban: Kalau pengurangan tenaga karyawan kita tidak ada mas tetap bertahan seperti biasa mas. Karena saya juga mikir mereka-mereka ini kan juga sedang mengalami kesusahan sama seperti yang kita alami, jadi saya berusaha tetap mempertahankan tenaga mereka. Kalau dipikir-pikir juga sulit untuk mempertahankan mereka mas, tapi saya harus muter otak mas bagaimana caranya karyawan tetap ada, entah dari segi pengurangan bahan baku, mengurangi belanja

yang tidak efisien, abis itu juga saya harus mencari pemasok bahan-bahan baku ini yang murah mas.

4. Apakah masih ada lagi langkah lain dalam mempertahankan bisnis ini?

Jawaban: Tidak ada sih mas, kita hanya melakukan pengurangan biaya operasional itu saja sudah bisa dibbilang sangat cukup. Ya paling untuk mempermudah saat pandemi itu kita ada buka di aplikasi gojek sama grab itu mas

5. Bagaimana dalam mengupah karyawan apakah mengalami kendala?

Jawaban: Jujur sih saya mengira bakal sulit mas untuk mengupah karyawan ini, tapi saya akhirnya bicara dengan mereka mengenai kondisi saya dan kondisi toko seperti apa. Dan akhirnya pada saat itu kita sepakat untuk tidak bisa lagi memberi bonus atau tambahan lagi pada mereka, jadi pada saat pandemi itu saya hanya memberi gaji pokoknya saja

6. Bagaimana dengan kontrol dari bahan baku, apakah ada bahan sisa yang kurang layak masih tetap digunakan untuk menghemat biaya produksi?

Jawaban: Kalau untuk bahan baku sisa itu kita tidak ada mas, soalnya pasti kita sudah menyesuaikan dengan rata-rata konsumen pada saat pandemi itu. Jadi untuk bahan bakunya sudah dipastikan udah cukup dan jarang sekali ada bahan yang sampai tidak bagus lagi. Sebisa mungkin kita tetap menggunakan bahan-bahan baru atau segar.

7. Apakah UMKM ini melakukan perbaikan Produk dan Layanan selama pandemi?

Jawaban: Untuk perubahan dari segi produk tidak ada mas, kalau untuk segi layanan sudah pasti kita menyesuaikan dengan protokol kesehatan pada saat itu ya sebagai bentuk adaptasi juga kan. Tetapi pada saat itu kami memang belum terbiasa saat bekerja itu menggunakan masker, tapi mau tidak mau kan kita harus

menyesuaikan layanan dengan kondisi pandeminya, mungkin itu saja sih mas.

8. Apakah selama pandemi bisnis ini menerapkan anjuran pemerintah yaitu PPKM dan menerapkan anjuran-anjuran yang ada selama pandemi?

Jawaban: Ya benar sekali mas, ya itu juga sebagai bentuk adaptasi juga kan selama pandemi. Hal ini pun menurut saya sangat positif ya mas dari anjuran pemerintah itu, jadi kita dituntut yang sebelumnya tidak aware istilahnya dengan higienitas, sekarang menjadi lebih memperhatikan itu. Saya rasa pun konsumen menjadi lebih ada rasa nyaman untuk makan ditempat kita.

9. Bagaimana dengan cash flow UMKM ini selama pandemi?

Jawaban: Wah anjlok mas, soalnya pendapatan kita sebelum pandemi itu bisa mencapai 2,5 juta perhari itu kotornya mas. Sedangkan pada saat pandemi *covid* itu kita cuma bisa menghasilkan 1,5 juta -1 juta saja kotornya perhari, sangat pengaruh sekali itu mas

10. Apa yang menjadi faktor penghambat bisnis UMKM untuk mempertahankan usaha UMKM ini selama pandemi berlangsung?

Jawaban: Penghambatnya itu ya itu tadi mas, konsumennya itu yang turun mas. Jujur kalau untuk pembelinya itu paling banyak dari mahasiswa. Nah konsumen saya itu banyaknya dari anak kampus UII dan kampus UGM, jadi pas pandemi itu muncul kan mereka kuliahnya dirumah mas, jadi mereka pada pulang ke rumahnya masing-masing maksudnya daerah mereka masing-masing kan. Jadi kita juga mau gimana lagi, yang penting usaha ini masih bisa jalan saja mas walaupun pendapatan kita berkurang

11. Apakah bisnis ini memanfaatkan digital marketing selama pandemi?

Jawaban: Digital marketing kita tidak ada sih mas, paling promo-promo itu adanya lewat aplikasi online itu. Untungnya kita ini dari dulu sebelum pandemi itu sudah daftar di aplikasi online itu mas. Nah pada saat pandemi itu juga membantu mas, karena kan

konsumen takut untuk keluar rumah tapi sekarang dipermudah pemesanan makanan itu lewat online. Jadi itu membantu sekali bagi soto saya ini pada saat pandemi

12. Dari beberapa strategi yang ada, apakah strategi yang sejauh dijalankan oleh bisnis ini berhasil dalam menghadapi pandemi?

Jawaban: Dari cara saya mempertahankan usaha ini selama pandemi itu ya itu tadi mungkin ya mas. Dengan memutar otak bagaimana mengurangi biaya operasional itu tanpa harus mengalami kerugian yang sangat banyak. Alhamdulillah kita sampai saat ini dengan masa-masa sulit kemarin itu usaha saya ini masih bisa tetap berjalan dan bisa melewati pandemi itu sampai dengan sekarang ini.

Lampiran Hasil Observasi

Pernyataan Umum

Pandemi covid-19 merupakan wabah yang terjadi hampir di seluruh dunia, khususnya Indonesia. Dari fenomena ini berdampak pada setiap sektor terutama pada sektor ekonomi seperti pariwisata, transportasi, industri makanan. Hal ini menjadi sebuah pengaruh ke setiap pelaku usaha, Industri makanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling terdampak yang berakibat banyak nnyabisnis makanan di dunia terpaksa tutup sementara atau menjadi bangkrut selama pandemi berlangsung dan pada saat tersebut tidak diketahui kapan akan berakhir di Indonesia.

Fenomena pandemi covid-19 ini menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku usaha kuliner untuk tetap dapat bertahan dengan situasi pandemi covid-19, yang meharuskan para pelaku usaha agar tidak sampai mencapai kerugian besar dan berakibat bangkrut. Sebab situasi seperti ini menjadi sebuah hal baru yang perlu dihapai oleh para pelaku usaha kuliner.

Deskripsi Bagian

Untuk dapat mempertahankan usahanya para pelaku usaha perlu menerapkan strategi bertahan untuk mempertahankan usahanya. Salah satu beberapa strategi yang dapat dilakukan yaitu Strategi pengurangan biaya, sebuah organisasi atau bisnis melakukan pengelompokan dan pemetaan ulang melalui pengurangan biaya dan aset guna untuk membalikan penjualan dan laba yang sedang turun. Strategi ini juga dapat disebut dengan strategi reorganisasional, pengurangan direncanakan untuk memperkuat kembali kompetensi khusus dari sebuah organisasi.

Strategi divestasi, strategi ini juga dapat dilakukan dengan menjual aset yang dianggap kurang optimal dalam bisnis dan menekan biaya dianggap kurang berdampak dalam perusahaan. Divestasi juga menjadi teknik umum bagi perusahaan yang ingin melakukan perampingan dari fokus mereka dan menghindari diversifikasi berlebihan

Strategi likuidasi, strategi ini merupakan bagian dari proses penjualan seluruh aset dengan cara terpisah-pisah untuk mendapatkann imbalan aset berwujud (nyata). Likuidasi ini langkah akhir yang dipilih oleh perusahaan dikarenakan hal ini lebih baik untuk dilakukan untuk menghentikan operasi dari pada mengalami kerugian dalam jumlah yang lebih banyak.

Deskripsi Manfaat

Para pelaku di haruskan untuk dapat melakukan langkah cepat dan berinovasi untuk dapat mempertahankan usahanya. Dengan menerapkan strategi bertahan tentunya dengan tetap memperhatikan unsur etika bisnis Islam di dalamnya, diharapkan para pelaku agar dapat bisa melanjutkan usaha yang dimiliki sampai dengan fenomena pandemi berakhir di Indonesia. Kemudian dengan terjadinya fenomena seperti ini para pelaku usaha diharapkan agar sudah mengetahui langkah apa yang perlu dipersiapkan jika sewaktu-waktu berhadapan dengan situasi yang tidak terduga seperti ini lagi di kemudian harinya.

Lampiran Dokumentasi



Foto wawancara Bersama Pemilik Warung Andalas



Foto wawancara Bersama Pemilik Warung Gajebo



Foto wawancara Bersama Pemilik Susu Shi Jeckex



Foto wawancara Bersama Pemilik Soto dan Sop Pak Jamal



Foto wawancara Bersama Pemilik Sarisa Merapi



Foto wawancara Bersama Pemilik Soto Hollywood

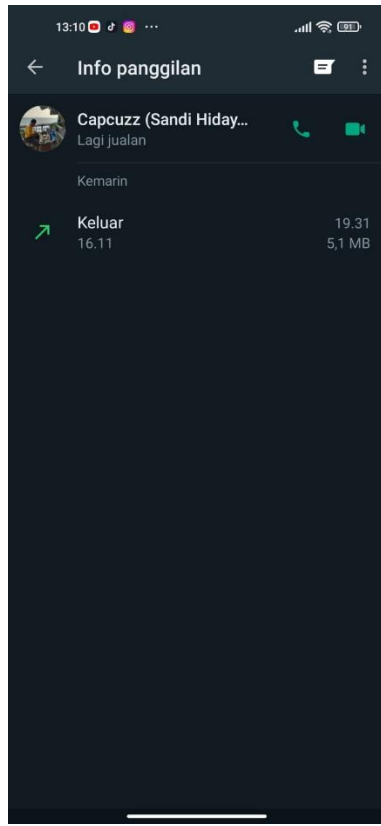


Foto wawancara via telfon Bersama Pemilik Capcuzz

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti lahir di provinsi Jambi dengan nama lengkap Rivaldo Afnario, dilahirkan pada tanggal 12 Oktober 2000. Anak kedua dari tiga bersaudara. Alamat email rivaldo.afn@gmail.com. Menempuh pendidikan sekolah dasar pada tahun 2006 di SDN 42 Kota Jambi, menempuh pendidikan sekolah menengah pertama pada tahun 2012 di SMP N 16 Kota Jambi, kemudian menempuh pendidikan sekolah menengah atas pada tahun 2015 di SMA Ferdy Ferry Putra Kota Jambi dan lulus ditahun 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan program pendidikan S1 di Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.