

**STRATEGI BERTAHAN USAHA MAKANAN CAMILAN DI
YOGYAKARTA PADA SAAT PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

*(Survival Strategy In Snack Food Business In Yogyakarta During
Covid-19 Pandemic From Islamic Business Ethics)*

Skripsi

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



Oleh:

ALFANDI PRAKOSO

18423056

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfandi Prakoso

NIM : 18423056

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta pada saat Pandemi Covid-19 dalam 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, 5 Februari 2024



Alfandi Prakoso

NOTA DINAS

Yogyakarta, 5 Februari 2024
24 Rajab 1445 H

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

Assalamualaikum Wr. Wb.

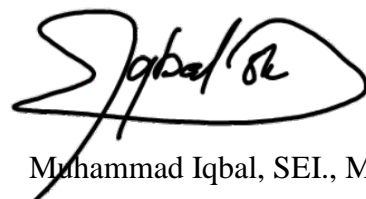
Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: No: 655/Dek/60/DAATI/FIAI/IV/2023 tanggal 14 April 2023 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Alfandi Prakoso
NIM : 18423056
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta pada saat Pandemi Covid-19 dalam 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 berharap agar skripsi saudara tersebut di atas untuk dimunaqasahkan. 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

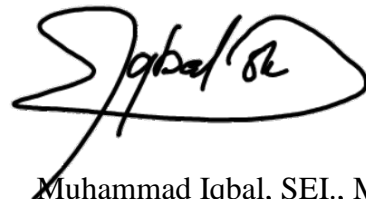
Nama : Alfandi Prakoso

NIM : 18423056

Judul Skripsi : Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta
pada saat Pandemi Covid-19 dalam 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, 5 Februari 2024



Muhammad Iqbal, SEI., MSI

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

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

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 : Senin
Tanggal : 4 Maret 2024
Judul Tugas Akhir : Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta pada Saat Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam
Disusun oleh : ALFANDI PRAKOSO
Nomor Mahasiswa : 18423056

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/Pembimbing : Muhammad Iqbal, SEL, MSI
Penguji I : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM
Penguji II : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.

(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 5 Maret 2024



Dr. Drs. Amuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya dan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi penelitian ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Hedi Sutopo dan Ibunda Nur Anifah. Terima kasih atas segala doa yang selalu dicurahkan, rasa kasih sayang, semua dukungan, semangat dan motivasi yang diberikan. Semoga Allah SWT yang membalas segala amal kebajikannya.

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia yang selalu membimbing, mendidik, mengarahkan, dan memberikan segala ilmunya kepada saya selama ini. Terkhusus kepada Bapak Muhammad Iqbal, SEI., MSI selaku dosen pembimbing saya yang selalu sabar dalam membimbing saya dengan penuh ilmu dan pengarahan dengan sebaik-baiknya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Terima kasih kepada seluruh teman-teman saya di Universitas Islam Indonesia. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yaitu Rendi, Naufal, Dimas, Alfian, Hafidz, Toha, Aziz, Rizal, Andy, Alvin, dan Hilmi serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih telah memberikan doa, semangat, motivasi, dan dukungannya selama ini.

Semoga orang tua, keluarga, dosen, saudara, sahabat, dan teman-teman selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin

MOTTO

“Dan Bersabarlah, karena sesungguhnya Allah tidak menyalah-nyaiakan pahala orang-orang yang berbuat kebaikan.”

(Q.S. Hud : 115)

“Barang siapa yang menghendaki dunia, maka harus dengan ilmu. Barang siapa yang menghendaki akhirat, maka harus dengan ilmu.”

-Imam Syafi'i-

“Bekerja keraslah untuk meraih apa yang kamu inginkan, karena hanya dengan usaha yang keraslah kita dapat meraih kesuksesan.”

-Imam Ghazali-

“Jangan pernah merasa puas dengan pencapaianmu saat ini, selalu belajar dan berusaha untuk lebih baik lagi.”

-Imam Nawawi-

ABSTRAK

STRATEGI BERTAHAN USAHA MAKANAN CAMILAN DI YOGYAKARTA PADA SAAT PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

ALFANDI PRAKOSO

18423056

Pandemi covid-19 memiliki dampak bagi industri makanan pada berbagai usaha makanan camilan di Indonesia. Pelaku usaha makanan camilan diharapkan dapat menerapkan strategi agar mampu untuk mempertahankan usahanya saat pandemi covid-19. Penelitian ini membahas mengenai strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis pada saat pandemi covid-19 dan untuk mengetahui strategi bertahan yang diterapkan pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah semua pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta menggunakan strategi pengurangan (*retrenchment*) saat pandemi covid-19. Strategi lain yang diterapkan oleh para pelaku usaha untuk tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19 yaitu dengan *digital marketing*, *e-commerce*, dan inovasi produk. Strategi tersebut dianggap menjadi langkah usaha untuk tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19. Pelaku usaha makanan camilan pada objek penelitian ini dalam menerapkan etika bisnis Islam secara keseluruhan hampir sudah cukup baik dalam pelaksanaannya, seperti menerapkan kejujuran, tolong-menolong, dan produk halal.

Kata Kunci: Covid-19, Strategi Bertahan, Usaha Makanan Camilan, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

SURVIVAL STRATEGY IN SNACK FOOD BUSINESS IN YOGYAKARTA DURING COVID-19 PANDEMIC FROM ISLAMIC BUSINESS ETHICS

ALFANDI PRAKOSO

18423056

The Covid-19 pandemic has brought an impact on the food industry in various snack food businesses in Indonesia. Snack food business actors are expected to be capable of implementing strategies to maintain their business during the Covid-19 pandemic. This research discusses about the survival strategy of snack food businesses in Yogyakarta during the Covid-19 pandemic from the perspective of Islamic business ethics. It aims to find out the survival strategies of snack food business actors in Yogyakarta in maintaining business during the Covid-19 pandemic and to find out the survival strategies implemented by snack food business actors in Yogyakarta during the Covid-19 pandemic from the perspective of Islamic business ethics. This research used qualitative method in which the data were collected through interviews, observation and documentation. The results of this research showed that all snack food businesses in Yogyakarta used a retrenchment strategy during the Covid-19 pandemic. Other strategies implemented by business actors to survive the Covid-19 pandemic were digital marketing, e-commerce and product innovation. This strategy was considered to be a business step to survive during Covid-19 pandemic. Overall, in the research object, the snack food business actors in implementing Islamic business were quite good, in this case by implementing honesty, mutual assistance, and halal products.

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

January 31, 2024

TRANSLATOR STATEMENT

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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

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

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

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

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

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

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

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

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

Pengertian Transliterasi

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

Prinsip Pembakuan

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

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

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

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

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta Marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan

dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi 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	Ĥa	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

2. Vokal

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

a. 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
َ	Fathah	A	a
ِ	Kasrah	I	i
ُ	Dammah	U	u

b. 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
َ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
َ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

- سَيْلٌ suila
- كَيْفٌ kaifa
- حَوْلٌ haula

3. 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
آ...آ...ى	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ...ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أ...و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta' marbutah hidup

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

- b. Ta' marbutah mati

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

- c. 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 raudhah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

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

- a. 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.

- b. 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

7. 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'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. 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 harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ 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
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta pada saat Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan serta saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak 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. Bapak 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 memberikan dukungan, arahan, masukan dan bimbingan dalam penulisan skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.
6. Segenap dosen dan staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.

7. Kedua orang tua yang sangat saya hormati dan sayangi, Ayahanda Hedi Sutopo dan Ibu Nur Anifah. Terimakasih telah merawat, mendidik, membesarkan, serta selalu mendoakan dan mendukung segala aktivitas penyusunan tugas akhir skripsi ini.
8. Teman-teman sahabat seperjuangan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini.

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Warbarakatuh

Yogyakarta, 5 Februari 2024



Alfandi Prakoso

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
KATA PENGANTAR	xx
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
A. Telaah Pustaka	7
B. Landasan Teori	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Desain Penelitian	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Sumber Data	25
F. Teknik Pengumpulan Data	25
G. Instrumen Penelitian	26
H. Teknis Analisis Data.....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Hasil Penelitian	28
B. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2 Jumlah Terpapar Covid-19 di Indonesia (Update 31 Januari 2023)	21
Tabel 4.1 Jawaban responden yang menggunakan strategi <i>retrenchment</i> (pengurangan)	35
Tabel 4.2 Jawaban responden yang menggunakan strategi divestasi	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi covid-19 berawal dari wabah yang terjadi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Cina pada bulan Desember 2019. Penyebaran dari virus ini disebut dengan covid-19 atau *Corona Virus Disease-2019*. Penyebaran covid-19 terjadi sangat cepat hingga menyebar ke negara lain. Penularan covid-19 dapat terjadi dengan mudah ketika manusia berinteraksi secara langsung dengan jarak tertentu. Pandemi covid-19 dianggap berbahaya karena jumlah kasus yang sangat banyak serta tingkat kematian yang cukup tinggi. Pada awal tahun 2020, serangan wabah covid-19 hampir melanda seluruh dunia termasuk di Indonesia. Penyebaran covid-19 di Indonesia, terjadi kasus pertama di bulan Maret 2020 (Aeni, 2021).

Pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Indonesia tak lepas dari dampak covid-19, pandemi ini telah mengganggu kinerja berbagai perusahaan. Adanya kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* serta bekerja dari rumah sangat berdampak pada penurunan kinerja berbagai perusahaan yang kemudian menyebabkan terjadinya pemutusan hubungan kerja. Apalagi terdapat beberapa perusahaan yang mengalami kebangkrutan sehingga menyebabkan penutupan pada usahanya (Utami, 2021).

Pandemi covid-19 ini menyebabkan dampak yang begitu besar, banyak pelaku usaha mengalami penurunan omzet penjualan secara drastis, mengalami berbagai kendala dalam penjualan dan pemasaran. Kondisi penurunan penjualan yang dialami para pelaku usaha saat pandemi covid-19 dikarenakan kurangnya aktivitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen. Tingkat penjualan yang terus menurun menyebabkan perputaran modal sangat sulit. Pelaksanaan kegiatan pelaku usaha juga terhambat karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang dilakukan oleh pemerintah untuk mempercepat

penganggulan dan memutus rantai penyebaran virus covid-19 (Pujowati et al., 2022).

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah terdapat sebesar 37.000 usaha mikro kecil menengah melaporkan dampak serius akibat adanya pandemi covid-19. Hasil uraian menunjukkan sebesar 56% melaporkan adanya penurunan penjualan, 22% melaporkan adanya masalah pada aspek permodalan, 15% melaporkan adanya masalah distribusi barang dan 4% melaporkan adanya masalah kesulitan mencari bahan baku mentah yang digunakan (Faizi et al., 2022). Kemudian menurut data dari Kemnaker per 20 April 2020, tercatat sebesar 84.926 perusahaan di sektor formal melakukan kebijakan pekerja dirumahkan dan PHK, jumlah pekerja yang di PHK sebesar 241.431 orang dan pekerja yang dirumahkan sebesar 1.304.777 orang. Sedangkan, perusahaan di sektor informal tercatat sebesar 31.444, dan melakukan yang kebijakan PHK dan dirumahkan sebesar 538.385 orang (Krisnandika et al., 2021).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik, telah terjadi peningkatan pengangguran saat terjadi pandemi covid-19. Pengangguran terdidik tercatat mengalami kenaikan sebesar 6,69% pada tahun 2020 menjadi 8,55% pada tahun 2021 dari jumlah angkatan kerja dengan tingkat lulusan perguruan tinggi. Menurut data Sakernas 2020, jumlah pengangguran terdidik di Indonesia tercatat mencapai 20.354 orang, dibandingkan dengan pekerja terdidik sebesar 58.285 orang (Setyanti & Finuliyah, 2022).

Usaha mikro kecil menengah masih kurang dalam memiliki ketahanan dan penyesuaian diri dalam menghadapi pandemi covid-19. Dilatarbelakangi oleh beberapa hal seperti rendahnya tingkat digitalisasi, kesulitan ketika mengakses teknologi dan masih kurangnya pemahaman mengenai strategi bertahan ketika berbisnis. Pelaku usaha dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dalam perkembangan bisnis yang sedang terjadi, karena pada dasarnya bisnis yang dapat bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap majunya perkembangan zaman (Hardilawati, 2020).

Dalam menghadapi kondisi saat pandemi covid-19 strategi bertahan perlu dilakukan. Strategi bertahan merupakan usaha dengan melakukan rencana oleh individu atau kelompok guna memperoleh tujuan yang diharapkan serta untuk mengatasi permasalahan yang ada, bisa berupa tindakan maupun perbuatan. Pada saat pandemi covid-19 pelaku usaha dituntut untuk tetap dapat bertahan dengan kondisi yang berbeda dari aktivitas biasanya. Kondisi keterbatasan ketika para pelaku usaha dalam memasarkan produk secara langsung dilapangan menjadi kendala saat pandemi covid-19. Maka pelaku usaha perlu strategi pada aktivitas bisnisnya dengan menerapkan strategi-strategi yang lebih efektif seperti memasarkan secara online (Alfin, 2021).

Dalam melaksanakan aktivitas usaha, menerapkan etika bisnis menjadi faktor yang memiliki peran sangat penting dalam mempertahankan kelangsungan sebuah usaha. Segala aktivitas usaha yang dilandasi oleh etika menjadikan perusahaan terhindar dari beragam jenis pelanggaran dan berbagai masalah. Pelanggaran etika dapat timbul karena pelaku usaha membenarkan perilaku tidak etis demi memperoleh keuntungan satu pihak dan merugikan pihak lainnya. Tidak semua pelaku usaha mempunyai kemauan dalam menerapkan konsep kejujuran dan menjunjung tinggi nilai etika bisnis. Pelaku usaha perlu menyadari jika ingin meraih kesuksesan dalam usahanya, maka menjalankan prinsip dari etika bisnis adalah sebuah kunci untuk mendapatkan kesuksesan (Aviatri & Nilasari, 2021).

Etika bisnis Islam dapat menumbuhkan perilaku yang baik dan benar, karena saat ini telah terjadi berbagai kerusakan moral yang semakin meluas pada aktivitas usaha. Banyak pelaku usaha yang hanya mementingkan tujuan untuk mencari keuntungan dan menggunakan berbagai macam cara dengan mengabaikan tanggung jawab sosial maupun etika bisnis. Maka perlunya nilai-nilai etika bisnis Islam wajib diterapkan oleh para pelaku usaha. Penerapan etika bisnis Islam akan mendorong usaha untuk mencapai kebermanfaatn serta mendapat keberkahan dari Allah SWT (Hardiati & Rusyana, 2021).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui apakah saat pandemi covid-19 usaha makanan camilan di Yogyakarta menerapkan nilai etika yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab apa yang dapat dilakukan pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis mereka di saat pandemi covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi bertahan yang dilakukan oleh para usaha makanan camilan di Yogyakarta saat terjadi pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam. Hal ini menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta pada saat Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta pada saat pandemi covid-19?
2. Bagaimana strategi bertahan yang diterapkan pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta dalam mempertahankan bisnis pada saat pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui strategi bertahan yang diterapkan pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Akademisi

Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam ilmu dan wawasan bagi peneliti maupun bagi pihak akademisi, serta dapat menambah pengetahuan mengenai strategi bertahan usaha makanan camilan pada saat pandemi covid-19. Tak hanya itu, penelitian ini juga dapat menjadi sumber maupun acuan untuk peneliti selanjutnya yang berfokus mengenai strategi bertahan usaha pada saat pandemi covid-19 berdasarkan perspektif etika bisnis Islam.

b. Bagi Program Studi Ekonomi Islam

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana acuan dan evaluasi bagi pengembangan Ekonomi Islam pada khususnya untuk Prodi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia. Serta sebagai acuan bagi mahasiswa yang ingin mengambil penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan menjadi gambaran masukan dan bahan evaluasi bagi para pelaku usaha makanan camilan untuk mempertahankan bisnisnya pada saat pandemi covid-19.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang didalamnya memiliki beberapa sub bab yang berguna untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi pada penelitian. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada 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 manfaat dari penelitian. Oleh karena itu bab ini akan dijadikan sebagai acuan penelitian dalam penulisan penelitian

BAB II Telaah Pustaka dan Landasan Teori. Pada bab ini berisi tentang telaah pustaka penelitian sebelumnya atau terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selanjutnya landasan teori yang memuat

teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Adapun pokok-pokok bahasan yang terkandung dalam metode penelitian ini mencakup desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini berisi bagian uraian seluruh data yang diperoleh dari sumber data, dilanjutkan dengan proses analisis data, kemudian melakukan pembahasan secara menyeluruh sehingga dapat memperoleh jawaban atas permasalahan yang diangkat oleh penulis.

BAB V Penutup. Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari semua hasil penelitian yang telah dilakukan serta menjadi bagian penutup dari penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Banyak penelitian yang mengangkat topik tentang strategi bertahan usaha saat masa pandemi covid-19. Dalam hal ini penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

Penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati (Hardilawati, 2020) dan Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka (Alfrian & Pitaloka, 2020) mempunyai persamaan dalam jurnalnya yang menyatakan pandemi covid-19 yang terjadi berdampak pada perekonomian Indonesia hal tersebut juga berdampak pada pelaku UMKM. Strategi yang diterapkan yaitu melakukan pemasaran secara *digital marketing*, melakukan perbaikan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Wahid Mongkito, Muhaidirwanti Sutra, Agus Prio Utomo, Mahfudz, Nurjannah, Dewi Santri (Mongkito et al., 2022) dan Siska Yuli Anita (Anita, 2022) mempunyai persamaan dalam jurnalnya yang menyatakan para pemilik usaha memiliki strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Strategi yang diterapkan yaitu memasarkan produk melalui media *online*, menerapkan promo penjualan guna menarik minat konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Muthia Ulfah, Bayu Kurnia (Ulfah & Kurnia, 2021) dan Carista Nora Melinda, Khoiru Nidak (Melinda & Nidak, 2021) mempunyai persamaan dalam jurnalnya yaitu menerapkan strategi memanfaatkan relasi atau jaringan di lingkungan kelembagaan dan lingkungan sosialnya dengan mengakses bantuan pihak lain. Keduanya menerapkan strategi yang dapat memberikan nilai tambah pada usaha dan sekaligus dapat menjamin keberlanjutan usaha tersebut untuk jangka panjang.

Penelitian yang dilakukan oleh Regina Husna Rasendrya, Hastin Tri Utami (Rasendrya & Utami, 2022) dan Sari Nurrohmah Yuniarta, Lilis Kurniati, Rizando Purga, Miti Yarmunida, Amimah Oktarina (Yuniarta et al.,

2021) mempunyai persamaan dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa semenjak adanya pandemi covid-19 pendapatan usaha kecil menengah dan mikro mengalami penurunan. Strategi yang diterapkan yaitu meningkatkan kualitas produk, memasarkan produk melalui media sosial, melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Supanika Leurcharusmee, Paravee Maneejuk, Woraphon Yamaka, Nalitra Thaiprasert, Nathapong Tuntichiranon (Leurcharusmee et al., 2022) dan Fan Li, Matteo Rubinato, Tao Zhou, Jiaye Li and Chen Chen (Li et al., 2023) mempunyai persamaan dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa cara mempertahankan usaha saat pandemi covid-19 dengan pemasaran secara *online*.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Wan Laura Hardilawati, 2020, Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Vol. 10 No. 1	Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bertahan UMKM dengan melakukan perdagangan menggunakan <i>e-commerce</i> , pemasaran secara digital, perbaikan kualitas produk dan menambah layanan serta menjalin hubungan pemasaran pada pelanggan.	Pada penelitian ini mencangkup para pelaku UMKM secara luas sedangkan penelitian yang akan saya lakukan lebih fokus kepada usaha makanan camilan di wilayah Yogyakarta dan strategi bertahan yang ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
2	Abdul Wahid Mongkito, Muhaidirwanti Sutra, Agus Prio Utomo, Mahfudz, Nurjannah, Dewi Santri, 2021, Jurnal Robust-Research Business and Economics Studies, Volume 1, No. 2, 94-120	Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi COVID-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi : Eks MTQ Kota Kendari)	Hasil penelitian menunjukkan strategi peningkatan usaha yang dilakukan pelaku usaha mikro yaitu menerapkan protokol kesehatan, berpindah menggunakan media <i>online</i> , dan adanya promo dalam penjualan. Strategi peningkatan usaha telah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam yaitu kejujuran, amanah, adil, tidak <i>gharar</i> , dan tidak menimbun barang akan tetapi sebagian masih ada yang belum melaksanakan shalat lima waktu dalam kewajibannya.	Pada penelitian ini membahas strategi peningkatan pendapatan usaha mikro di Kota Kendari sedangkan penelitian saya strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta pada saat pandemi covid-19.
3	Siska Yuli Anita, 2022, Jurnal Ilmiah	Pengaruh Orientasi Analisis Strategi	Hasil dari penelitian ini adalah UMKM keripik pisang memiliki	Pada penelitian ini membahas strategi bersaing usaha di Kota

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Ekonomi Islam, 8(01), 352-362	Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)	potensi untuk terus berkembang, dengan menerapkan strategi agresif maka dalam hal ini strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh UMKM keripik di masa pandemi covid-19 yaitu dengan kekuatan internal yang dimiliki, memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu para pemilik usaha UMKM keripik juga telah memiliki strategi yang sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fatonah.	Bandar Lampung sedangkan penelitian saya fokus pada strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta.
4	Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka, 2020, Prosiding	Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi	Hasil penelitian menyatakan ditemukannya empat strategi bertahan pada UMKM yaitu, melakukan pemasaran	Pada penelitian ini mencangkup UMKM di berbagai wilayah di Indonesia sedangkan penelitian saya lebih fokus kepada usaha

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif, 6(2), 139-146	Pandemik Covid 19 di Indonesia	dengan <i>digital marketing</i> , inovasi kreatif, memperkuat SDM, dan meningkatkan pelayanan konsumen. Adanya strategi tersebut diharapkan UMKM di Indonesia mampu bertahan serta selamat atas kondisi krisis yang diakibatkan pandemi Covid-19.	makanan camilan di wilayah Yogyakarta dan berdasarkan strategi bertahan dalam perspektif etika bisnis Islam.
5	Sari Nurrohmah Yuniarta, Lilis Kurniati, Rizando Purga, Miti Yarmunida, Amimah Oktarina, 2021, Journal of Indonesian Management, Vol. 1, No. 3, 316–322	Strategi Bertahan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kota Bengkulu)	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa selama pandemi covid-19, para pelaku UMKM mempraktikkan berbagai macam strategi untuk terus menjaga kelangsungan usaha yaitu dengan, strategi produk, strategi promosi, strategi harga, dan	Pada penelitian ini mencangkup UMKM di Kota Bengkulu sedangkan pada penelitian saya fokus pada usaha makanan camilan di wilayah Yogyakarta dan berdasarkan strategi bertahan dalam perspektif etika bisnis Islam.

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
			strategi peningkatan kualitas pelayanan.	
6	Carista Nora Melinda, dan Khoiru Nidak, 2021, JURNAL COMPETITI V, Vol. 16, No. 2	Strategi Pemasaran UMKM Untuk Bertahan dan Berkembang Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi di Desa Tawang Kecamatan Wates Kabupaten Kediri)	Hasil penelitian ini menyatakan pelaku UMKM menerapkan strategi dengan memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk, pengurangan harga atau diskon, inovasi bisnis dan inovasi produk. Strategi pemasaran dari pelaku UMKM saat pandemi covid-19 sudah sangat baik dapat terus meningkat dan dipertahankan usahanya.	Pada penelitian ini membahas strategi pemasaran UMKM untuk bertahan dan berkembang di Kabupaten Kediri sedangkan penelitian saya strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta pada saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam.
7	Regina Husna Rasendrya, dan Hastin Tri Utami, 2022, Jurnal	Strategi Mempertahankan Usaha Emping Melinjo ditengah	Hasil penelitian mengungkapkan UMKM emping melinjo ketika adanya pandemi Covid-19	Pada penelitian ini fokus pada usaha emping melinjo di kemranjen, Banyumas sedangkan penelitian

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 4, No. 1	Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Usaha Emping Melinjo di Desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen)	mengalami penurunan pendapatan, akan tetapi mereka berhasil membangkitkan dan dapat bertahan meskipun pendapatannya belum seperti semula. Strategi pelaku usaha UMKM emping melinjo untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19 yaitu dengan cara kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain, memasarkan produk melalui media sosial, dan meningkatkan kualitas produk.	saya berbagai usaha makanan camilan di Yogyakarta dan strategi bertahan dalam perspektif etika bisnis Islam.
8	Muthia Ulfah, dan Bayu Kurnia, 2021, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, Vol.	Strategi Bertahan Usaha Mikro di Wilayah Pariwisata Kota Padang di	Hasil penelitian mengungkapkan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan dampak kepada pendapatan usaha mikro di wilayah	Pada penelitian ini mencangkup pada usaha mikro di Kota Padang sedangkan penelitian saya fokus pada usaha makanan camilan di Yogyakarta

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
	12, No. 2, 146-156	Tengah Pandemi Covid-19	pariwisata Kota Padang secara beragam dari jenis usaha serta strategi bertahan yang diterapkan. Strategi yang dilakukan yaitu pertama, strategi aktif melalui bertambahnya variasi usaha, <i>digital marketing</i> , peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan, kedua, strategi pasif melalui penghematan serta efisiensi produksi, ketiga, strategi jaringan melalui akses bantuan, pembiayaan atau pinjaman dari pihak lain.	dan berdasarkan strategi bertahan dalam perspektif etika bisnis Islam.
9	Supanika Leucharusmee, Paravee Maneejuk, Woraphon Yamaka,	Survival analysis of Thai micro and small enterprises during the	Hasil penelitian menunjukkan bahwa cara bertahan usaha mikro dan kecil yang terkena dampak covid-19 dengan cara	Pada penelitian ini membahas analisis bertahan usaha mikro dan kecil selama pandemi covid-19 di Thailand sedangkan

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Nalitra Thaiprasert, Nathapong Tuntichiranon , 2022, Journal of Business Economics and Management, Vol. 23	COVID-19 pandemic	mengurangi biaya seperti memangkas jam kerja atau merumahkan karyawan, dan pemasaran secara <i>online</i> .	penelitian saya strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta pada saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam.
10	Fan Li, Matteo Rubinato, Tao Zhou, Jiaye Li and Chen Chen, 2023, Journal Frontiers in Environmenta l Science	Statistical analysis of small business survival under the shock of multiple COVID-19 waves: A case study from Wuhan, China	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pemilik bisnis harus aktif mengevaluasi dan mengambil langkah- langkah strategi dalam mempertahankan usaha saat pandemi covid-19. Teknologi digital berperan penting untuk kelangsungan bisnis selama krisis covid-19 terutama pada usaha kecil. Pengurangan	Pada penelitian ini membahas analisis strategi bertahan usaha kecil di Wuhan, China sedangkan penelitian saya strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta dalam perspektif etika bisnis Islam.

No	Identitas Jurnal	Judul artikel	Hasil Penelitian	Perbedaan
			karyawan, pemasaran secara online serta subsidi sewa dan pengurangan pajak diidentifikasi dapat mempertahankan bisnis dapat terus berjalan. Pemerintah diharapkan memberikan dukungan kepada usaha kecil yang memiliki dampak pandemi parah dengan cara dana bantuan, pinjaman, dan pemotongan pajak sementara.	

B. Landasan Teori

1. Strategi Bertahan

Istilah strategi telah relevan sejak zaman dahulu untuk dunia militer. Istilah tersebut digunakan oleh pemimpin suatu angkatan perang dengan tujuan menang dalam peperangan. Strategi diartikan sebagai suatu rencana untuk membagi dan menggunakan kekuatan militer dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini memicu strategi militer kemudian diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis usaha pada sebuah organisasi (Tjiptono, 2008).

Menurut (David & David, 2016) strategi adalah usaha yang ditujukan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Ini sebagai pengambilan keputusan terhadap manajemen teratas dan sumber daya perusahaan yang kuat mempunyai dampak pada perkembangan jangka panjang perusahaan dan perhatian di masa depan. Menurut William F. Glueck dan Lawrence R. Jauch strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh dan luas demi mengarahkan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan (Abdurrahman, 2015).

Strategi bertahan atau defensif mencakup usaha dengan mengurangi kemungkinan keluarnya pelanggan dan beralihnya pelanggan ke pasar lain, yang bertujuan untuk melindungi produk dan pasar dari kemungkinan serangan pesaing. Pada umumnya suatu perusahaan akan menerapkan strategi usaha dengan kombinasi antara strategi defensif dan ofensif. Strategi ofensif ditujukan untuk mendapatkan pelanggan baru. Penerapan strategi ofensif diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar, jumlah pelanggan, dan penjualan. Perusahaan yang hanya memperhatikan strategi ofensif dan mengabaikan strategi defensif, maka kelangsungan hidupnya bisa terancam setiap saat (Tjiptono, 2008).

Menurut (David & David, 2016) strategi bertahan terdapat tiga macam yaitu pengurangan, divestasi, dan likuidasi:

a. Pengurangan (*Retrenchment*)

Pengurangan (*retrenchment*) terjadi ketika sebuah organisasi melakukan pengelompokan ulang melalui pengurangan biaya dan aset untuk memulihkan hasil penjualan dan laba yang melemah, atau biasa disebut re-organisasi, pengurangan dirancang untuk memperkokoh kompetensi yang mendasar suatu organisasi.

Pengurangan dapat melibatkan penjualan lahan dan bangunan untuk menaikkan kas yang dibutuhkan, mengurangi produk yang tidak sesuai, menutup bisnis yang kurang menguntungkan, menutup pabrik yang sudah usang, mengganti SDM dengan peralatan canggih,

mengurangi jumlah karyawan, dan membangun perbaikan dan pengukuran beban.

Berikut lima pedoman strategi menjadi efektif ketika melakukan pengurangan:

1. Suatu organisasi memiliki kemampuan yang nyata namun tidak dapat konsisten dalam memenuhi capaian dan tujuannya dari waktu ke waktu.
2. Organisasi merupakan salah satu yang terlemah daripada industri lain.
3. Organisasi ditandai oleh profitabilitas yang rendah, kinerja karyawan yang buruk, dan tekanan dari pihak lain.
4. Organisasi gagal dalam memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman baik internal maupun eksternal dari waktu ke waktu, artinya, pemimpin telah gagal menjalankan tugasnya dengan baik.
5. Organisasi tumbuh melonjak tanpa batas sehingga perbaikan internal perlu dilakukan.

b. Divestasi

Divestasi adalah langkah menjual bagian divisi atau bagian dari organisasi. Strategi ini digunakan sebagai langkah menambah dana atau investasi. Divestasi bisa digunakan sebagai opsi strategi perampingan bagian organisasi yang dirasa kurang menghasilkan, yang membutuhkan dana terlalu besar, atau aktivitas kurang penting bagi perusahaan. Divestasi menjadi strategi penting bagi perusahaan yang berpusat pada suatu bisnis dan menghilangkan diversifikasi secara berlebihan.

Berikut enam pedoman divestasi menjadi pilihan yang efektif:

1. Sebuah organisasi melakukan strategi pengurangan namun tidak berhasil mencapai apa yang diinginkan.
2. Sebuah divisi terlalu banyak membutuhkan sumber daya daripada hasil keperluan perusahaan.

3. Sebuah divisi bertanggung jawab pada kinerja organisasi yang buruk.
4. Sebuah divisi tidak memenuhi syarat bagian lain dari organisasi, bisa terjadi karena pasar, konsumen, manajer, karyawan, kebutuhan yang berbeda.
5. Diperlukan jumlah dana besar dengan cepat dan tidak bisa didapatkan melalui sumber lain.
6. Tindakan pencegahan persaingan dari pemerintah menyebabkan ancaman bagi organisasi.

c. Likuidasi

Likuidasi adalah menjual seluruh aset perusahaan dengan imbalan nilai sesuai wujud. Likuidasi dapat diartikan mengakui kekalahan perusahaan walaupun secara emosional strategi ini sulit untuk dilakukan, akan tetapi menghentikan operasi lebih baik daripada mengalami kerugian secara luas.

Berikut tiga pedoman likuidasi menjadi pilihan yang efektif:

1. Sebuah organisasi telah melakukan strategi pengurangan dan menjual divisinya, tetapi sama sekali tidak berhasil.
2. Organisasi satu-satunya mengalami kebangkrutan
3. Pemegang saham perusahaan melakukan pengurangan kerugian dengan menjual aset.

2. Usaha

Usaha adalah upaya yang dilakukan manusia dengan mengerahkan tenaga dan pikiran secara berulang-ulang demi meraih keuntungan untuk tercapainya suatu keinginan. Menurut Harmaizar Z., usaha diartikan sebagai perusahaan merupakan usaha yang dilakukan secara tetap untuk memperoleh keuntungan dan suatu tujuan. Hal tersebut bersifat perorangan atau badan usaha dan yang tidak berbadan hukum maupun berbadan hukum. Menurut Eprizon Umar, usaha adalah gaya yang dihasilkan pada benda yang menjadikan pergerakan dan perpindahan posisi (Mz & Kurniawan, 2022).

3. Makanan Camilan

Makanan camilan atau ringan adalah makanan yang dimakan sebelum waktu makan utama, hal ini bertujuan sebagai penunda rasa lapar dengan waktu yang bersifat sementara (Pratiwi et al., 2022). Fungsi makanan camilan adalah untuk menunda rasa lapar yang datang secara tiba-tiba, menghilangkan stres ketika melakukan aktivitas di dalam ruangan maupun di luar ruangan, dan sebagai media interaksi kepada sesama (Rizqiati et al., 2022).

4. Pandemi Covid-19

Pandemi adalah wabah yang menjangkiti secara bersama-sama di berbagai tempat dengan cakupan geografi yang luas. Sedangkan covid-19 adalah sebuah penyakit dibagian pernapasan yang disebabkan oleh korona virus, penyakit ini ditandai dengan demam, batuk dan dapat memburuk menjadi pneumonia, gagal napas, bahkan bisa menyebabkan kematian, kondisi paling parah atau akut dapat terjadi kepada lansia atau pasien yang mempunyai penyakit bawaan (KBBI, 2016).

Menurut WHO (*World Health Organization*) corona virus merupakan penyebab terjadinya virus infeksi covid-19 (Wandra et al., 2021). Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pandemi covid-19 pertama kali dijumpai di Wuhan, China pada tanggal 30 Desember 2019. Covid-19 menyebar sangat cepat ke berbagai negara di belahan dunia dan menjadikan pandemi yang menakutkan bagi masyarakat dunia. Adanya pandemi covid-19 menyebabkan risiko amat buruk bagi perekonomian dunia juga termasuk di Indonesia yang terjadi pada pariwisata, investasi, dan perdagangan (Nasution et al., 2020).

Tabel 2.2 Jumlah Terpapar Covid-19 di Indonesia (Update 31 Januari 2023)

6.730.016	6.564.932	160.814
KONFIRMASI	SEMBUH	MENINGGAL

Sumber: (Covid19.go.id, 2023)

5. Etika Bisnis Islam

Etika mempunyai arti kebiasaan, sikap, adat, perasaan, dan cara berpikir. Etika berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos*. Etika bisnis merupakan keputusan etis yang diterapkan dan diambil oleh pelaku bisnis ketika memakai sumber daya terbatas, apa akibat dari segala aktivitas pemakaiannya maupun proses produksi yang dilakukannya. Etika bisnis Islam merupakan pembelajaran tentang baik buruknya dari perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran dalam Islam (Tarigan, 2016).

Menurut Sudarsono, etika Islam adalah tuntunan etika berlandaskan ketentuan agama Islam yang terkandung pada Al-Qur'an dan Sunnah, bersifat luhur, terpuji dan kebaikan mutlak. Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan suatu bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam, sehingga ketika menjalankan bisnisnya tidak merasakan kekhawatiran, karena dipastikan menjadi sesuatu yang bersifat baik dan benar (Silviyah & Lestari, 2022).

Nabi Muhammad SAW telah memberikan panduan etika dalam melakukan bisnis, berikut penjelasannya (Hardiati & Rusyana, 2021):

- a. Kejujuran, kejujuran menjadi syarat dasar dalam segala kegiatan bisnis. Rasulullah SAW bersabda "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya," (H.R. Al-Quzwani).
- b. Tolong-menolong, atau memberi manfaat pada orang lain. Pelaku usaha tidak hanya sekedar mengejar keuntungan semata, namun tetap didasari rasa tolong menolong terhadap sesama dalam hal kebaikan.

- c. Produk yang dijual adalah barang yang halal dan suci bukan barang yang yang terlarang. Rasulullah SAW bersabda “Sesungguhnya Allah melarang bentuk usaha miras, bangkai, babi, maupun patung” (H.R. Jabir).

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau penelitian lapangan yaitu penelitian berdasarkan dengan temuan atau realita yang terjadi di lapangan. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, yang mana peneliti sendiri sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014). Penelitian ini dilakukan berdasarkan fakta yang ada dilapangan, penelitian dilakukan di tempat usaha makanan camilan dengan objek yang berlokasi di Yogyakarta. Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan realita yang terjadi pada usaha makanan camilan saat pandemi covid-19 serta strategi yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19 berdasarkan perspektif etika bisnis Islam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah 12 tempat usaha makanan camilan yang terdampak akan pandemi covid-19 di wilayah Yogyakarta mencakup Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta.

Lokasi tempat pada penelitian ini adalah:

1. Salak Mas berlokasi di Dsn. Sidosari, Wonokerto, Turi, Kabupaten Sleman
2. Pawiro Chocolate berlokasi di Jl. Pakem-Turi No 21, Labasan, Pakem, Kabupaten Sleman
3. Zalac Food Indonesia berlokasi di Jl. Desa Wisata Gabungan Dukuh, Gondang, Donokerto, Turi, Kabupaten Sleman.
4. Slondok Renteng Bu Puji Boyong berlokasi di Boyong 02/07, Hargobinangun, Pakem, Kabupaten Sleman.
5. Slondok Renteng Pak Mul Boyong berlokasi di Boyong 01/10, Hargobinangun, Pakem, Kabupaten Sleman.

6. Bakpia Mino 703 Bu Midah berlokasi di Jl. Tengiri 7/03, Minomartani, Ngaglik, Kabupaten Sleman.
7. Bakpia Mino Istu berlokasi di Jl. Tengiri Raya No.1, Minomartani, Ngaglik, Kabupaten Sleman.
8. Bananania berlokasi di Jl. Jetis Candi Gebang Blok J No.9, Wedomartani, Ngemplak, Kabupaten Sleman.
9. Bakpia Pathok 73 berlokasi di Jl. Sembungan No.14, Kembaran, Tamantirto, Kasihan, Kabupaten Bantul.
10. Bakpia Pathok 05 “Songmo” berlokasi di Kasihan RT 05/RW 18, Tamantirto, Kasihan, Kabupaten Bantul.
11. Yangko Ngudi Roso Bu Darto berlokasi di Jl. Nyi Pembayun Gg. Werkudoro Patalan, Prenggan, Kotagede, Kota Yogyakarta.
12. Kipo Bu Djito berlokasi di Jl. Mondorakan No.27, Prenggan, Kotagede, Kota Yogyakarta.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2023 sampai dengan bulan Agustus 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini memiliki objek penelitian pada usaha makanan camilan di Yogyakarta yang mengalami dampak pada saat pandemi covid-19. Adapun subjek penelitian ini yaitu pelaku usaha makanan camilan yang bersangkutan.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian kualitatif lebih dinamakan sebagai situasi sosial yang mempunyai tiga bagian yaitu tempat, pelaku, dan aktivitas yang secara sinergis saling berinteraksi. Pada situasi sosial ini bisa dinyatakan sebagai objek penelitian untuk mengetahui kondisi di dalamnya. Kondisi situasi sosial juga bisa berupa peristiwa alam dan sejenisnya. Sampel dalam penelitian kualitatif disebut sebagai narasumber. Sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik menentukan sampel sumber data melalui pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu para pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta, yang pada usahanya tersebut telah terdampak saat pandemi covid-19. Sampel yang digunakan merupakan 12 tempat usaha makanan camilan yang berada di Yogyakarta.

E. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis (Nugrahani, 2014) yaitu:

1. Data primer adalah data yang bersumber dari pihak pertama atau memuat data utama yang dapat diperoleh secara langsung di lapangan. Adapun sumber utama dari penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung.
2. Data sekunder adalah sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, tetapi dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti: buku, dokumen, statistik dan foto. Sumber data sekunder dapat digunakan dalam penelitian. Data sekunder hanya digunakan sebagai sumber data pendukung maupun pelengkap untuk data utama.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang sangat strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari adanya penelitian adalah memperoleh data. Secara umum teknik pengumpulan data memiliki empat macam yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan gabungan (Sugiyono, 2014). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah interaksi percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, dengan pewawancara yang bertugas untuk mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai bertugas untuk memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Sidiq & Choiri, 2019). Dalam melakukan wawancara, peneliti akan dibantu dengan pedoman wawancara agar berjalan dengan baik sesuai rencana yang telah disusun. Wawancara akan dilakukan dengan para pelaku usaha makanan camilan sebagai narasumber.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran pada lokasi penelitian secara langsung (Sidiq & Choiri, 2019). Dalam kegiatan observasi, peneliti mengamati secara langsung dan mencari tahu bagaimana kondisi usaha di lapangan dan strategi bertahan yang diterapkan oleh para pelaku usaha makanan camilan saat pandemi covid-19.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung ditujukan untuk subjek penelitian. Dokumen yang diteliti dapat berupa dokumen resmi seperti surat instruksi, surat putusan kemudian pada dokumen tidak resmi seperti surat pribadi dan surat nota yang berfungsi untuk memberikan informasi pendukung pada suatu peristiwa (Sidiq & Choiri, 2019). Dokumentasi digunakan untuk memperjelas analisis data yang sedang dilakukan dan menjadi bukti selama proses penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencatat dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian pada usaha makanan camilan.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen utama adalah peneliti itu sendiri. Peneliti memiliki peran dalam menentukan prioritas penelitian, mengumpulkan data, analisis data, menafsirkan data serta membuat kesimpulan dari temuannya. Peneliti harus memahami metode kualitatif, menguasai teori dan pengetahuan terhadap bidang yang akan diteliti serta kesiapan dan berbagai hal yang dibutuhkan sebelum masuk ke lapangan (Sugiyono, 2014).

H. Teknis Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data (Creswell, 2009). Berikut langkah-langkah dalam analisis data, yaitu:

1. Langkah Pertama, mengolah data untuk dianalisis dengan menyusun transkrip hasil wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha. Tahap ini dilanjutkan dengan memilah data penting yang berhubungan pada proses bertahan pada usaha terkait.
2. Langkah kedua, membaca seluruh data yang telah dimiliki. Pada tahap ini peneliti akan membangun langkah awal dengan membangun *general sense* atas informasi yang telah didapatkan.
3. Langkah ketiga, menganalisis secara menyeluruh dengan meng-*coding* data. Proses *coding* ini dilakukan dengan mengkombinasikan data yang telah didapatkan sesuai dengan kategori sebelumnya.
4. Langkah keempat, menerapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan keterangan, orang-orang, kategori dan tema apa yang dianalisis.
5. Langkah kelima, menunjukkan bagaimana deskripsi dan menyajikan kembali dalam bentuk laporan kualitatif atau narasi.
6. Langkah keenam, memberikan beberapa penafsiran, kesan, pendapat, serta pandangan data yang telah didapatkan secara keseluruhan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini mengambil data melalui wawancara kepada para pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta yang telah terdampak saat pandemi covid-19, sejak awal terjadi pandemi covid-19 di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 hingga masa pandemi covid-19 berakhir pada tanggal 21 Juni 2023.

Subjek pada penelitian ini terdiri dari 12 tempat usaha makanan camilan dengan lokasi tempat yang berada di wilayah Yogyakarta mencakup Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan Kota Yogyakarta. Pemilihan Yogyakarta disebabkan banyaknya makanan camilan khas yang berada di wilayah ini dan beragam jenis makanan camilan yang digunakan sebagai oleh-oleh bagi masyarakat.

Bakpia merupakan makanan camilan khas dari Yogyakarta dan menjadi salah satu yang paling diminati bagi wisatawan ketika berkunjung di Yogyakarta. Bakpia sendiri sudah menjadi ciri khas dan daya tarik bagi daerah Yogyakarta (Melinda & Millaty, 2022). Maka dalam penelitian ini usaha makanan camilan bakpia dipilih dalam penelitian. Bakpia Mino 703 Bu Midah dan Bakpia Mino Istu dipilih dalam penelitian karena di Minomartani, Kabupaten Sleman menjadi pusat sentra pembuatan bakpia. Daerah Pathok Ngampilan juga merupakan pusat sentra pembuatan bakpia di Yogyakarta. Bakpia Pathok 73 dan Bakpia Pathok 05 “songmo” yang terletak di Kasihan, Kabupaten Bantul dipilih dalam penelitian karena berdirinya kedua usaha tersebut masih berkaitan dengan nama sentra pembuatan bakpia di Pathok Ngampilan.

Salak pondoh merupakan buah yang menjadi identitas di Kabupaten Sleman. Sentra produksi komoditas buah salak pondoh di daerah Turi, Pakem, dan Tempel mencapai 96,96% dari total produksi di Kabupaten Sleman. (Hidayati, 2017). Melimpahnya buah salak yang dihasilkan menjadikan

munculnya berbagai jenis olahan makanan yang berbahan dasar dari buah salak. Makanan olahan dari buah salak menjadi salah satu oleh-oleh ketika berkunjung di Yogyakarta. Maka dalam penelitian ini dipilih usaha makanan camilan yang menggunakan olahan dari buah salak yaitu pada usaha Salak Mas dan Zalac Food Indonesia yang terletak di Turi, Kabupaten Sleman.

Slondok renteng merupakan salah satu makanan camilan yang diproduksi secara turun-temurun dan menjadi makanan khas lereng Gunung Merapi tepatnya di Pakem, Kabupaten Sleman. Slondok renteng yang berbahan dasar dari singkong menjadi salah satu pilihan oleh-oleh bagi wisatawan ketika berkunjung ke lereng Gunung Merapi (Jatmika & Witasari, 2019). Maka dalam penelitian ini dipilih usaha makanan camilan yaitu pada usaha Slondok Renteng Bu Puji Boyong dan Slondok Renteng Pak Mul Boyong yang terletak di Pakem, Kabupaten Sleman.

Indonesia merupakan produsen biji kakao terbesar ketiga di dunia. Yogyakarta menjadi salah satu tempat komoditas unggulan sektor perkebunan dari biji kakao meskipun produksinya masih rendah jika dibandingkan rata-rata produktivitas secara nasional. Buah kakao digunakan sebagai bahan baku pembuatan cokelat yang dapat menghasilkan berbagai olahan makanan cokelat (Septeri, 2022). Yogyakarta memiliki beberapa usaha makanan camilan yang menjual produk cokelat. Salah satunya adalah Pawiro Chocolate usaha makanan camilan ini berada di daerah Pakem, Kabupaten Sleman. Pawiro Chocolate memiliki ciri khas sendiri yaitu olahan cokelat yang dipadukan dengan tempe. Hal tersebut sangat unik dan menjadi salah satu daya tarik serta cocok sebagai oleh-oleh ketika berkunjung di Yogyakarta, sehingga Pawiro Chocolate dipilih dalam penelitian ini.

Pisang merupakan salah satu komoditas yang potensial di Yogyakarta. Pada tahun 2019 Yogyakarta mengalami peningkatan produktivitas pisang mencapai 5,52% dan merupakan yang tertinggi kedua di antara provinsi lainnya di Pulau Jawa. Pisang menjadi sebuah komoditas potensial karena dapat diproses menjadi berbagai macam olahan makanan (Andiani, 2022). Bananania merupakan usaha makanan camilan yang memiliki berbagai macam produk dari

olahan buah pisang yang berasal dari Kabupaten Sleman. Produk olahan makanan pisang yang beragam dari Bananania cocok dijadikan sebagai oleh-oleh ketika berkunjung di Yogyakarta. Maka dalam penelitian ini dipilih usaha makanan camilan yaitu Bananania.

Yogyakarta memiliki beberapa makanan tradisional khas yang terkenal dan menjadi sebuah identitas makanan di wilayah ini. Kotagede memiliki makanan tradisional seperti yangko dan kipo. Kedua makanan tersebut kerap menjadi oleh-oleh ketika berkunjung di Kotagede, Yogyakarta (Basthomi & Rahmawati, 2022). Maka usaha makanan camilan Yangko Ngudi Roso Bu Darto dan Kipo Bu Djito dipilih dalam penelitian ini.

a. Salak Mas

Salak Mas merupakan UKM yang memproduksi olahan makanan yang berbahan dasar dari buah salak. Salak Mas berdiri sejak tahun 2013 namun hanya jalan ditempat, sehingga pada tahun 2017 terjadi perubahan pengelolaan usaha yang sebelumnya dikelola oleh Bapak Subardi menjadi dikelola oleh istrinya Ibu Siti Mubarokah. Sejak saat itu, Salak Mas berkembang dengan baik dan pesat hingga sampai sekarang. Salak Mas terletak di Dsn. Sidosari, Wonokerto, Turi, Sleman. Lokasi tersebut menjadi tempat produksi sekaligus tempat penjualan berbagai produk olahan dari buah salak. Produk makanan camilan yang dijual di Salak Mas meliputi keripik salak, manisan buah salak, geplak salak, dan wajik salak.

b. Pawiro Chocolate

Pawiro Chocolate sebuah bisnis yang didirikan dari teretusnya sebuah ide. Awalnya Ibu Dyah Sunanik mendapatkan oleh-oleh cokelat dari luar negeri yang mana Indonesia sendiri merupakan penghasil cokelat terbesar ke tiga didunia. Akhirnya pada bulan Januari 2018 Ibu Dyah Sunanik membuat produk cokelat yang isianya dipadukan dengan tempe, hal tersebut bertujuan agar produknya memiliki nuansa budaya Indonesia dan harapannya menjadi sebuah oleh-oleh yang dikenal hingga ke luar negeri. Lokasi Pawiro Chocolate terletak di Jalan Pekem-Turi No 21,

Labasan, Pakem, Sleman. Produk makanan camilan yang dijual meliputi PawChunk coklat tempe dengan rasa original, kelapa, keju dan PawChips coklat tempe.

c. Zalac Food Indonesia

Zalac Food Indonesia didirikan pada tanggal 21 April 2019 oleh Bapak Untoro Hadi Suharto. Bisnis ini berdiri berawal dari rasa keprihatinan kepada nasib petani salak yang harga salak terus merendahnya, tak hanya itu banyak lahan salak yang beralih fungsi menjadi lahan pertanian lain bahkan lahan salak yang berada ditepi sungai menjadi tambang. Hal tersebut menjadikan sebuah ide untuk membuat produk olahan dari potensi buah salak yang dihasilkan selain dijual dalam bentuk buah fresh. Lokasi penjualan produk Zalac Food Indonesia berada di Jl. Desa Wisata Gabungan Dukuh, Gondang, Donokerto, Turi, Sleman. Produk makanan camilan yang dijual meliputi kripik salak, dodol salak, manisan salak, nglangut salak crackers.

d. Slondok Renteng Bu Puji Boyong

Slondok renteng merupakan makanan khas dari Sleman Utara. Slondok Renteng Bu Puji Boyong telah ada sejak lama namun berhenti beroperasi. Pada tahun 2009 Ibu Sunarti melanjutkan usaha ini hingga saat ini. Slondok renteng ini menjadi salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta bagian utara dan merupakan makanan tradisional yang terus digemari hingga sekarang. Lokasi penjualan sekaligus produksi slondok renteng ini berada di Boyong 02/07, Hargobinangun, Pakem, Sleman. Produk ini juga bisa didapatkan di sekitar objek wisata daerah Kaliurang.

e. Slondok Renteng Pak Mul Boyong

Slondok renteng Pak Mul Boyong merupakan usaha yang dilakukan secara turun-temurun sejak tahun 60-an. Bapak Purwanto sebagai penerus generasi ke-3 mulai menjalankan bisnis ini sejak tahun 2008. Slondok renteng adalah makanan tradisional khas Sleman Utara yang berada di sisi lereng Merapi. Slondok renteng terbuat dari olahan singkong. Lokasi penjualan sekaligus produksi slondok renteng ini berada di Boyong 01/10,

Hargobinangun, Pakem, Sleman. Produk Slondok Renteng Pak Mul Boyong juga bisa didapatkan di tempat objek wisata Kaliurang dan di berbagai pusat oleh-oleh.

f. Bakpia Mino 703 Bu Midah

Bakpia Mino 703 Bu Midah berdiri sejak tahun 1997 dan menjadi salah satu pelopor Bakpia Mino di Minomartani. Ibu Sumidah merupakan pendiri Bakpia Mino 703 yang berasal dari patuk. Patuk sendiri merupakan daerah yang terkenal akan bakpianya. Oleh karena hal tersebut Ibu Sumidah yang telah tinggal di Minomartani berinisiatif membuat usaha bakpia dan berjalan hingga sekarang. Lokasi produksi sekaligus penjualan berada di Jl. Tengiri 7/03, Minomartani, Ngaglik, Sleman. Produk bakpia yang dijual mempunyai bermacam-macam rasa seperti rasa kacang hijau, keju, cokelat, ubi ungu, dan buah.

g. Bakpia Mino Istu

Bakpia Mino Istu didirikan oleh Ibu Dwi Istuning pada tahun 2006. Berdirinya usaha ini dan pertama kali membuat olahan bakpia adalah tepat satu hari sebelum terjadinya gempa bumi besar yang melanda Yogyakarta pada tahun 2006. Lokasi Bakpia Mino Istu berada di Jl. Tengiri Raya No.1, Minomartani, Ngaglik, Sleman. Produk bakpia yang dijual mempunyai bermacam-macam rasa kacang hijau, cokelat, keju, kacang merah, *green tea*, pandan, dan kumbu hitam.

h. Bananania

Bananania merupakan produk makanan berbahan dasar dari olahan buah pisang. Bananania berdiri pada awal tahun 2019. Ibu Sofyani Mirah merupakan pendiri bananania, teretusnya ide membuat usaha makanan camilan dari pisang karena begitu melimpahnya buah pisang di Yogyakarta dan sekitarnya namun kurang begitu dimanfaatkan sepenuhnya. Pada akhirnya Bananania berdiri dengan menciptakan produk makanan berbahan dasar dari buah pisang yang kini telah dikenal hingga berbagai daerah di Indonesia. Lokasi Bananania berada di Jl. Jetis Candi Gebang Blok J No.9, Wedomartani, Ngemplak, Sleman. Bananania mempunyai berbagai macam

produk seperti keripik pisang bananania, granola bananania, dan *cookies* granola.

i. Bakpia Pathok 73

Bakpia Pathok 73 didirikan oleh Ibu Turahati pada tahun 1998. Sebelum mendirikan usaha bakpia Ibu Turahati mengawali dengan belajar di sebuah tempat produksi bakpia yang terletak di Ngampilan. Lokasi produksi sekaligus penjualan terletak di Jl. Sembungan No.14, Kembaran, Tamantirto, Kasihan, Bantul. Bakpia Pathok 73 mempunyai berbagai macam rasa seperti keju, coklat, stroberi, kacang hijau, ubi ungu dan durian.

j. Bakpia Pathok 05 “Songmo”

Bakpia Pathok 05 didirikan oleh Bapak Pujiono sejak tahun 2003. Sebelum mendirikan usaha bakpia ini, Bapak Pujiono telah dibekali keterampilan membuat bakpia dari bekerja di sebuah produksi bakpia di Pathok Ngampilan. Lokasi produksi sekaligus toko penjualan terletak di Kasihan RT 05/RW 18, Tamantirto, Kasihan, Bantul. Bakpia Pathok 05 mempunyai berbagai macam rasa seperti coklat, keju, kacang hijau, kumbu hitam, dan ubi ungu.

k. Yangko Ngudi Roso Bu Darto

Yangko Ngudi Roso Bu Darto merupakan usaha turun-temurun yang sudah ada sejak lama. Pemilik Yangko Ngudi Roso Bu Darto yaitu Bapak Ketut Cahyono merupakan penerus generasi ke-4. Awal mula Bapak Ketut Cahyono sering membantu kakek dan neneknya membuat yangko sejak kecil dan akhirnya meneruskan usahanya berdiri hingga sekarang. Yangko adalah makanan khas Kotagede, Yogyakarta yang terbuat dari bahan dasar olahan beras ketan. Lokasi Yangko Ngudi Roso Bu Darto berada di Jl. Nyi Pembayun Gg. Werkudoro Patalan, Prenggan, Kotagede, Yogyakarta. Yangko Ngudi Roso Bu Darto mempunyai berbagai macam rasa seperti pandan, stroberi, coklat, durian, dan nangka.

l. Kipo Bu Djito

Kipo Bu Djito merupakan usaha yang telah ada sejak lama secara turun-temurun. Kipo Bu Djito telah berdiri sejak tahun 1946. Kipo merupakan makanan asli khas yang berasal dari Kotagede, Yogyakarta. Pemilik Kipo Bu Djito saat ini yaitu Ibu Istri Rahayu baru memulai usaha sejak tahun 1990. Awalnya usaha ini dilakukan oleh nenek kemudian ibu dan sekarang dilanjutkan oleh Ibu Istri Rahayu sebagai penerus generasi ke-3. Lokasi Kipo Bu Djito berada di Jl. Mondorakan No.27, Prenggan, Kotagede, Yogyakarta.

2. Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan Saat Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 mempunyai dampak yang begitu besar diberbagai sektor, termasuk pada sektor usaha di bidang makanan. Banyak usaha diberbagai wilayah mengalami dampak dan kendala karena adanya pandemi covid-19. Hal tersebut menyebabkan suatu usaha memerlukan suatu tindakan strategi agar sebuah usaha tetap berjalan tanpa halangan meskipun beriringan dengan terjadinya pandemi covid-19. Strategi merupakan perencanaan secara luas untuk mengantisipasi masalah yang muncul dan untuk mencapai tujuan bagi perusahaan. Berbagai strategi yang dapat dilakukan seperti penjelasan pada bab 2 yaitu strategi *retrenchment* (pengurangan), strategi divestasi, dan strategi likuidasi. Penggunaan strategi tersebut bisa menjadi langkah yang dapat dilakukan agar pelaku usaha makanan camilan tetap dapat bertahan dan mencapai tujuan suatu perusahaan.

Pemecahan persoalan yang dilakukan agar tercapainya tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta pada saat pandemi covid-19. Wawancara dilakukan kepada 12 objek usaha makanan camilan yang telah menghadapi pandemi covid-19 yaitu Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok

73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito.

a. *Retrenchment* (pengurangan)

Strategi untuk menghadapi adanya dampak pandemi salah satunya adalah menggunakan strategi pengurangan (*retrenchment*). Strategi bertahan ini dapat diterapkan oleh para pelaku usaha supaya sebuah usaha dapat terus beroperasi dan bertahan selama masa pandemi covid-19. Pengurangan ini mencakup pengurangan biaya operasional maupun pengurangan sumber daya sebagai langkah tercapainya tujuan sebuah usaha agar tetap bertahan.

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

No	Keterangan	Nama	Jumlah
1	Melakukan strategi pengurangan atau strategi <i>retrenchment</i>	Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, Kipo Bu Djito.	12
2	Tidak melakukan strategi pengurangan	-	-
Total			12

Sumber: Hasil olah data wawancara narasumber

Dari hasil data tabel diatas dapat diketahui bahwa usaha makanan camilan secara keseluruhan menggunakan strategi pengurangan (*retrenchment*), hal ini berarti tindakan *retrenchment* mampu menjadi langkah yang berdaya untuk dilakukan saat pandemi covid-19. Pengurangan biaya operasional ini dilakukan untuk strategi mengembalikan profit dan penjualan perusahaan yang mengalami penurunan.

Strategi pengurangan dilakukan oleh usaha Salak Mas saat adanya pandemi covid-19 dengan mengurangi biaya operasional. Pengurangan ini dilakukan karena dampak pandemi menyebabkan penurunan omzet. Menurut Ibu Siti Mubarakah selaku pemilik Salak Mas saat awal-awal pandemi covid-19 usaha ini cukup dikagetkan dari hasil penjualan yang sebelumnya lancar dan omzet yang cukup baik menjadi menurun. Hal ini dikarenakan produk Salak Mas yang biasanya ditiptkan di toko oleh-oleh, tempat wisata, hotel tutup karena adanya pandemi covid-19, sehingga terpaksa produk Salak Mas harus ditarik. Strategi pengurangan akhirnya dijalankan dengan mengurangi biaya operasional.

Penerapan strategi bertahan pada Salak Mas dengan melakukan pengurangan pembelian bahan baku ketika adanya pandemi covid-19. Bahan baku ini dikurangi karena saat pandemi aktivitas produksi menjadi tidak stabil karena permintaan konsumen berkurang dan produksi dilakukan ketika permintaan mulai datang. Saat pandemi kondisi karyawan di Salak Mas sempat diliburkan sementara akibat tidak adanya pekerjaan pada bagian produksi.

Selanjutnya usaha Pawiro Chocolate saat pandemi juga menerapkan strategi pengurangan untuk bertahan saat pandemi covid-19. Strategi tersebut dilakukan untuk dapat bertahan meskipun pandemi tetap berlangsung. Menurut Ibu Dyah Sunanik sebelum adanya pandemi produksi di Pawiro Chocolate cukup banyak karena telah masuk diberbagai tempat penjualan. Namun saat adanya pandemi omset

penjualan mengalami penurunan meskipun tidak terjadi secara signifikan. Sehingga perlunya perubahan strategi agar aktivitas bisnis tetap berjalan dan tidak terdampak secara luas. Pawiro chocolate melakukan strategi pengurangan dengan mengurangi biaya operasional.

Menurut Ibu Dyah Sunanik selaku pemilik Pawiro Chocolate, usaha ini menerapkan strategi pengurangan biaya operasional dengan mengurangi biaya transportasi ketika memasarkan produknya diberbagai tempat. Sulitnya akses karena pembatasan-pembatasan yang menjadikan perlunya strategi tersebut untuk menghemat bahan bakar kendaraan dan mengatur jadwal waktu penyetoran produk agar menjadi lebih efektif. Saat pandemi covid-19 Pawiro Chocolate tidak menggunakan karyawan. Hal tersebut dilatarbelakangi karena karyawan di Pawiro Chocolate memilih mengundurkan diri karena adanya pandemi covid-19. Atas kondisi tersebut Ibu Dyah selaku pemilik Pawiro Chocolate membolehkan dan tidak ingin memaksa akan keputusan karyawannya.

Sementara itu pandemi covid-19 menyebabkan usaha Zalac Food Indonesia mengalami penurunan penghasilan yang cukup besar. Hal tersebut terjadi karena dampak pandemi menyebabkan penurunan konsumen yang datang di Zalac Food Indonesia. Adanya pembatasan-pembatasan menyebabkan ekonomi menjadi lumpuh, sulitnya pengunjung untuk datang, dan ketakutan yang muncul dari masyarakat untuk beraktivitas diluar rumah. Dampak pandemi covid-19 menyebabkan Zalac Food Indonesia mengalami penurunan pendapatan tidak seperti pendapatan sebelum adanya pandemi covid-19 yang lumayan cukup banyak.

Menurut Bapak Untoro Hadi Suharto selaku pemilik Zalac Food Indonesia, usaha ini menggunakan strategi pengurangan dengan mengurangi biaya operasional untuk menghadapi kondisi penurunan pendapatan saat pandemi covid-19. Pengurangan biaya operasional ini dilakukan dengan mengurangi jumlah karyawan pada sebagian divisi perusahaan. Pengurangan jumlah karyawan zalac food Indonesia terjadi

di bagian resto, sedangkan untuk bagian produksi tidak melakukan pengurangan jumlah karyawan.

Selanjutnya kondisi pandemi covid-19 menyebabkan usaha Slondok Renteng Bu Puji Boyong mengalami penurunan pendapatan penjualan. Dampak adanya pandemi menyebabkan pariwisata mengalami penutupan dan tidak adanya wisatawan. Menurut Ibu Sunarti selaku pemilik Slondok Renteng Bu Puji Boyong, usaha ini saat pandemi covid-19 melakukan strategi pengurangan dengan mengurangi biaya operasional. Pada saat awal pandemi covid-19, usaha ini sempat berhenti beroperasi selama 2 minggu.

Menurut Ibu Sunarti pengurangan biaya operasional dilakukan melalui pengurangan kapasitas produksi dengan cara tidak setiap hari melakukan produksi slondok. Hal tersebut dilakukan lantaran untuk meminimalisir terjadinya kerugian secara berlebihan. Produksi slondok saat pandemi covid-19 melakukan pengurangan dan menyesuaikan ketika stok produk slondok telah habis. Kondisi saat pandemi karyawan diliburkan terlebih dahulu, setelah pandemi berangsur mulai membaik karyawan tersebut dipekerjakan lagi seperti saat sekarang ini.

Selanjutnya adanya pandemi covid-19 memberikan dampak juga bagi Slondok Renteng Pak Mul Boyong, usaha ini mengalami penurunan omzet saat pandemi. Penurunan omzet terjadi karena pembatasan mobilisasi orang dan banyaknya tempat pemasaran produk slondok renteng mengalami penutupan. Maka diperlukan penerapan strategi agar usaha ini tetap dapat berjalan dan bertahan selama masa pandemi.

Menurut Bapak Purwanto selaku pemilik Slondok Renteng Pak Mul Boyong, usaha ini menggunakan strategi pengurangan dengan cara mengurangi biaya operasional saat pandemi covid-19. Pengurangan biaya operasional dilakukan dengan cara mengurangi biaya produksi. Proses produksi dilakukan dengan lebih efisien dan teliti dengan mengurangi kapasitas produksi. Saat pandemi covid-19 hasil produksi perlu dikurangi dengan menyesuaikan permintaan pasar agar

meminimalisir kerugian. Kondisi saat pandemi covid-19 Slondok Renteng Pak Mul Boyong tidak melakukan pengurangan SDM sehingga kondisi karyawan tidak ada perubahan.

Sementara itu, pada usaha Bakpia Mino 703 Bu Midah saat pandemi covid-19 menyebabkan dampak yang begitu terasa. Usaha ini mengalami penurunan omzet saat pandemi covid-19. Adanya aturan pembatasan menjadi salah satu dampak yang ditimbulkan yang berakibat menurunnya omzet bagi usaha Bakpia Mino 703. Hal tersebut menjadikan perlunya penerapan sebuah strategi untuk mengatasi dampak akibat pandemi covid-19.

Menurut Ibu Sumidah selaku pemilik Bakpia Mino 703, usaha ini menerapkan strategi pengurangan. Strategi pengurangan ini dengan melakukan pengurangan biaya operasional yaitu dengan mengurangi SDM tenaga karyawan. Menurut Ibu Sumidah ketika adanya pandemi covid-19 tenaga karyawannya terpaksa dikurangi untuk meminimalisir pengeluaran biaya operasional secara berlebihan. Pengurangan lainnya juga terjadi pada kapasitas produksi bakpia yang dihasilkan menjadi lebih sedikit karena menyesuaikan permintaan konsumen saat pandemi covid-19.

Selanjutnya usaha Bakpia Mino Istu yang bergerak dalam bidang makanan ikut mengalami dampak yang diberikan oleh pandemi covid-19. Saat pandemi penjualan bakpia menurun drastis sempat hanya laku beberapa kotak saja dan kondisi menjadi sepi hal ini sangat berbeda ketika sebelum adanya pandemi covid-19. Perlunya sebuah strategi untuk mengatasi dampak yang ditimbulkan. Bakpia Mino Istu melakukan strategi saat adanya pandemi covid-19.

Strategi pengurangan dengan mengurangi biaya operasional ditempuh sebagai upaya agar usaha ini tetap berjalan dan dapat terus bertahan di saat pandemi covid-19. Menurut Ibu Winarni selaku karyawan Bakpia Mino Istu sejak tahun 2008 mengatakan bahwa saat pandemi pengurangan biaya operasional dilakukan dari pembelian bahan

baku yang dikurangi. Kegiatan produksi juga dilakukan dengan kapasitas yang tidak sebanyak sebelum pandemi sehingga produksi menyesuaikan permintaan pasar. Meskipun hal tersebut dilakukan Bakpia Mino Istu, dari segi produksi tetap menjaga komposisi bahan baku dengan menggunakan bahan yang berkualitas. Saat pandemi Bakpia Mino Istu tidak melakukan pengurangan SDM sehingga karyawan tetap berjumlah 3 orang.

Selanjutnya pada usaha Bananania strategi pengurangan juga diterapkan saat pandemi covid-19. Bananania saat pandemi menerapkan strategi pengurangan dengan mengurangi biaya operasional pada usahanya. Strategi tersebut dilakukan sebagai upaya usaha tetap dapat terus berjalan dan bertahan saat terjadi pandemi covid-19. Menurut Ibu Sofyani Mirah selaku pemilik Bananania, usaha ini menerapkan pengurangan biaya operasional dengan mengatur pembelian bahan baku dengan lebih efisien. Bahan baku saat adanya pandemi mengalami perubahan dari yang sebelumnya melalui retail berubah menjadi ke supplier. Pada bagian SDM usaha Bananania tidak melakukan adanya pengurangan karyawan akan tetapi justru menambah karyawan dari sebelumnya berjumlah 1 menjadi 4 karyawan saat pandemi covid-19, bahkan sekarang ini bertambah menjadi 9 karyawan. Kondisi penambahan karyawan dilatarbelakangi oleh meningkatnya penjualan online saat pandemi covid-19, sehingga penambahan karyawan perlu dilakukan meskipun pada sisi penjualan offline terjadi adanya penurunan.

Selanjutnya pada usaha Bakpia Pathok 73 dampak pandemi memberikan cukup kesulitan dalam penjualan produk dan menyebabkan penurunan pendapatan secara drastis, hal ini terjadi karena banyak toko penjualan yang tutup dan pariwisata yang juga tutup. Sebelum adanya pandemi Bakpia Pathok 73 bisa menyetok produk ke toko hingga mencapai 120 toko, tetapi kondisi ini jauh berbeda dengan kondisi saat pandemi covid-19.

Menurut Ibu Turahati selaku pemilik Bakpia Pathok 73, usaha ini menerapkan strategi pengurangan sebagai upaya mempertahankan usaha dari kondisi pandemi. pengurangan terjadi pada biaya operasional dengan mengurangi kapasitas produksinya. Hasil produksi bakpia dikurangi karena menyesuaikan permintaan pasar dan hanya dipasarkan ke toko oleh-oleh yang masih buka saat pandemi covid-19. Dari segi SDM bakpia pathok 73 mengurangi tenaga karyawannya. Sebelum adanya pandemi tenaga karyawan berjumlah 5 orang dan sekarang berkurang hanya tersisa 2 orang karyawan.

Selanjutnya pada usaha Bakpia Pathok 05 “songmo” saat pandemi covid-19 memberikan dampak usaha dengan menyebabkan penurunan pendapatan. Menurut Bapak Pujiono selaku pemilik Bakpia Pathok 05 keadaan penurunan pendapatan dilatarbelakangi oleh wisatawan yang menurun dan adanya pembatasan-pembatasan yang dilakukan saat pandemi covid-19. Akibat kondisi tersebut diperlukan penyesuaian keadaan dan upaya tindakan dengan penerapan strategi sebagai upaya usaha tetap bertahan saat pandemi covid-19.

Menurut Bapak Pujiono Bakpia Pathok 05 “songmo” melakukan strategi pengurangan biaya operasional dari segi produksi. Kapasitas produksi saat pandemi covid-19 mengalami pengurangan dari hasil produk bakpia yang dihasilkan karena menyesuaikan permintaan pasar saat pandemi. Strategi pada bagian SDM juga diterapkan pada usaha ini dengan cara meliburkan karyawannya sejumlah 4 orang selama 4 bulan saat awal pandemi covid-19 dan mengaktifkan kembali karyawan tersebut untuk bekerja sampai sekarang ini.

Selanjutnya pada usaha Yangko Ngudi Roso Bu Darto saat adanya pandemi covid-19 mengakibatkan kurang stabilnya keadaan usaha. Dampak pandemi menjadikan penurunan pendapatan bagi usaha ini. Menurut Bapak Ketut Cahyono selaku pemilik usaha Yangko Ngudi Roso Bu Darto, penurunan penjualan diakibatkan oleh faktor wisatawan yang tidak dapat berkunjung dan adanya pembatasan-pembatasan saat

adanya pandemi covid-19. Keadaan tersebut jauh berbeda dengan kondisi sebelum pandemi yang stabil dengan permintaan produk dan kunjungan wisata yang banyak.

Menurut Bapak Ketut Cahyono usaha ini menerapkan strategi pengurangan dengan mengurangi biaya operasional usahanya. Pengurangan biaya operasional dilakukan dari segi produksi dengan cara mengurangi kapasitas produksi yang sebelumnya bisa dilakukan setiap hari menjadi tidak setiap hari dan mengurangi pada pembelian bahan baku produksi karena menyesuaikan permintaan datang. Pada bagian karyawan usaha ini hanya meliburkan karyawannya karena saat pandemi proses produksi tidak dilakukan setiap hari namun ketika ada pesanan datang.

Kemudian pada usaha Kipo Bu Djito adanya pandemi covid-19 memberikan dampak berkurangnya pendapatan. Kondisi pasar yang menurun saat pandemi dilatarbelakangi oleh menurunnya permintaan produk karena adanya pembatasan-pembatasan, dan wisatawan yang menurun. Menurut Ibu Istri Rahayu selaku pemilik usaha Kipo Bu Djito, usaha ini menggunakan strategi pengurangan biaya operasional. Strategi pengurangan diterapkan pada kapasitas produksi dengan menyesuaikan permintaan pasar saat pandemi covid-19. Sebelum adanya pandemi covid-19 produk kipo yang dihasilkan setiap harinya bisa mencapai 300 kipo, kondisi ini berbeda saat pandemi covid-19 yang mengalami penurunan dan hanya bisa menghasilkan 100 kipo. Sedangkan pada bagian karyawan usaha Kipo Bu Djito tidak melakukan adanya pengurangan.

b. Divestasi

Divestasi merupakan upaya langkah perampingan bagian dari perusahaan untuk menghilangkan diversifikasi secara berlebihan. Menurut (David & David, 2016) terdapat enam pedoman divestasi menjadi pilihan strategi yang efektif:

1. Sebuah organisasi melakukan strategi pengurangan namun tidak berhasil mencapai apa yang diinginkan.
2. Sebuah divisi terlalu banyak membutuhkan sumber daya daripada hasil keperluan perusahaan.
3. Sebuah divisi bertanggung jawab pada kinerja organisasi yang buruk.
4. Sebuah divisi tidak memenuhi syarat bagian lain dari organisasi, bisa terjadi karena pasar, konsumen, manajer, karyawan, kebutuhan yang berbeda.
5. Diperlukan jumlah dana besar dengan cepat dan tidak bisa didapatkan melalui sumber lain.
6. Tindakan pencegahan persaingan dari pemerintah menyebabkan ancaman bagi organisasi.

Tabel 4. 2 Jawaban responden yang menggunakan strategi divestasi

No	Keterangan	Nama	Jumlah
1	Melakukan strategi perampingan (Strategi Divestasi)	Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Pathok 73, Yangko Ngudi Roso Bu Darto	3
2	Tidak melakukan strategi perampingan (Strategi Divestasi)	Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 05 "Songmo", Kipo Bu Djito	9
Total			12

Sumber: Hasil olah data wawancara narasumber

Dari hasil data pada tabel penelitian diatas telah ditemukan bahwa terdapat 3 tempat usaha makanan camilan yang menggunakan strategi divestasi. Usaha tersebut menggunakan strategi divestasi untuk mempertahankan usahanya pada saat pandemi covid-19. Strategi divestasi dilakukan oleh ketiga usaha tersebut dengan tujuan agar dapat menutupi biaya operasional usaha yang terpengaruh dan terdampak secara signifikan karena situasi pandemi covid-19.

Strategi divestasi dilakukan oleh usaha Bakpia Mino 703 Bu Midah dengan cara menjual aset kendaraan sepeda motor. Menurut Ibu Sumidah selaku pemilik Bakpia Mino 703 strategi divestasi tersebut dilakukan sebagai upaya menambah modal biaya operasional kelangsungan usaha bisnis dan untuk memenuhi kebutuhan hidup pada saat pandemi covid-19. Strategi tersebut sangat bermanfaat karena menjadi langkah usaha ini tetap dapat berdiri dan bertahan hingga sekarang mengingat kondisi pandemi usaha ini sempat mengalami dampak penurunan penjualan dan omzet usaha.

Selanjutnya strategi divestasi dilakukan oleh usaha makanan camilan Bakpia Pathok 73, usaha ini melakukan penjualan aset dengan menjual rumah. Hal tersebut disebabkan karena kondisi pandemi covid-19 yang menyebabkan penurunan penjualan secara drastis. Menurut Ibu Turahati selaku pemilik Bakpia Pathok 73, pandemi covid-19 menyebabkan dampak yang cukup besar karena terjadi secara berkepanjangan, penurunan permintaan produk dan sulitnya pemasaran saat kondisi pandemi. Oleh karenanya strategi penjualan aset berupa rumah dianggap menjadi langkah penyelesaian atas dampak usaha yang diberikan saat pandemi covid-19. Penjualan aset rumah dapat memberikan tambahan modal untuk usaha tetap bertahan dan mencari lokasi penjualan yang lebih strategis.

Selanjutnya strategi divestasi juga dilakukan oleh usaha makanan camilan Yangko Ngudi Roso Bu Darto. Kondisi pandemi covid-19

menjadikan usaha yangko ini mengalami penurunan penjualan dan sulitnya pemasaran produk. Menurut Bapak Ketut Cahyono selaku pemilik Yangko Ngudi Roso Bu Darto, usaha ini melakukan penjualan aset dengan menjual 2 kendaraan mobil lama. Hal tersebut dilakukan untuk menambah modal usaha agar tetap dapat bertahan di saat kondisi pandemi covid-19. Upaya penerapan strategi tersebut dianggap menjadi langkah penyelesaian atas dampak yang diberikan kepada usaha yangko saat pandemi covid-19.

Kemudian dari usaha makanan camilan lainnya yang diteliti seperti pada Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Kipo Bu Djito, dari hasil wawancara sembilan usaha makanan camilan tersebut tidak melakukan strategi divestasi. Hal ini disebabkan karena usaha tersebut menilai penerapan strategi pengurangan (*retrenchment*) telah dianggap sebagai langkah yang cukup sebagai upaya usaha untuk tetap bertahan saat pandemi covid-19.

c. Likuidasi

Menurut (David & David, 2016) likuidasi adalah menjual seluruh aset perusahaan dengan imbalan nilai sesuai wujud. Likuidasi mengakui kekalahan pada perusahaan dan secara emosional strategi ini sulit untuk dilakukan. Namun tindakan penghentian operasi lebih baik daripada mengalami kerugian secara luas.

Berikut tiga pedoman likuidasi menjadi pilihan yang efektif:

1. Sebuah organisasi telah melakukan strategi pengurangan dan menjual divisinya, tetapi sama sekali tidak berhasil.
2. Organisasi satu-satunya mengalami kebangkrutan.
3. Pemegang saham perusahaan melakukan pengurangan kerugian dengan menjual aset.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan di sejumlah usaha makanan camilan yaitu Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito dari semua tempat usaha tersebut tidak ada yang sampai menerapkan tindakan strategi likuidasi saat pandemi covid-19. Namun semua tempat usaha makanan camilan yang diteliti hanya perlu menerapkan strategi pengurangan dan divestasi sebagai upaya untuk tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19.

d. Strategi lainnya

Menurut hasil penelitian wawancara yang telah dilakukan diberbagai wilayah di Yogyakarta, terdapat penerapan strategi lain pada 12 tempat usaha makanan camilan yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha saat pandemi covid-19.

1) *Digital Marketing*

Dalam menghadapi pandemi covid-19 berbagai usaha makanan camilan menggunakan strategi saat pandemi covid-19. Salah satunya adalah dengan menerapkan strategi *digital marketing*. Strategi ini digunakan untuk menjaukau lebih jauh para konsumen dan memudahkan para konsumen dalam membeli produk secara online. Hal ini membuat dampak kondisi pandemi tidak begitu dirasakan meskipun terjadi adanya aturan pembatasan-pembatasan. Pada 12 tempat usaha makanan camilan seluruhnya menggunakan strategi penggunaan *digital marketing* seperti Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito. Para pelaku

usaha ini masing-masing menggunakan bermacam-macam media *digital marketing* seperti promosi menggunakan media Google My Business, Google Maps, Instagram, Facebook, maupun Whatsapp.

2) *E-commerce*

Strategi penggunaan *e-commerce* diterapkan dalam penjualan para pelaku usaha saat pandemi covid-19. Metode penjualan ini dianggap membantu dan memudahkan pemasaran produk usaha saat kondisi pandemi covid-19. Kemudahan dalam pembelian menjadi salah satu keuntungan yang didapat ketika order melalui *e-commerce*. Adanya promo, gratis ongkir, maupun keuntungan lainnya membuat penjualan menggunakan *e-commerce* banyak menarik minat konsumen. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terdapat beberapa pelaku usaha makanan camilan yang menggunakan strategi penggunaan *e-commerce*.

Strategi *e-commerce* seperti penggunaan Gofood maupun Grabfood diterapkan oleh Zalac Food Indonesia, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, dan Bananania sebagai upaya untuk memudahkan para konsumen dalam membeli produk. Zalac Food Indonesia saat pandemi covid-19 menggunakan Tokopedia dan Shopee sebagai upaya untuk memudahkan konsumen dalam membeli produk dan menjaukau konsumen lebih jauh. Selanjutnya pada usaha Bananania saat pandemi covid-19 juga menggunakan penjualan melalui Shopee maupun Tokopedia, namun penggunaan *e-commerce* di Bananania lebih beragam dan cenderung lebih ofensif dalam mengambil peluang pemasaran. Penggunaan *e-commerce* yang beragam seperti Blibli, Blazz, Evermos dan InaEkspor menjadikan usaha

Bananania dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dan memudahkan konsumen dalam membeli produk.

3) Inovasi Produk

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan ditemukan tiga tempat usaha makanan camilan yang menggunakan strategi lain dengan menerapkan inovasi produk. Strategi ini dimaksudkan untuk mencari sebuah solusi dalam meningkatkan penjualan dan tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19. Bakpia Pathok 05 “songmo” menerapkan strategi yang cukup ofensif dengan membuat inovasi pada produknya. Produk saat pandemi covid-19 dilakukan perubahan dengan maksud untuk dapat memperlebar jangkauan penjualan dan menarik minat konsumen. Saat pandemi covid-19 Bakpia 05 “songmo” menciptakan produk bakpia dengan variasi kemasan dan variasi jumlah isi bakpia. Hasil inovasi tersebut menghasilkan varian kemasan kecil dengan isi lebih sedikit namun dengan harga yang lebih terjangkau dan murah. Inovasi produk tersebut berhasil menjadi strategi yang efektif saat adanya pandemi covid-19.

Zalac Food Indonesia dalam penerapan strategi pada produknya saat pandemi covid-19 cukup ofensif. Produk Zalac Food Indonesia sebelum pandemi hanya memiliki lima produk olahan salak. Saat pandemi covid-19 Zalac Food Indonesia melakukan riset produk dengan tujuan untuk menciptakan produk baru dan sebagai upaya untuk memperluas pangsa pasar. Saat pandemi covid-19 Zalac Food Indonesia berhasil menciptakan produk baru seperti salak dalam kaleng, selai salak, sirup salak, crackers salak sehingga kini Zalac Food Indonesia memiliki 10 produk olahan berbahan dasar dari buah salak.

Bananania saat pandemi covid-19 juga menerapkan strategi yang termasuk ofensif dalam inovasi produknya. Sebelum adanya

pandemi Bananania hanya memiliki produk keripik pisang yang memiliki aneka rasa, sehingga saat pandemi covid-19. Bananania melakukan pengamatan pada kecenderuan orang-orang untuk memilih makanan sehat yang mulai tinggi saat pandemi covid-19. Maka saat pandemi covid-19 Bananania melakukan inovasi produk yang akhirnya menciptakan produk baru makanan-makanan sehat yaitu granola pisang dan cookies pisang. Kedua jenis produk tersebut memiliki komposisi bahan baku yang sangat baik untuk kesehatan dan sangat cocok dikonsumsi apalagi saat kondisi pandemi covid-19. Penerapan strategi dengan menambah inovasi produk saat pandemi covid-19 membuat usaha Bananania dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan secara maksimal.

3. Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan saat Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam bisnis Islam segala aktivitas diberikan kebebasan pada kegiatan bisnisnya, akan tetapi dalam Islam terdapat norma maupun prinsip dasar yang harus ditaati dan dipahami oleh seorang muslim dalam usahanya. Etika bisnis Islam merupakan panduan dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung pada syariat Islam. Segala aktivitas yang berlandaskan etika bisnis Islam dapat membawa kebaikan, manfaat, dan keberkahan dalam menjalankan usahanya. Nabi Muhammad SAW telah memberikan pedoman etika dalam melakukan bisnis, sebagai berikut:

a. Kejujuran

Hasil wawancara yang telah dilakukan pada usaha Salak Mas, bisnis ini selalu berpedoman pada nilai kejujuran. Menurut Ibu Siti Mubarakah Salak Mas mengedepankan cara penjualan yang baik dengan menjaga komunikasi transparan sehingga terciptanya komunikasi yang informatif antar penjual dan pembeli. Komunikasi yang baik juga

dijalankan kepada karyawannya agar terciptanya usaha baik dan membawa keberkahan. Pada harga produk Salak Mas tidak melakukan perang harga atau kecurangan terhadap sesama penjual olahan salak.

Kemudian pada usaha Pawiro Chocolate juga aktivitas bisnisnya selalu mengedepankan nilai kejujuran. Menurut Ibu Dyah Sunanik Pawiro Chocolate terus menjaga komunikasi yang baik antar penjual dan pembeli. Dari segi bahan baku produksi meskipun saat pandemi mengalami kendala karena sulitnya mencari bahan baku Pawiro Chocolate tetap mengambil bahan baku yang baik dan berkualitas meskipun memiliki harga yang lebih mahal dari biasanya.

Hasil wawancara dengan Zalac Food Indonesia, usaha ini juga mengedepankan nilai-nilai kejujuran dalam bisnisnya. Menurut bapak Untoro Hadi Suharto kejujuran dalam usaha sangat di jaga dalam setiap aktivitasnya karena jika tidak maka integritas yang akan dipertaruhkan. Dalam hal produksi Zalac Food Indonesia selalu melakukan riset dalam setiap pengembangan produknya sehingga produk yang dihasilkan merupakan produk yang berkualitas, halal dan membawa keberkahan. Selain itu Zalac Food Indonesia tidak pernah mengalami resisten terhadap kompetitor maupun perusahaan lain karena selama ini komunikasi terus terjaga dengan baik dan mengutamakan kerja sama, sehingga bisnis itu tetap halal thoyyib dan berkah.

Selanjutnya pada Slondok Renteng Bu Puji Boyong nilai kejujuran terkandung dalam sistem penjualan yang mengedepankan kejujuran dan selalu menjaga kepercayaan pelanggan. Menurut Ibu Sunarti dalam aktivitas produksinya, bahan baku produksi saat pandemi dilakukan dengan tidak menumpuk stok bahan baku dan tetap memilih bahan baku yang segar. Upaya mengatur bahan baku dengan baik maka akan tercipta produk yang berkualitas sehingga dalam Islam termasuk mengedepankan nilai kejujuran.

Konsep kejujuran pada Slondok Renteng Pak Mul Boyong selalu diterapkan oleh usaha ini. Menurut Bapak Purwanto saat pandemi covid-

19 usaha ini selalu mengontrol bahan baku produksi dan stok produk yang dihasilkan agar tidak menumpuk serta bahan baku tidak akan terbuang sia-sia. Bahan baku singkong yang digunakan juga merupakan singkong yang didapat langsung dari petani sehingga memiliki kualitas yang baik dan masih segar. Maka hasil slondok yang dihasilkan tetap terjaga kualitas dan merupakan produk yang baik dan sehat. Dari hasil limbah produksi slondok, usaha ini juga mengaturnya secara baik jadi sisa-sisa bahan baku produksi yang dihasilkan tidak dibuang sembarangan namun sebagai pakan ternak sapi sehingga tidak ada yang dirugikan.

Selanjutnya pada usaha Bakpia Mino 703 Bu Midah konsep kejujuran dilihat dari upaya dalam strategi pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19. Menurut Ibu Sumidah persediaan bahan baku dikurangi agar tidak terjadi penumpukan dan bahan baku yang terlampaui lama dalam penyimpanan, hal ini dimaksudkan agar bakpia yang dihasilkan tetap terjaga dan berkualitas. Kapasitas produksi saat pandemi diatur untuk meminimalisir produksi secara berlebihan karena terjadinya penurunan penjualan saat pandemi covid-19.

Hal serupa dilakukan pada usaha Bakpia Mino Istu konsep kejujuran diterapkan dalam produksinya saat pandemi covid-19. Menurut Ibu Winarni saat pandemi terjadi pengurangan biaya operasional pada pembelian bahan baku agar tidak terjadinya penumpukan dan bahan baku yang disimpan terlalu lama. Saat pandemi covid-19 proses produksi tetap menggunakan komposisi bahan baku yang terbaik dan ukuran yang sesuai agar tetap menjaga kualitas produk bakpia. Selain itu dari segi pelayanan bakpia mino selalu menjaga dengan melayani pelanggan secara baik.

Kemudian dari hasil wawancara terhadap usaha Bananania, bisnis ini selalu menjaga nilai-nilai kejujuran dalam usahanya. Menurut Ibu Sofyani Mirah harga produk Bananania tidak pernah melakukan perang harga, hal ini bisa dilihat dari *reseller* Bananania yang memiliki harga

lebih murah dibanding harga resmi dari Bananania meskipun sama-sama menjual di media online. Menurut Ibu Sofyani Mirah hal tersebut dilakukan agar *reseller* Bananania juga tetap mendapat keuntungan dan tidak dirugikan. Selanjutnya Bananania mengedepankan nilai kejujuran dalam acara pameran dengan tidak saling memperebutkan maupun menjegal ketika adanya pameran yang terselenggara. Selain itu pada sisi karyawan Bananania tidak pernah membajak karyawan misal dengan merekrut karyawan dari luar dengan gaji tinggi dengan status masih sah bekerja ditempat lain karena menurut Ibu Sofyani Mirah hal itu sangat melanggar etika dalam berbisnis. Selain itu nilai kejujuran dalam produksi selalu dijaga pada produk Bananania, menurut Ibu Sofyani Mirah beliau selalu mengingatkan kepada karyawannya untuk lebih baik dilebihkan daripada kurang pada hasil timbangan produk Bananania ketika *packing* produk, serta Bananania juga menghitung pada berat kemasan lalu ditambah berat isi makanan, hal ini supaya saat mengisi makanan dalam kemasan tidak terjadi kekurangan yang dapat merugikan konsumen.

Selanjutnya pada usaha Bakpia Pathok 73 penerapan nilai kejujuran dilakukan dari sisi produksi. Menurut Ibu Turahati meskipun saat pandemi usaha menjadi terdampak dan terjadi penurunan pendapatan. Usaha tetap melakukan produksi dengan menyesuaikan komposisi bahan baku yang pas sesuai pada bahan dan takarannya dalam menghasilkan bakpia. Mengatur produksi dari segi bahan baku yang sesuai akan menghasilkan bakpia yang baik dan berkualitas.

Pada usaha Bakpia Pathok 05 “songmo” nilai kejujuran dapat dilihat dari kegiatan usahanya. Menurut Bapak Pujiono beliau sejak kecil telah dididik untuk melakukan kejujuran dalam segala aktivitasnya, sehingga mindset tersebut juga dibawa pada bisnisnya dalam usaha bakpia. Dalam berbisnis beliau tidak suka menjatuhkan persaingan bisnis dengan yang lain dan harus bersikap saling menghargai. Menurut Bapak Pujiono dari segi harga produk, perbedaan harga merupakan hal yang

wajar karena setiap produk mempunyai ciri khas masing-masing dan menggunakan kualitas bahan yang berbeda-beda pada dasarnya yang penting usaha tetap mendapatkan untung dan tidak merugikan orang lain. Selain itu dalam bahan baku Bakpia Pathok 05 menggunakan bahan baku berkualitas, dan takaran komposisi dalam pembuatan bakpia tidak ada yang dikurangi sehingga tetap sesuai dengan ukuran dan rasa yang dihasilkan pada bakpia.

Kemudian pada usaha Yangko Ngudi Roso Bu Darto, usaha ini mengedepankan nilai kejujuran dalam usahanya. Menurut bapak Ketut Cahyono saat pandemi kapasitas produksi dikurangi dengan tidak setiap hari melakukan produksi karena menyesuaikan permintaan pasar. Pada pembelian bahan baku dilakukan pengurangan agar tidak menimbulkan penumpukan bahan baku produksi dan menjaga bahan baku yang digunakan tetap dalam keadaan baik. Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku yang berkualitas sehingga menghasilkan yangko yang memiliki cita rasa yang enak. Dalam aktivitas bisnisnya usaha ini selalu mengedepankan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan juga tidak melakukan penipuan terhadap konsumen. Yangko Ngudi Roso Bu Darto juga mengedepankan sikap saling menghargai dengan tidak menjelekkan usaha orang lain dan tidak merugikan orang lain.

Kemudian pada usaha Kipo Bu Djito usaha ini mnegutamakan nilai kejujuran dalam bisnisnya. Menurut Ibu Istri Rahayu usaha kipo selalu melaksanakan persaingan yang sehat dalam bisnisnya, dengan tidak saling mencurangi dan menjatuhkan terhadap usaha lainnya. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi tidak menggunakan bahan yang berbahaya untuk masyarakat sehingga produk yang dihasilkan merupakan makanan yang aman untuk dikonsumsi.

b. Tolong Menolong

Hasil wawancara memperlihatkan upaya yang dilakukan berbagai usaha dalam mempertahankan usaha saat pandemi covid-19. Akibat

kondisi pandemi menyebabkan penurunan penjualan sehingga memungkinkan terjadi adanya pengurangan karyawan. Pada usaha Bakpia Mino 703 Bu Midah saat pandemi covid-19 usaha ini terpaksa mengurangi karyawannya. Menurut Ibu Sumidah imbas dari adanya pandemi kondisi usaha menjadi terdampak sekali. Tenaga karyawan saat itu terpaksa dikurangi untuk meminimalisir pengeluaran biaya operasional secara berlebihan. Dilihat dari kondisi tersebut Bakpia Mino 703 masih belum menerapkan sikap tolong-menolong.

Kemudian pada usaha Bakpia Pathok 73 terjadi penurunan penjualan saat pandemi covid-19. Menurut Ibu Turahati usaha Bakpia Pathok 73 saat pandemi melakukan pengurangan pada karyawannya. Pengurangan karyawan terpaksa dilakukan karena kondisi usaha terdampak akan pandemi sehingga harus mengurangi biaya operasional dalam usahanya. Hal ini dapat diartikan usaha Bakpia Pathok 73 masih belum menerapkan tolong-menolong saat pandemi karena terjadi pengurangan karyawan untuk mengurangi biaya operasional secara berlebihan.

Sedangkan pada usaha Zalac Food Indonesia adanya pandemi covid-19 menyebabkan berkurangnya karyawan. Menurut Bapak Untoro Hadi Suharto kondisi pandemi memberikan dampak yang begitu terasa, oleh sebab itu usaha ini terpaksa melakukan pengurangan karyawan pada sebagian divisi perusahaannya yaitu pada bagian resto sejumlah 5 orang. Kondisi resto saat pandemi tidak memungkinkan untuk tetap beroperasi bahkan terjadi penutupan resto karena efek maupun dampak yang diberikan pandemi covid-19. Pada bagian co-founder telah terjadi pengunduran diri karena mereka merasa tidak mampu untuk bertahan karena kondisi yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19. Berbeda pada bagian produksi tidak terjadi adanya pengurangan karyawan, karyawan tetap berjalan dan berjumlah 10 orang. Dari hasil tersebut dapat dikatakan usaha ini masih kurang memperhatikan konsep tolong-menolong pada karyawan secara menyeluruh karena masih

terdapat karyawan pada bagian resto yang mengalami pengurangan karyawan meskipun pengurangan karyawan ini tidak terjadi pada bagian produksi.

Berbeda dengan keadaan pada usaha Salak Mas karyawan sempat diliburkan saat pandemi covid-19. Menurut Ibu Siti Mubarakah saat kondisi pandemi melanda karyawan pada Salak Mas diputuskan untuk diliburkan terlebih dahulu karena dianggap tidak adanya pekerjaan karena situasi pandemi yang menyebabkan liburunya usaha selama beberapa bulan. Saat pandemi masih berlangsung dan telah ada permintaan produk, karyawan mulai diaktifkan lagi untuk diperkerjakan dalam proses produksi. Maka dalam hal ini masih bisa dikatakan Salak Mas masih memperhatikan sifat saling tolong-menolong karena tidak adanya pemutusan kerja secara sepihak dan hanya meliburkan karyawannya secara sementara sehingga masih sesuai dengan nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam.

Selanjutnya pada usaha Slondok Renteng Bu Puji Boyong kondisi saat pandemi covid-19 menyebabkan karyawannya terpaksa diliburkan sementara. Menurut Ibu Sunarti karyawan saat pandemi covid-19 terpaksa diliburkan karena situasi pandemi yang menyebabkan proses produksi tidak dilakukan setiap hari. Ketika permintaan produk mulai berlangsung membaik karyawan tersebut mulai diaktifkan lagi seperti kondisi sekarang ini. Hal ini dapat diartikan usaha Slondok Renteng Bu Puji Boyong masih memprioritaskan karyawannya untuk dipekerjakan lagi meskipun saat pandemi sempat diliburkan. Maka usaha ini masih mengedepankan sikap tolong-menolong yang sesuai dengan nilai etika bisnis Islam.

Kemudian pada usaha Bakpia Pathok 05 “Songmo” saat pandemi mengalami penurunan kapasitas produksi. Menurut Bapak Pujiono tenaga karyawan yang berjumlah 4 orang sempat diliburkan kurang lebih selama 4 bulan saat pandemi covid-19. Tenaga karyawan sempat diliburkan karena kondisi usaha saat awal pandemi menjadi kurang

stabil, meski begitu kondisi tersebut tidak berlangsung terlalu lama karena karyawan yang diliburkan akhirnya dipekerjakan kembali semua sejumlah 4 orang sampai sekarang ini. Atas kondisi tersebut usaha Bakpia Pathok 05 masih menerapkan sikap tolong-menolong sesuai nilai etika bisnis Islam karena tenaga karyawan tetap dipertahankan untuk bekerja.

Pada usaha Yangko Ngudi Roso Bu Darto karyawan saat pandemi sempat diliburkan. Menurut Bapak Ketut Cahyono usaha yangko saat pandemi menjadi tidak stabil karena banyak toko-toko kecil yang mulai tutup sehingga produk yangko akhirnya ditarik. Proses produksi saat pandemi tidak dilakukan secara setiap hari melainkan ketika adanya pemesanan datang. Saat produksi mulai dikerjakan baru karyawan yang diliburkan mulai ikut untuk bekerja lagi. Dilihat dari hal tersebut maka usaha ini masih mengedepankan sikap tolong-menolong karena masih sangat memperhatikan terhadap karyawannya untuk tetap dapat bekerja.

Selanjutnya pada Pawiro Chocolate saat pandemi covid-19 usaha ini tidak menggunakan karyawan. Menurut Ibu Dyah Sunanik saat pandemi Pawiro Chocolate tidak menggunakan karyawan karena karyawan tersebut meminta izin untuk mengundurkan diri, komunikasi sempat terjalin untuk menawarkan untuk tidak keluar meskipun usaha sempat terdampak pandemi usaha ini tetap akan mencari pasar. Namun karyawannya tetap memilih untuk izin keluar karena adanya pandemi virus covid-19 sehingga Ibu Dyah tidak ingin memaksa dan mempersilahkan. Jika dilihat dari kondisi tersebut Pawiro Chocolate masih memperhatikan sikap saling tolong-menolong pada karyawannya karena mengusahakan karyawannya untuk tetap bekerja dan keputusan pengunduran diri juga melalui kesepakatan yang disetujui oleh kedua belah pihak tanpa ada yang dirugikan.

Kemudian pada usaha Slondok Renteng Pak Mul Boyong saat pandemi tidak melakukan adanya pengurangan karyawan. Menurut Bapak Purwanto saat pandemi covid-19 usaha ini tidak melakukan

pengurangan karyawan dan tetap mempertahankan karyawannya. Maka bisa diartikan usaha Slondok Renteng Pak Mul Boyong masih memperhatikan sikap tolong-menolong sesuai etika bisnis Islam karena tidak terjadi adanya pengurangan pada karyawannya meskipun terjadi adanya pandemi covid-19.

Selanjutnya pada usaha Bakpia Mino Istu kondisi saat pandemi covid-19 tidak memberikan pengaruh pengurangan pada karyawannya. Menurut Ibu Winarni saat pandemi covid-19 usaha Bakpia Mino Istu tidak melakukan adanya pengurangan karyawan sehingga karyawan tetap bertahan 3 orang. Dilihat dari hal ini Bakpia Mino Istu masih memikirkan para pekerjanya untuk tetap bertahan dan dapat bekerja. Sikap tolong-menolong yang diterapkan oleh Bakpia Mino Istu sesuai dengan nilai etika bisnis Islam.

Pada usaha Bananania saat pandemi covid-19 tidak melakukan adanya pengurangan karyawan. Menurut Ibu Sofyani Mirah kondisi usaha saat pandemi tidak memberikan efek pengurangan pada karyawannya, hal ini dikarenakan permintaan produk dari sistem online terus meningkat. Dari kondisi tersebut menjadikan usaha Bananania saat pandemi covid-19 malah menambah karyawannya. Dapat disimpulkan usaha Bananania saat pandemi menerapkan sikap tolong-menolong yang sesuai dengan nilai etika bisnis Islam karena tetap mempertahankan karyawannya dan melakukan penambahan karyawan sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan baru saat pandemi covid-19.

Kemudian pada usaha Kipo Bu Djito saat pandemi usaha ini juga terdampak akan pandemi covid-19. Menurut Ibu Istri Rahayu usaha ini sempat mengalami masa libur sekitar 1 tahun akibat adanya pandemi covid-19 yang menjadikan permintaan produk sangat menurun. Meskipun usaha ini sempat mengalami libur pada saat pandemi namun dari segi tenaga karyawan tidak melakukan adanya pemutusan kerja. Dilihat dari hasil tersebut maka usaha Kipo Bu Djito masih memperhatikan sikap saling tolong-menolong dalam aktivitas bisnisnya.

c. Produk Halal

Dalam etika bisnis Islam segala produk maupun barang yang diperjualbelikan harus mengedepankan kehalalan didalamnya. Hasil olahan makanan yang bersifat halal dapat dilihat dari proses produksi melalui cara maupun komposisi bahan baku yang digunakan. Bahan baku pada proses produksi harus terbebas dari dzat yang diharamkan dalam agama Islam. Hasil olahan makanan yang mengedepankan produk halal dapat memberikan maslahat. Dari hasil penelitian yang didapatkan semua usaha makanan camilan menggunakan bahan baku yang halal dan tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya, sehingga dalam hal ini semua produk usaha makanan camilan telah sesuai dengan nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam yaitu menjual produk halal tidak menjual barang yang dilarang.

Berbagai usaha telah memiliki berbagai perizinan pada produk makanan camilannya. Dari hasil penelitian ini perizinan Dinas Kesehatan P-IRT telah didapatkan oleh sebagian besar usaha yaitu pada Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito. Hanya terdapat satu usaha yang belum memiliki perizinan P-IRT yaitu Slondok Renteng Bu Puji Boyong. Meskipun usaha tersebut belum memiliki perijinan P-IRT usaha ini tidak menggunakan bahan baku berbahaya, namun menggunakan bahan baku yang alami seperti singkong, bawang putih dan garam. Pada komposisi bahan bakunya tidak terdapat dzat yang diharamkan dalam agama Islam, sehingga tidak melanggar pada nilai etika bisnis Islam.

Sedangkan untuk perizinan BPOM RI sebagian usaha telah mendapatkan dan mencantumkan label pada produknya seperti pada usaha Salak Mas dan Bananania. Selanjutnya untuk sertifikasi label halal oleh LPPOM MUI sebagian usaha juga telah mendapatkan dan

mempunyai label halal pada produk yang dijual seperti usaha Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Bakpia Mino 703, Bakpia Mino Istu, Bananania, dan Yangko Ngudi Roso Bu Darto.

B. Pembahasan

1. Strategi Usaha Makanan Camilan dalam Bertahan saat Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 yang melanda berbagai wilayah di Indonesia sangat berpengaruh dan berdampak pada usaha bisnis. Banyak usaha mengalami penurunan penjualan dan terdapatnya aturan pembatasan-pembatasan untuk menekan angka penyebaran virus saat pandemi covid-19. Hal ini menjadikan pelaku usaha perlu melakukan perubahan dan strategi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya untuk tetap bertahan saat pandemi covid-19. Menurut (David & David, 2016) dalam strategi bertahan terdapat tiga macam strategi yaitu strategi pengurangan, strategi divestasi, dan strategi likuidasi.

Pada penelitian ini strategi pengurangan dilakukan oleh para pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta saat pandemi covid-19 seperti Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito. Pada 12 tempat usaha tersebut semuanya melakukan strategi pengurangan biaya operasional. Berbagai usaha melakukan pengurangan mencakup pada pengurangan pembelian bahan baku maupun mengurangi kapasitas produksi yang akan tercipta efisiensi produksi karena menekan biaya bahan baku yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ulfah & Kurnia, 2021) yang memaparkan strategi efisiensi produksi dilakukan dengan cara menekan biaya bahan baku.

Selanjutnya strategi divestasi dilakukan bagi sebuah usaha dalam langkah perampingan untuk menambah dana dan menghindari diversifikasi secara berlebihan. Pada penelitian ini terdapat tiga pelaku usaha yang

melakukan strategi divestasi yaitu Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Pathok 73, dan Yangko Ngudi Roso Bu Darto. Strategi divestasi dilakukan oleh usaha Bakpia Mino 703 Bu Midah dengan cara menjual aset kendaraan motor hal ini dilakukan untuk menambah modal usaha untuk kelangsungan usaha bisnis. Hal tersebut sama pada usaha Yangko Ngudi Roso Bu Darto strategi divestasi dilakukan dengan menjual aset 2 kendaraan mobil untuk tambahan modal usaha dan bertahan hidup saat pandemi covid-19. Hal yang sama juga diterapkan pada usaha Bakpia Pathok 73 strategi divestasi diterapkan dengan menjual aset rumah untuk tambahan modal usaha agar tetap bertahan dan mencari lokasi penjualan yang lebih strategis. Berdasarkan hasil penelitian tersebut juga telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anita, 2022) yang memaparkan strategi bertahan dapat dilakukan dengan mencari lokasi atau tempat yang lebih strategis sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menemukan dan membeli produk.

Kondisi berbeda dengan pelaku usaha makanan camilan lainnya seperti Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, dan Kipo Bu Djito. Pada sembilan usaha tersebut tidak perlu melakukan strategi divestasi saat pandemi covid-19. Strategi pengurangan (*retrenchment*) dilakukan oleh sembilan pelaku usaha ini tanpa penggunaan strategi divestasi karena telah dianggap cukup untuk bertahan saat pandemi covid-19.

Selanjutnya strategi likuidasi yang artikan sebagai langkah suatu perusahaan menjual seluruh aset dengan imbalan nilai sesuai wujud. Likuidasi menjadi salah satu cara strategi yang dipilih untuk menghentikan kerugian dengan jumlah yang terlalu besar. Adapun dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, Kipo Bu Djito, semuanya tidak sampai melakukan strategi likuidasi saat

pandemi covid-19. Pelaku usaha tersebut cukup dengan penggunaan strategi pengurangan maupun strategi divestasi untuk tetap bertahan saat pandemi covid-19.

2. Strategi Usaha Makanan Camilan dalam Bertahan saat Pandemi Covid-19 Perspektif Etika Bisnis Islam

Dalam upaya untuk tetap bertahan saat pandemi covid-19 para pelaku usaha juga harus tetap perlu menerapkan nilai etika bisnis Islam. Adapun beberapa bagian yang diterapkan oleh para pelaku usaha seperti kejujuran, tolong-menolong dan produk yang halal.

Kejujuran perlu diterapkan pada segala aktivitas dalam usaha, pelaku usaha diharapkan menjunjung tinggi nilai kejujuran disetiap kegiatan pada bisnisnya. Kejujuran dapat memberikan sifat transparan tanpa adanya hal yang disembunyikan sehingga terciptanya usaha yang baik dan usaha yang membawa keberkahan. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada 12 pelaku usaha makanan camilan di Yogyakarta ditemukan bahwa semuanya telah mengedepankan nilai kejujuran pada berbagai aktivitas dalam usahanya. Hal ini dapat dilihat dari upaya para pelaku usaha yang tetap menggunakan bahan baku yang baik dan berkualitas, transparan atau tidak menipu, menjual barang produk yang halal, menimbang dengan hasil timbangan yang tepat atau tidak mengurangi takaran dalam produk yang dihasilkan, tidak saling mencurangi dan tidak menjatuhkan terhadap usaha lain. Pelaku usaha yang menerapkan kejujuran dapat memperoleh kepercayaan terhadap konsumen dan tidak ada yang dirugikan karena mengedepankan nilai ibadah dan keberkahan dalam usahanya sehingga dapat meningkatkan kinerja saat pandemi covid-19.

Dari hasil yang telah ditemukan tersebut diperoleh bahwa penelitian ini sejalan dengan (Anita, 2022) yang memaparkan bahwa usaha harus menerapkan sikap jujur dengan tidak menjatuhkan terhadap usaha lain. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Mongkito et al., 2022) yang menyatakan kejujuran dapat meningkatkan kinerja saat pandemi covid-19,

serta tidak saja memberikan keuntungan material namun juga ketenangan batin sehingga tidak merugikan orang lain.

Selanjutnya tolong-menolong perlu diterapkan oleh para pelaku usaha. Suatu usaha harus tetap mementingkan sikap saling tolong-menolong bukan mementingkan keuntungan diri sendiri dalam berbagai keadaan termasuk saat adanya pandemi covid-19. Pada penelitian ini terdapat 12 pelaku usaha yang menjadi objek penelitian, namun hanya terdapat 9 pelaku usaha yang tetap menerapkan sikap tolong-menolong dengan cara tetap memikirkan karyawannya untuk tetap dapat bekerja dengan memberikan solusi saat pandemi seperti dengan cara meliburkan karyawan sementara tanpa adanya pemutusan kerja. Berbeda kondisi pada usaha Bakpia Mino 703 dan Bakpia Pathok 73 yang masih terdapat pemutusan kerja karyawan, serta pada usaha Zalac Food Indonesia yang masih terdapat pemberhentian sebagian karyawannya pada sebagian divisi di perusahaannya. Dari hasil yang telah ditemukan tersebut diperoleh bahwa penelitian ini sejalan dengan (Hardilawati, 2020) yang memaparkan sikap yang diterapkan oleh para pelaku usaha saat pandemi covid-19 dengan cara merumahkan karyawannya sementara.

Selanjutnya mengenai etika bisnis Islam dalam penjualan produk halal. Pelaku usaha diwajibkan untuk menjual produk makanan camilan yang bersifat halal. Hasil olahan makanan yang mengedepankan halal akan membawa keberkahan dan memperoleh maslahat. Dari hasil penelitian 12 tempat usaha telah ditemukan bahwa semua usaha ini mengedepankan hasil produksi yang halal dapat dilihat dari komposisi bahan baku yang digunakan menggunakan bahan baku yang baik tidak menggunakan bahan baku yang diharamkan oleh agama Islam. Selanjutnya produk halal juga dapat dilihat dari berbagai perizinan yang telah diperoleh pada para pelaku usaha makanan camilan. Dari hasil yang telah ditemukan tersebut diperoleh bahwa penelitian ini sejalan dengan (Anita, 2022) yang memaparkan untuk mengedepankan kebaikan dengan mementingkan nilai halal dalam usahanya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi bertahan usaha makanan camilan di Yogyakarta pada saat pandemi covid-19 dalam perspektif etika bisnis Islam maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta saat Pandemi Covid-19

Pada hasil penelitian ini secara keseluruhan semua usaha meliputi Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito melakukan strategi pengurangan (*retrenchment*) dengan mengurangi biaya operasional seperti mengurangi pembelian bahan baku, mengurangi kapasitas produksi yang dihasilkan, dan pengurangan pada bagian SDM usaha. Strategi yang diterapkan tersebut dianggap menjadi salah satu upaya langkah usaha makanan camilan untuk tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19. Selanjutnya pada strategi divestasi hanya ditemukan 3 usaha yang menerapkan strategi ini meliputi Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Pathok 73, dan Yangko Ngudi Roso Bu Darto. Strategi divestasi dilakukan pada Bakpia Mino 703 Bu Midah dengan menjual aset kendaraan motor, Bakpia Pathok 73 menjual aset rumah, dan Yangko Ngudi Roso Bu Darto menjual aset 2 kendaraan mobil. Ketiganya sama-sama menjual aset saat pandemi covid-19 karena strategi pengurangan (*retrenchment*) masih dianggap belum cukup untuk dapat mempertahankan usaha saat pandemi covid-19.

2. Strategi Bertahan dalam Etika Bisnis Islam

Para pelaku usaha harus tetap memperhatikan nilai etika bisnis Islam dalam setiap kegiatan dan aktivitasnya agar para pelaku usaha tidak memberikan kerugian bagi orang lain maupun perusahaannya. Mengenai unsur konsep dalam etika bisnis Islam, pertama adalah kejujuran, kejujuran menjadi syarat dasar dalam segala kegiatan bisnis sesuai anjuran Rasulullah SAW. Kedua adalah tolong-menolong atau memberi manfaat pada orang lain. Dalam pandangan Islam, seorang pelaku usaha, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan semata, namun tetap didasari rasa tolong menolong terhadap sesama dalam hal kebaikan. Ketiga produk yang dijual adalah barang yang halal dan suci bukan barang yang terlarang. Rasulullah SAW bersabda “Sesungguhnya Allah melarang bentuk usaha miras, bangkai, babi, maupun patung”. Dari pelaku usaha makanan camilan yang telah diteliti seperti Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia, Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito telah berupaya untuk tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19 dan tetap memperhatikan nilai etika bisnis Islam. Akan tetapi terdapat 3 pelaku usaha makanan camilan seperti Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Pathok 73, dan Zalac Food Indonesia yang masih belum menerapkan prinsip tolong menolong ketika mengelola karyawannya dalam upaya mempertahankan usaha saat pandemi covid-19.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan saran yang bisa menjadi manfaat bagi para pelaku usaha maupun pembaca pada penelitian ini:

1. Kepada para pelaku usaha makanan camilan dan khususnya yang terdapat pada penelitian ini yaitu Salak Mas, Pawiro Chocolate, Zalac Food Indonesia,

Slondok Renteng Bu Puji Boyong, Slondok Renteng Pak Mul Boyong, Bakpia Mino 703 Bu Midah, Bakpia Mino Istu, Bananania, Bakpia Pathok 73, Bakpia Pathok 05 “Songmo”, Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito. Dalam menerapkan strategi bertahan pada kondisi tertentu, diperlukan langkah yang baik untuk tetap menjaga kelangsungan usaha, terlebih lagi jika tetap berlandaskan pada nilai moral dan sosial yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Para pelaku usaha diharapkan tetap mengambil keputusan strategi yang baik sesuai etika bisnis Islam dan dapat terus mengembangkan inovasi pada usahanya agar jika dikemudian hari terjadi pandemi yang serupa usaha bisnis dapat tetap bertahan dan semakin meningkat.

2. Kepada peneliti selanjutnya, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih dikatakan jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis berharap pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan untuk memperluas penelitian selanjutnya. Diharapkan jika ingin menggunakan topik yang serupa agar tetap meninjau pada objek usaha terdampak yang berbeda dan perlu mengkaji data atau informasi yang lebih dalam, serta dapat menganalisis lebih luas dari sudut pandang etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia.
- Aeni, N. (2021). Pandemi covid-19: Dampak kesehatan, ekonomi, & sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 17(1), 17–34.
- Alfin, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 139–146.
- Andiani, R. (2022). MOTIVASI DAN KOMUNIKASI ANTAR PETANI ANGGOTA KELOMPOK PISANG DI DI YOGYAKARTA. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 24(1), 96–103.
- Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 352–362.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 6(02).
- Basthomi, I., & Rahmawati, S. N. L. (2022). Urun Daya Masyarakat Dalam Reaktualisasi Kipo Sebagai Jajanan Khas Kotagede Yogyakarta. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 22(1), 37–48.

- Covid19.go.id. (2023). *Situasi Covid-19 di Indonesia (update per 31 Januari 2023)*. <https://covid19.go.id/artikel/2023/01/31/situasi-covid-19-di-indonesia-update-31-januari-2023>
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep* (15th ed.). Salemba Empat.
- Faizi, F., Wulandana, N. P., Alya, A., & Lombu, A. A. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 137–145.
- Hardiati, N., & Rusyana, A. Y. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513–518.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Hidayati, N. (2017). Sifat Fisik Dan Kimia Buah Salak Pondoh Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Pertanian Agros*, 15(1), 166–173.
- Jatmika, S. E. D., & Witasari, H. A. (2019). SLONDOK NUTRIHERBA: INOVASI SLONDOK MENGGUNAKAN BAHAN TAMBAHAN DAUN KELOR, WORTEL DAN IKAN TUNA UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- KBBI. (2016). *KBBI Daring*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/covid-19>
- Krisnandika, V. R., Aulia, D., & Jannah, L. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pengangguran Di Indonesia. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4).

- Leurcharusmee, S., Maneejuk, P., Yamaka, W., Thaiprasert, N., & Tuntichiranon, N. (2022). Survival analysis of Thai micro and small enterprises during the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Economics and Management*, 23(5), 1211–1233.
- Li, F., Rubinato, M., Zhou, T., Li, J., & Chen, C. (2023). Statistical analysis of small business survival under the shock of multiple COVID-19 waves: A case study from Wuhan, China. *Frontiers in Environmental Science*.
- Melinda, C. N., & Nidak, K. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Untuk Bertahan dan Berkembang Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi di Desa Tawang Kecamatan Wates Kabupaten Kediri). *Competitive*, 16(2), 70–79.
- Melinda, & Millaty, M. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKPIA (Studi Kasus Bakpia Istana Al Mumtaz Yogyakarta). *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 1262–1269.
- Mongkito, A. W., Sutra, M., Utomo, A. P., Mahfudz, Nurjannah, & Santri, D. (2022). Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi: EKS MTQ Kota Kendari). *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 1(2), 93–120.
- Mz, P. P. S., & Kurniawan, R. R. (2022). Kerja Sama yang Merugikan dalam Mengembangkan Usaha Secara Syari'at Islam. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212–224.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.

- Pratiwi, N., Siregar, Z. M. E., & Asnora, F. H. (2022). Sosialisasi Pembuatan Makanan Ringan Berbahan Dasar Kulit Lumpia di SMP Negeri 2 Sumberjo. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 1500–1505.
- Pujowati, Y., Hasibuan, P. A. S., & Budiono, S. T. (2022). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah) Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 15(1), 100–112.
- Rasendrya, R. H., & Utami, H. T. (2022). Strategi Mempertahankan Usaha Emping Melinjo Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Usaha Emping Melinjo di Desa Kebarongan, Kecamatan Kemranjen). *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 71–80.
- Rizqiati, H., Hintono, A., & Setyawan, A. (2022). Teknologi Pengering Rengginan Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Aneka Makanan Ringan di Desa Papedan Kabupaten Pematang. *Inisiatif: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 18–20.
- Septeri, D. I. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI KAKAO BERBASIS KELOMPOK TANI DI KAPANEWON PATUK KABUPATEN GUNUNGKIDUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Agroindustri*, 12(1), 61–71.
- Setyanti, A. M., & Finuliyah, F. (2022). Pengangguran Terdidik Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Pada Data Sakernas 2020. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 17(1). <https://doi.org/10.47198/naker.v17i1.118>
- Sidiq, U., & Choiri, Moh. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. CV. Nata Karya.

- Silviah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96–112.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tarigan, A. A. (2016). *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. FEBI Pers.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Ulfah, M., & Kurnia, B. (2021). Strategi Bertahan Usaha Mikro Di Wilayah Pariwisata Kota Padang Di Tengah Pandemi Covid-19. *TATHWIR: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 12(2), 146–156.
- Utami, B. S. A. (2021). Dampak pandemi covid 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 1–7.
- Wandra, W., Cikusin, Y., & Hayat, H. (2021). Wabah Corona Virus (Covid-19)(Studi Pada Desa Pandansari Lor Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1627–1634.
- Yuniarta, S. N., Kurniati, L., Purga, R., Yarmunida, M., & Oktarina, A. (2021). UMKM Survival Strategy During the Covid-19 Pandemic (Case Study in Kota Bengkulu). *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 1(3), 316–322.

LAMPIRAN

Lampiran Hasil Wawancara

Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta pada saat Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

1. Salak Mas

Hari/Tanggal : Sabtu, 20 Mei 2023

Lokasi Penelitian : Turi, Kabupaten Sleman (Salak Mas)

Narasumber : Ibu Siti Mubarokah

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Salak Mas berdiri sejak tahun 2013 oleh paguyuban TKI purna Manunggal Agawe Santoso (MAS) tetapi hanya berjalan ditempat. Pada tahun 2017 bulan Januari saya mencoba mengambil alih tugas suami yang sebelumnya menjadi ketua paguyuban MAS hingga sekarang.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalo sebelumnya itu lancar dan omset nya mencapai 5 sampai 10 juta perbulan katakanlah seperti itu, tetapi saat covid-19 bisa 1 bulan tidak ada penjualan bahkan di beberapa tempat oleh-oleh semua harus ditarik karena toko oleh-oleh tutup, hotel tutup, dan tempat wisata tutup padahal itu tempat kita menjual dan terpaksa produk kita yang disana harus kita tarik karena mereka semuanya tutup.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Alhamdulillah mulai menggeliat, kegiatan mulai ramai, sudah pulih dan penjualan sudah maksimal dan kembali seperti semula.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Sangat terpuruk tidak bisa menjual sama sekali mas, tahun pertama itu benar-benar dlosor UMKM itu, tidak ada penjualan sebulan dua bulan tiga bulan empat bulan tidak ada penjualan sama sekali benar-benar pahit.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Menjual dengan media online dengan menggunakan google my business, contohnya dari google maps yang juga tersambung dengan nomor whatsapp sehingga ketika calon konsumen mencari produk oleh-oleh olahan salak akan mudah dalam mencari termasuk produk saya itu.*

6. Strategi pemasaran apa yang digunakan sebelum dan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Saya promosi offline lewat pameran, bazar ditempat event tertentu, sedangkan promosi online lewat whatsapp, google, media sosial seperti, facebook, Instagram. Dibantu dinas terkait adanya event-event tertentu, diluar sleman itu juga menjadi sarana promosi kami yang paling efektif karena dari situ produk kita semakin dikenal.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Kebetulan saya masih belum menggunakan karyawan tetap tetapi menggunakan karyawan panggilan, jadi saya panggil ketika saya butuhkan. Semisal keadaan lagi sepi mereka juga memahami dan mengerti untuk libur terlebih dahulu jadi saya tidak merugikan orang lain tapi memang banyak dipanggilnya dari pada tidak dipanggilnya. Waktu pandemi juga sempat diliburkan terlebih dahulu karena tidak adanya pekerjaan pada produksi. Kalo sekarang ini sudah mulai aktif lagi untuk karyawan. Dulu karyawan sebelum pandemi hanya 3 orang sekarang karyawan 5 sampai 6 orang.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya jelas dari segi pembelian bahan baku.*

9. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Saya tidak mengurangi aset, semua aset masih aman.*

10. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Karena semua tutup dan dibatasi untuk keluar, di lockdown, PPKM itu kendala paling utama karena keluar saja tidak boleh mas.*

11. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Pertama jelas faktor keluarga karena tanpa usaha itu istilahnya kebutuhan rumah tangga tidak bisa tercukupi sehingga motivasi adalah keluarga, yang kedua dari dinas atau instansi terkait untuk terus menyemangati kami untuk terus bertahan saat pandemi dan melakukan pendampingan online zoom terhadap kami selaku UMKM terkait dengan migrasi penjualan offline ke online seperti digital marketing.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya tahu meskipun kita tidak ada edukasi secara langsung tetapi kita mempunyai etika.*

2. Apakah anda mengetahui mengenai etika bisnis dalam Islam?

Jawaban : *Ya mengetahui kita menjual dengan baik, saling menjaga komunikasi antar penjual dan pembeli.*

3. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Bersikap bijak saya menganggap semua UMKM atau*

kompetitor bukan pesaing kita tetapi sahabat kita yang perlu kita rangkul, tidak melakukan perang harga atau kecurangan dalam harga antara sesama penjual olahan salak dan selalu melakukan kejujuran.

2. Pawiro Chocolate

Hari/Tanggal : Rabu, 24 Mei 2023

Lokasi : Pakem, Kabupaten Sleman (Pawiro Chocolate)

Narasumber : Ibu Dyah Sunanik

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Awalnya saya dapat oleh-oleh cokelat dari luar negeri, terus saya berfikir Indonesia kan penghasil cokelat terbesar ketiga didunia dari situ saya berfikir kenapa saya tidak membuat cokelat yang mengandung budaya dan ke-Indonesiannya itu ada. Jadi di tahun 2018 bulan Januari itu saya mulai bikin cokelat yang isiannya tidak seperti diluar negeri namun saya padukan dengan tempe karena tempe itu kan kacang-kacangan dan itu juga Indonesia banget jadi nanti harapan bisa jadi oleh-oleh ke luar yang mempunyai nilai budaya tersendiri.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi memang produksi saya banyak karena saya harus menyuplai di berbagai universitas, produk saya telah masuk koperasi, galeri-galeri universitas. Adanya pandemi memang omset menurun tetapi tidak terlalu signifikan, tidak begitu berdampak karena waktu berhenti saya digandeng oleh mitra Indomaret melalui temu usaha disperindag dan saya lolos. Habis itu produk saya masuk ke Bandara YIA, toko oleh-oleh, itu tetap saya jalani walau masa pandemi covid-19 dan tetap berjalan.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sekarang sudah mulai menanjak lagi dan saat ini juga banyak permintaan dari Indomaret.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : Awalnya itu kaget terus mikir ini bagaimana ya kalau tidak jalan.

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : Strateginya itu telaten kira-kira kalau ada peluang toko yang tetap jalan, eksis dan buka kita harus jaga untuk menyetok produk serta menjaga relasi yang masih survive.

6. Apakah saja strategi dari pemasaran saat pandemi covid-19?

Jawaban : Sempat melalui Instagram, marketplace namun tidak terlalu ramai karena tidak ada yang mengelola, kebanyakan penjualan offline dan melalui reseller.

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : Tidak ada pengurangan karyawan, namun mereka memilih untuk mengundurkan diri, saya sempat menjalin komunikasi menawarkan untuk tidak keluar meskipun terdampak pandemi saya akan tetap mencari pasar, karena mereka memilih untuk izin berhenti akhirnya saya persilahkan dan tidak memaksa.

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : Iya jadi kita menghitung lebih jelih seumpama saya harus menyetor sekian di indomaret biasanya 5 hari sekali keliling kadang kita harus menyetor sendiri. Kalo saat pandemi kita bisa ambil satu bulan sekali atau dua kali sehingga untuk perjalanannya itu aman disamping itu BBM juga irit waktunya juga bisa untuk produksi.

9. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : Tidak ada.

10. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : Kendala kita mau mencari market lebih banyak lebih susah

karena dibatasi dan PPKM itu, bahan baku juga terkendala karena tempat biasa saya beli tutup akhirnya saya ambil bahan baku ditempat lain meskipun harganya lebih mahal.

11. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Faktor keluarga mendukung sekali kalau tidak ada karyawan keluarga yang membantu untuk memproduksi. Dari dinas terkait juga ikut membantu UMKM dalam memasarkan akibat dampak pandemi covid-19.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Iya tahu.*

2. Apakah anda mengetahui mengenai etika bisnis dalam Islam?

Jawaban : *Iya mengetahui.*

3. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Produk yang kita jual halal karna sudah berlogo halal dan menerapkan kejujuran.*

3. Zalac Food Indonesia

Hari/Tanggal : Jumat, 26 Mei 2023

Lokasi : Turi, Kabupaten Sleman (Zalac Food Indonesia)

Narasumber : Bapak Untoro Hadi Suharto

Jabatan : Founder

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Kita mengawali zalac itu dari 2019 berawal dari keprihatinan akan nasib petani salak yang sebenarnya harga salak itu anjlok dan banyak lahan salak itu dialihfungsikan jadi kebun-kebun yang lain atau malah dijadikan lahan pertanian, selain itu lahan-lahan salak yang dipinggir sungai di daerah Magelang Srumbung atau Turi itu lahan tersebut malah dijadikan tambang hal itu sangat miris. Mulai dari 2019 kita lihat potensi salak itu bisa dijadikan apa sih selain dijual dalam bentuk buah fresh karena kalau dijual dalam bentuk buah fresh kan harganya anjlok karena pesaingnya dimana-mana banyak. Terus kita mencari potensi disitu ternyata salak itu bisa dijadikan olahan, olahan salak yang pertama kali kita liat itu manisan salak ternyata bisa juga dijadikan seperti ini, terus kita lihat lagi ternyata bisa dijadikan keripik salak, dodol, geplak salak, biji salaknya bisa dijadikan seperti kopi dan khasiatnya juga banyak, maka ini bisa menjadi potensi. Saya sama teman dulu awal-awal 3 orang berakad mau bikin usaha bareng dan usaha tersebut bernama Zalac Food Indonesia. Untuk berdiri tanggal 21 April 2019.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi konsep Zalac Food Indonesia itu adalah konsep resto dan edukasi wisata, jadi seperti agrowisata tetapi lebih ke ekowisata jadi disitu ada restonya, ada oleh-olehnya, ada makanan khas yang disitu ada salaknya seperti salak goreng. Dari situ*

pengunjung nanti dibelakang kita juga menyediakan kebun yang besar, kebun itu bisa digunakan untuk belajar memetik sendiri, terus perawatan jadi lebih ke eko dan edukasi wisata. Awal 2020 sudah ada PPKM dan tamu sudah tidak bisa diterima. Akhirnya pas pandemi kita tutup total dan akhirnya tidak jalan saat pandemi itu, mulai bangkit lagi tahun 2022 awal dengan konsep yang baru fokusnya ke olahan kita jual olahan online dan offline. Offline juga ada disini kantornya dan sampai sekarang.

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalo kondisi sebetulnya dari awal kita merintis bisa dibidang seimbang sih mas, karena dulu juga lumayan, penghasilannya lumayan sangat cukup lebih banyak namun saat pandemi kita kan langsung turun sampai 100% hilang penghasilan itu jadi kita cuma melayani beberapa yang online saja. Online yang laku saat pandemi kan cuma kopi biji salak itu karena menambah daya tahan tubuh sedangkan produk lain karena segmentasinya kita ke oleh-oleh jadinya tidak ada yang beli karena wisata mati lumpuh total semua.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya kaget mas jelas, terus ternyata ya efeknya luar biasa dampaknya luar biasa terutama di ekonomi terutama, Jogja itu untuk lini ekonominya lebih ke wisata kan mas jadi ketika wisata lumpuh ekonomi juga lumpuh.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Zalac food Indonesia tahun 2020 dan 2021 fokus ke riset sebetulnya mas, riset produk dilakukan menghasilkan produk-produk baru yang diciptakan terus kita ikut lomba-lomba pas pandemi pun kita juga jadi duta salah satu finalis untuk mewakili Jogja masuk diajang startup food Indonesia di Bali. Strategi selanjutnya persiapan kalau besok sudah tidak PPKM lagi untuk bertahan dan menciptakan produk-produk baru seperti salak dalam kaleng, sirup salak, selai salak, crackers salak itu tercipta saat pandemi. Sebelum pandemi*

produk kita masih 5 produk sekarang sudah 10 produk jadi saat pandemi kita mendapat 5 produk baru.

6. Bagaimana strategi pemasaran saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya hanya lebih ke online saja.*

7. Pemasaran online apa saja yang digunakan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Lewat website, Instagram, marketplace Tokopedia, reseller.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya sampai ada yang gak kuat akhirnya minta resign jadi kita awalnya bertiga yang bertahan tinggal saya sendiri yaitu founder dan yang dua ini co-founder karena mereka merasa sudah tidak mampu untuk bertahan maka saya okelah saya persilahkan. Karyawan yang lain juga banyak yang diresto juga pengurangan sekitar 5 orang totalnya. Kalo bagian produksi tetap sekitar 10 orang namun tetap jalan tidak ada pengurangan.*

9. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya pasti karena karyawan saat itu dirumahkan, kita fokus ke pendanaan itu ke riset, karena kan ada biaya-biaya riset pendanaan bahan baku, mendatangkan mentor kesini, riset kan nanti ketemu formula, formula itu nanti jadi resep, resep nanti jadi duplikasi seperti itu.*

10. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Tidak ada untuk pengurangan aset.*

11. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Kendala jelas tidak adanya pengunjung, ekonomi lumpuh, adanya PPKM, kalo bertahan ya kita dibilang bertahan atau enggak*

saat itu kita harus berusaha bertahan dengan daya dan upaya yang ada.

12. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya karena ini perusahaan rintisan dengan keadaan apapun kita berusaha untuk mempertahankan, Kalo dari faktor pendukung dari keluarga yang kasih support, dari temen-temen, terus terutama dari mitra produksi tetap harus dipertahankan dan menjadi salah satu penguat, dari kemenparekraf saat itu mereka mendukung kita juga disupport untuk pelatihan-pelatihan di Bali 10 hari kita dibantu strategi-strategi untuk menghadapi pandemi seperti apa, terus riset-riset, dan mendapat fasilitas macam-macam.*

13. Kapan bisnis ini bisa berjalan normal lagi selepas adanya pandemi covid-19?

Jawaban : *Seingat saya tahun 2022 awal mulai pelan-pelan penjualan mulai lancar lagi, online nya jalan lagi, reseller mulai ada lagi sampai sekarang.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya mengetahui, seorang pengusaha itu wajib bersikap jujur kalo pengusaha dilihat dari individunya jujur pasti harus punya, itu kan kembali ke nanti integritas yang dipertaruhkan, jadi kita harus menjaga integritas kita sebagai pengusaha. Kalo dari segi bisnisnya sendiri kita terhadap pesaing tidak mencaplok atau menghancurkan bisnis lain karena ini tidak beretika jadi kita lebih ke aku punya produk seperti ini kira-kira siapa yang bisa memproduksi juga dan bisa ngga kita bekerja sama lebih ke kalaborasi.*

2. Apakah anda mengetahui mengenai etika bisnis dalam Islam?

Jawaban : *Ya mengetahui, mengedepankan bisnis yang berakad, halal thoyyib dan berkah.*

3. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : Saat pandemi kita juga tidak pernah ada resisten dengan kompetitor bahkan dari awal kita tidak pernah ada resisten dengan contoh kompetitor, dengan perusahaan lain bahkan mereka itu jika sama seperti produk kita, kita akan gandeng, jadi kita berusaha untuk memberdayakan mereka jadi memang konsepnya ke bisnis itu harus halal thoyyib sama berkah, itu salah satu yang saya pegang selama ini, kalo yang terkait dengan ekonomi Islam yang utama itu akadnya harus jelas jadi dari situ kita belajar bareng gimana bisnis itu menjadi berkah.

4. Slondok Renteng Bu Puji Boyong

Hari/Tanggal : Senin, 5 Juni 2023

Lokasi : Pakem, Kabupaten Sleman (Slondok Renteng Bu Puji Boyong)

Narasumber : Ibu Sunarti

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Dulu awalnya usaha ini telah ada ketika saya kecil namun berhenti. Baru mulai lagi usaha ini sekitar tahun 2009.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi ramai, ketika pandemi menurun yang beli ada tapi sedikit dan tetap bikin untuk produksi.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya lancar, sudah stabil seperti biasa sudah normal.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Adanya membuat berhenti beroperasi sekitar 2 minggu terus langsung produksi lagi tetapi tidak tiap hari, kalo sudah habis baru produksi lagi kalo sekarang kan tiap hari produksi.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Strategi tetap bikin namun tidak setiap hari, memasarkan produk ke tempat yang buka seperti tempat mbah carik karena saya utamanya setor produk ke warung jadah tempe mbah carik, dan juga memasarkan produk menggunakan pengiriman ketika ada pembeli memesan lewat whatsapp.*

6. Dimana saja sekarang pemasaran produk dilakukan?

Jawaban : *Di daerah Kaliurang banyak, warung jadah, toko oleh-oleh, pasar, dan warung-warung.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Karyawan diliburkan terlebih dahulu pada awal pandemi, sesudah pandemi mulai membaik diaktifkan lagi untuk karyawan tersebut.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya melakukan pengurangan biaya operasional karena produksi sendiri juga sedikit.*

9. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Tidak ada.*

10. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya bahan baku sulit karena tertunda panennya, sehingga harus mencari lebih jauh tetapi sekarang mulai lancar, reseller biasanya banyak menjadi sedikit, dari segi pemasaran mengalami kesulitan karena tidak adanya wisatawan karena pariwisata tutup, tidak ada tamu sehingga penjualannya sedikit.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya menerapkan sistem penjualan dengan kejujuran, dan menjaga kepercayaan pelanggan.*

5. Slondok Renteng Pak Mul Boyong

Hari/Tanggal : Senin, 5 Juni 2023

Lokasi : Pakem, Kabupaten Sleman (Slondok Renteng Pak Mul Boyong)

Narasumber : Bapak Purwanto

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Ini merupakan bisnis secara turun-temurun sejak tahun 60-an, bapak saya mulai tahun 80-an, terus saya sendiri baru mulai tahun 2008.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi lumayan ramai terus adanya pandemi omzet turun lumayan banyak karena pasaran kami paling banyak di objek-objek wisata, pusat oleh-oleh, sedangkan waktu pandemi banyak tempat wisata banyak yang tutup dan pusat oleh-oleh juga penurunan omsetnya lumayan banyak jadi kami juga terkena imbasnya juga. Pusat oleh-oleh itu tidak order ditempat kami otomatis produksi kami juga kami kurangi.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Ini sudah mulai normal lagi jadi semenjak beberapa bulan ini wisata sudah menggeliat lagi dan dimana-mana lumayan ramai, Alhamdulillah ini juga usaha slondok ini lumayan ramai.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya pertama penurunan omzetnya itu jadi kami produksi ternyata kan peminatnya untuk yang di pusat oleh-oleh juga berkurang akhirnya produksi kami kurangi terus. Kalo produksi tetap biasa nanti kalo tidak laku akan membuang untuk menambah biaya produksi.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Reseller kami melakukan pemasaran lewat online jadi karena objek-objek wisata pada tutup ketika ada konsumen yang mau beli slondok yang paling banyak lewat reseller kami jadi nanti reseller kami menawarkan jasa untuk kirim-kirim jadi lewat paket kalo untuk yang dekat nanti dikirim sendiri.*

6. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tidak ada.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya pengurangan biaya produksi.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Alhamdulillah tidak ada, jadi sebisanya jalan dikit-dikit yang penting bisa jalan saat pandemi.*

9. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Pembatasan mobilisasi orang, wisata-wisata pada tutup, biasanya kami penjualan paling banyak di pusat oleh-oleh, tempat wisata-wisata. Jadi kemaren sebelum pandemi kan permintaan di pusat oleh-oleh juga lumayan banyak banget tapi adanya pandemi menjadikan permintaan sedikit karena tempat wisata pada tutup, orang keluar dibatasi, berkerumun dibatasi, akhirnya kendalanya kami disitu.*

10. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Selain usaha ini kami juga usaha ternak dan dari semua limbah produksi slondok ini ada singkong yang kecil-kecil, terus kulitnya, daun singkongnya masuk ke ternak. Jadi itu salah satu faktor pendukung selain dari usaha slondok ini, dari hasil ternak sapi*

perahnya dapat menghasilkan susu jadi jika membutuhkan agak banyak bisa dijual sehingga itu menjadi pendukung kami.

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Sedikit-sedikit tahu.*

2. Apakah anda mengetahui mengenai etika bisnis dalam Islam?

Jawaban : *Iya.*

3. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Yang penting kami usaha apa adanya, kerjanya halal, tidak mencurangi orang lain dan bersikap jujur.*

6. Bakpia Mino 703 Bu Midah

Hari/Tanggal : Kamis, 8 Juni 2023

Lokasi : Ngaglik, Kabupaten Sleman (Bakpia Mino 703 Bu Midah)

Narasumber : Ibu Sumidah

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Berdirinya bisnis ini sejak tahun 1997, dulu awalnya belum ada bakpia sama sekali, terus saya mengajak teman yang sama-sama dari pathuk, disana kan sudah terkenal akan bakpia sampai kemana-mana, kita orang dari sana masak kita disini tidak ada bakpia, sehingga hal tersebut menjadi awal ide pembuatan bakpia. Kami langsung membuat dari tahun itu, pertama kali menjual saya titipkan di tukang sayur, dulu belum seramai ini di tahun 1997 masih sepi. Saya membuat bakpia lama-kelamaan bisa dikenal dari mulut-kemulut karena menitipkan ke warung-warung. Awalnya mempunyai nama Bakpia Pathuk 703 tetapi lurah saat itu memberi pengarahan agar mendapat perijinan surat jadi akhirnya saya ganti Bakpia Mino 703 hingga resmi sampai sekarang.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi itu alhamdulillah sehari bisa habis 5 kg yang kacang hijau, keju 4 kg, dan cokelat 2 kg. Sebelum pandemi bisa sehari 10kg-15kg bakpia terjual jadi saya mencari tenaga karyawan 4 orang, sebelum pandemi omzetnya lumayan namun saat adanya pandemi menurun dan 6 bulan libur. Apa yang punya dijual waktu itu untuk menyambung makan untuk menyaur ini itu. Pada Oktober 2021*

mulai berjalan lagi, tahun 2022 awal alhamdulillah mulai normal lagi, mulai bagus, sedikit-sedikit ada pemasukan dan mulai ada peningkatan.

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalo sekarang alhamdulillah ada pemasukan, modal bisa kembali dan ada peningkatan.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Waktu itu tetap produksi coba untuk membuat 2 kg takutnya kalo ada yang mau beli ternyata sampai 3 hari tidak ada yang beli akhirnya saya bagikan ke orang yang penting masih enak dimakan. Setelah itu kita cuma membuat bakpia kering namun sama saja akhirnya hanya kita bagikan.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya Alhamdulillah masih punya tabungan pada waktu itu jadi dengan tabungan itu kita sisihkan dan dengan menjual sepeda motor.*

6. Bagaimana pemasaran yang digunakan sebelum pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi kami sudah mempunyai pasaran sendiri, jadi kami pakai grab terus juga punya channel di bus pariwisata.*

7. Apakah saat ini menggunakan pemasaran secara online?

Jawaban : *Ya masih menggunakan grab sama gojek.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya melakukan pengurangan tenaga karyawan.*

9. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya mengurangi biaya operasional.*

10. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Iya menjual kendaraan sepeda motor.*

11. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Adanya PPKM dan lockdown.*

12. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya untuk kita tetap jualan faktor keluarga.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya kita harus melayani konsumen dengan baik.*

2. Apakah anda mengetahui mengenai etika bisnis dalam Islam?

Jawaban : *Ya mengetahui jadi harus saling tolong-menolong kepada sesama, hasil dari penjualan sebagian disedekahkan.*

3. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Mengutamakan kejujuran dalam usaha.*

7. Bakpia Mino Istu

Hari/Tanggal : Selasa, 13 Juni 2023

Lokasi : Ngaglik, Kabupaten Sleman (Bakpia Mino Istu)

Narasumber : Ibu Winarni

Jabatan : Karyawan (Sejak 2008)

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Awalnya ada orang cari kerja dan dia memiliki keterampilan membuat bakpia. Ibu Dwi Istuning akhirnya mendirikan usaha bakpia dan merekrut karyawan tersebut yang mempunyai keterampilan membuat bakpia. Pada tahun 2006 malam hari untuk pertama kali mulai mencoba bikin bakpia dan paginya terjadi gempa Jogja 2006. sejarahnya pertama kali usaha ini seperti itu.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelumnya alhamdulillah laris ramai, saat pandemi itu sepi penjualan turun drastis kadang cuma laku tiga kotak, kadang tidak laku sama sekali.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sudah mulai membaik, sudah ada peningkatan tetapi belum seperti sebelum covid-19.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Waktu itu banyak yang beli tetapi lebih banyak penjualan melalui online dan laris dari pada penjualan langsung disini.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Menggunakan penjualan online melalui gobiz dan grab,*

dari segi produksi pemakaian komposisi bahan baku ditambah dan berkualitas.

6. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tidak ada, tetap 3 orang.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya mengurangi biaya operasional dari pembelian bahan baku.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Tidak ada*

9. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Adanya PPKM.*

10. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Adanya penyeluruhan saran pemasaran dsb dari dinas setempat agar UMKM tetap meningkat sehingga tidak begitu terdampak karena adanya pandemi covid-19.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya mengetahui.*

2. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Melayani pelanggan dengan baik, dan mengedepankan kejujuran.*

8. Bananania

Hari/Tanggal : Sabtu, 17 Juni 2023

Lokasi : Ngemplak, Kabupaten Sleman (Bananania)

Narasumber : Ibu Sofyani Mirah

Jabatan : Founder

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Awalnya tahun 2019 saya mempunyai ide untuk membuat keripik pisang aneka rasa, karena keripik sendiri di Jogja dan sekitarnya begitu luar biasa banyak. Bahkan banyak sekali yang kadang kurang bisa dimanfaatkan jadi kenapa kita tidak memanfaatkan untuk buat keripik pisang. Bananania mulai ada tahun 2019 pada saat itu memang sebelum pandemi, kita baru jalan 6 bulan itu terus adanya pandemi cukup mengagetkan. Pada waktu itu usaha kami baru keripik pisang saja produknya jadi di tahun 2019 kita coba-coba untuk bisnis dan baru 6 bulan sudah kena pandemi saya cukup syok karena usaha baru mulai, saya baru mau cari celah bagaimana caranya kita bisa laku ternyata malah ada pandemi. Tapi itu luar biasa tantangan yang buat kami sangat luar biasa.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Jadi karena kita dulu sebelum pandemi di tahun 2019 baru banget waktu itu saya fokusnya di offline, jadi dulu awal Bananania saya punya keinginan bahwa kami mau jualan offline karena waktu itu belum begitu ngerti jualan online, walaupun sudah tahu nih banyak orang jualan lewat Shopee, Tokopedia tapi waktu itu saya belum tergerak karena belum tahu ilmunya. Jadi waktu itu saya pokoknya Bananania harus ada di mana-mana seputaran Jogja. Tapi setelah itu*

adanya pandemi covid-19 itu banyak sekali aturan-aturan pemerintah seperti PPKM, sekolah dirumah, bekerja dirumah jadi itu membuat saya berfikir bahwa kalau hanya lewat offline saja kayaknya tidak mungkin karena banyak batasan-batasan. Bagaimana saya mau jalan kalo caranya seperti ini akhirnya saya buka toko online saya di bulan Maret tahun 2020 itu saat awal-awal pandemi covid-19 dan saat itu saya juga baru belajar bagaimana caranya bisa jualan online. Alhamdulillah ternyata karena semua orang dulu dirumah dan mungkin membutuhkan makan, Bananania alhamdulillah dibulan pertama saat pandemi covid-19 justru langsung mendapatkan star seller dari Shopee.

3. Bagaimana kondisi pendapatan penjualan sebelum pandemi dan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi karena kita saat itu memang full offline jadi meningkat, saat pandemi offline jelas menurun tetapi online meningkat, jadi saat pandemi offline menurun tapi kita terbantu dari online yang meningkat.*

4. Dimana saja tempat pemasaran produk sebelum pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi kami baru masuk 30 toko pada saat itu, jadi ada pamela di 8 toko, mirota, hamzah batik, progo, toko oleh-oleh dll. Jadi baru sekitar 30 toko saat itu.*

5. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sekarang kondisi kami cukup bagus omzet kami sudah cukup tinggi dibandingkan dengan pada saat awal usaha 2019, omzet kita bisa naik 10 kali lipat saat ini dengan berjalan sekitar 3.5 tahun. Untuk mitra kami yang offline saat ini sudah banyak lebih dari 400, untuk hotel saat ini kami telah berkerja-sama dengan 5 hotel, toko oleh-oleh, cafe, restoran itu juga banyak dan disisi onlinenya kami juga sudah punya beberapa toko online, sudah ada website, sudah lebih mengoptimisasi Instagram. Untuk marketplace kami ada Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Blazz, Evermos dan InaEkspor.*

6. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Kaget banget, tapi setelah saya amati saya kira awalnya biasa ada pandemi, namun ada orang meninggal, rumah sakit penuh, saya pikir sebentar ternyata luar biasa lama. Membuat saya khawatir namun tidak menjadi kekhawatiran berlebih karena yang kena bukan hanya Indonesia namun seluruh dunia. Jadi saya merasa kalau ini cobaan, ini merupakan cobaan yang dialami semua orang, jadi kalau dia bisa bertahan kenapa saya tidak, saya tidak melihat yang terpuruk saya justru melihat yang bertahan, dia bisa bertahan lho kenapa saya tidak. Itulah yang membuat saya terus bertahan.*

7. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Strategi pertama adalah pemasaran online, kedua ditahun 2020 akhir itu saya mulai merasa bahwa kecenderuan orang-orang untuk memilih makanan sehat mulai tinggi saat covid-19, jadilah saya memulai inovasi produk baru dimana inovasi produk baru itu adalah makanan-makanan sehat contohnya granola, ketiga menambah mitra dengan minimarket seperti Indomaret pada tahun 2021 dan alfamart karena saat pandemi orang-orang lebih banyak berbelanja di minimarket yang mudah dijangkau oleh orang-orang. Saya mulai kerja sama dengan Indomaret untuk produk saya bisa masuk di Indomaret ditahun 2021 awal dari situ saya mulai merasa peningkatan itu cukup signifikan dan pasar yang tepat.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tidak, malah menambah karena dulu diawal saya baru punya 1 karyawan akhirnya saat pandemi covid-19 menjadi 4 sekarang menjadi 9.*

9. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya melakukan pengurangan biaya operasional seperti biaya bahan baku yang sebelumnya retail terus saya cari ke supplier.*

10. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis?

Jawaban : *Tidak, aset nambah terus alhamdulillah.*

11. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Offline menurun, sales mau keliling juga takut misalkan kalo nanti kena semua karyawan dan saya otomatis akan kena itu ketakutan yang luar biasa.*

12. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Semangat, Alhamdulillah kami ini didukung oleh dinas, jadi dari dinas itu mereka mengetahui yang dibutuhkan oleh UMKM itu apa, pelatihan buka toko online, pelatihan digital marketing, dll jadi mereka membuka pelatihan yang sangat kita butuhkan pada saat itu. Support dari dinas seperti adanya SiBakul Jogja yang dia bisa memberikan free ongkir nah itu sangat terbantu. Dari situ malah membuat tidak merasakan covid-19 artinya dari sisi pemasukan kami tetap stabil bahkan meningkat.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya sedikit tahu, contohnya saya tidak suka dengan perang harga karena saya mempunyai banyak reseller yang reseller saya juga jualan di shopee justru itu malah harga saya itu selalu diatas harga reseller karena apa karena saya tidak mau nanti orang lari kepada saya kalo kasih harga pabrik misalnya, nanti resellerku tidak laku dong berarti saya mematikan bisnisnya dia, nah itu etika bisnis menurut saya, tidak saling menjegal misal memperebutkan ketika adanya pameran itu juga etika bisnis, tidak membajak karyawan, misal ini karyawan dari luar yang bagus akhirnya saya gaji tinggi itu menurut saya melanggar etika bisnis kecuali memang usahanya*

menurun atau sudah bangkrut misalnya terus karyawannya pindah ke kita itu lain soal bukan lagi saat bagusnya kita ambil karyawannya.

2. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Nilai-nilai kejujuran dalam isi produk saya selalu bilang ke karyawan lebih baik dilebihkan daripada dikurangi dan juga saya selalu hitung kemasannya beratnya berapa terus ditambah isinya berapa, menjauhi hutang dan riba.*

9. Bakpia Pathok 73

Hari/Tanggal : Selasa, 25 Juli 2023

Lokasi : Kasihan, Kabupaten Bantul (Bakpia Pathok 73)

Narasumber : Ibu Turahati

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Dulu ketika anak saya masih sekolah TK di Ngampilan dekat dengan produksi bakpia, sehingga sambil menunggu pulang sekolah saya sambil belajar memproduksi bakpia dan lama-kelamaan sudah bisa saya produksi sendiri. Saya mulai produksi sekitar tahun 1998.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Saat pandemi susah, sebelum pandemi cukup untuk kebutuhan, saat pandemi mengalami penurunan drastis. Dulu kami bisa menyetok produk ke toko mencapai 120 toko sekarang cuma tinggal 30.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalo sekarang sudah mulai banyak terjual tetapi tidak sebanyak waktu sebelum pandemi covid-19. Dulu karyawan ada 5 sekarang hanya 2. Mulai berjalan normal lagi diakhir tahun 2022.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Mengalami penurunan, banyak produk yang dikembalikan kerana toko-toko pada tutup terutama pada pariwisata.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Pelan-pelan bikinnya sedikit, bikin sendiri tidak memakai karyawan, memasarkan dengan titip ke toko oleh-oleh yang masih buka.*

6. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya tidak memakai karyawan.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya dari segi produksi juga dikurangi.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya ada rumah.*

9. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Produk saya yang dititipkan ke toko pada dikembalikan karena toko pada tutup, pariwisata tutup itu juga menjadikan kendala.*

10. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Faktor keluarga karena saling membantu.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya sedikit mengetahui.*

2. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Kejujuran itu penting dan amanah misal dalam sisi produksi.*

10. Bakpia Pathok 05 “Songmo”

Hari/Tanggal : Kamis, 27 Juli 2023

Lokasi : Kasihan, Kabupaten Bantul (Bakpia Pathok 05 “Songmo”)

Narasumber : Bapak Pujiono

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

***Jawaban :** Sejarah berdiri di tahun 2003, saat itu kami sudah punya pengalaman ikut produksi bakpia di daerah Pathok Ngampilan sana itu, saya bersama istri. Kalo saya sendiri ditahun 1998 ngikut disana dan kalo istri lebih awal bahkan lebih awal dari saya 2 tahun. Terus kami kenal di lokasi itu dan tahun 2000 kami menikah dan ditahun 2003 kami merintis bakpia ini.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

***Jawaban :** Sebelum pandemi covid setiap hari kami bisa produksi bahkan saya punya tenaga karyawan dia merasakan bahwa dulu sebelum adanya wabah covid-19 itu dia jarang libur. Saat pandemi produksi kami menurun bahkan saya pernah meliburkan tenaga kerja saya itu ada 4 orang anak perempuan semua kurang lebih ada 4 bulanan ada di waktu itu, ya bagaimana lagi kondisi saat itu tidak stabil.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

***Jawaban :** Saat sekarang ini ya kami patut syukuri di kondisi seperti ini masih bisa bernafas bebas artinya sudah tidak ada pandemi lagi, untuk masalah rezeki itu sudah Allah yang atur jadi kami pasrahkan saja. Saya sekarang jarang ke pasar bahkan tidak pergi ke pasar*

seringnya dirumah jualan dirumah dan alhamdulillah dengan kami menggunakan strategi diwaktu lebaran tahun kemaren kami bikin kemasan kecil-kecil cukup bisa membantu. Untuk tenaga karyawan, saat ini belum tentu berangkat terus dalam seminggu bahkan bisa libur 2-3 hari. Jadi sekarang belum tentu meskipun dihari minggu bisa juga terjadi sepi dan bisa libur juga untuk produksi.

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalo saya intinya dalam hidup kalo menyinggung soal covid itu kehidupan ya, saya menyikapi itu alam jadi semua terserah Allah jadi saya pasrahkan. Jadi kalo ada waktu untuk kerja ya kerja, kalo disaat itu kita sepi ya sudah kita libur. Di waktu covid yang penting kita bisa makan tercukupi dan sehat kita harus syukuri.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tenaga karyawan saya liburkan, berusaha tetap bikin bakpia sedikit-sedikit, pemasaran dari mulut-kemulut, membuat inovasi kemasan lebih kecil dengan isi lebih sedikit dengan harga yang lebih murah dan terjangkau.*

6. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tidak melakukan pengurangan namun saya liburkan selama 4 bulan dan setelah itu masuk kerja lagi 4 orang sampai sekarang.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya mengurangi dalam segi produksi.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Alhamdulillah tidak ada itu yang saya syukuri.*

9. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ketika ada PPKM menjadi jualan dirumah, pengunjung yang biasanya dari luar Jogja tidak bisa masuk, wisatawan menurun.*

10. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Faktor keluarga, yang kita cari sehat semua keluarga.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Sedikit-sedikit saya tahu, semisal saya beda dengan harga atau ada persaingan harga ya lumrah wajar yang penting saya dapat untung dan tidak merugikan orang lain. Saya tidak suka menjatuhkan persaingan bisnis dengan yang lain biarkan dia jalan sendiri saya juga jalan sendiri.*

2. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Sejak awal membangun usaha sudah di niatkan bismillah untuk menafkahi keluarga jadi InsyaAllah salah satu ibadah, jadi semua saya pasrahkan sama Allah. Melakukan shalat ibadah, ngaji, pengajian kita harus berdoa dan harus berusaha. Saya sejak masa kecil dididik untuk melakukan kejujuran jadi perkataan harus apa adanya tidak boleh bohong kalo bohong itu dosa, itu sudah dari kecil mindset saya jadi saya kalo berbicara apa adanya.*

11. Yangko Ngudi Roso Bu Darto

Hari/Tanggal : Selasa, 22 Agustus 2023

Lokasi : Kotagede, Kota Yogyakarta (Yangko Ngudi Roso Bu Darto)

Narasumber : Bapak Ketut Cahyono

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Kakek nenek saya dulu usaha dibidang makanan jadi saya tinggal melanjutkan saja, saya sendiri dididik kakek nenek sejak SD dan dilatih ringan untuk membuat yangko. Waktu SMP rasa penasaran itu sudah muncul dan ketika SMA saya sudah bisa untuk membuat yangko. Pada saat kelas 1 SMA saya sudah mulai ikut membantu nenek memproduksi yangko hingga lulus SMA dan bisa masuk kuliah. Setelah selesai kuliah waktu itu, saya merantau 2 tahun di Medan dan setelah itu saya disuruh pulang untuk melanjutkan usaha yangko di kotagede. Saya pulang di Jogja dan akhirnya pada tahun 1994 secara mandiri membuka usaha yangko dengan nama dari ibu saya Ngudi Roso Bu Darto. Pada saat itu saya mulai usaha sendiri dan berjalan hingga sekarang.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebelum pandemi kondisi stabil permintaan banyak, kunjungan wisata juga banyak, permintaan untuk oleh-oleh pun juga banyak. Waktu itu saya sempat keliling dagangan sampai Solo.*

Sebelumnya pemasaran di berbagai wilayah Yogyakarta cukup banyak bisa mencapai 10 tempat toko oleh-oleh. Saat pandemi toko-toko kecil yang mulai tutup akhirnya saya tarik. Saat pandemi sempat libur selama kurang lebih 1 tahun namun jika ada permintaan pesanan saya baru mulai produksi lagi saat libur tersebut. Saat pandemi berubah drastis pasaran menjadi lesu. Saat pandemi pernah dikabari juga oleh toko di Jalan Kaliurang dan Maguwoharjo bahwa toko sudah mulai buka kembali sehingga permintaan datang kepada kami akhirnya mulai produksi kembali dan sekali bikin kurang lebih 100 kardus untuk dibagi di beberapa toko.

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Kondisi seperti sekarang ini sudah mulai stabil permintaan seminggu sekali ada. Sekarang ini setoran produk berada di 5 toko yang masih eksis.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Kondisi pasar lesu tidak ada pembeli.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Mencoba menggunakan strategi pemasaran online menggunakan google maps, bisa melalui pemesanan lewat telepon dan whatsapp. Ya Alhamdulillah walaupun sedikit kami masih berjalan.*

6. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Sebagian karyawan saya mengundurkan diri tapi Alhamdulillah saya tidak mengeluarkan karyawan, karyawan-karyawan ini sudah punya anak dan rata-rata sudah ibu-ibu sama anaknya dipamitkan pada saya minta diliburkan saja untuk menemani memomong cucunya dan beberapa juga sudah dibuatkan warung kecil-kecilan. Ya saya silahkan tidak apa-apa karena karyawan-karyawan itu saya anggap sudah sebagai seperti keluarga sendiri. Ya Alhamdulillah saat ini masih terdapat 2 karyawan.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya jelas pengurangan biaya operasional tadinya produksi tiap hari menjadi tidak setiap hari dan melakukan pengurangan pada pembelian bahan baku.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Iya ada 2 kendaraan mobil lama di jual disamping untuk bertahan hidup, modal usaha juga untuk membiaya anak-anak yang sekolah.*

9. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ada pembatasan-pembatasan sehingga wisatawan tidak dapat berkunjung sehingga omzet penjualan juga menurun.*

10. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Kita liat kondisi kalo ada permintaan baru kita bikin, dan kami batasi untuk pengeluaran untuk produksi yang sebelumnya setiap hari menjadi tidak, faktor keluarga juga sangat mendukung dan membantu.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya yang penting saya tidak merugikan orang lain dalam berbisnis, saling membantu, tidak menjelekkkan usaha orang lain. Karena kita sebagai orang muslim rezeki sudah Allah yang atur.*

2. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya selalu berdoa, menjaga kualitas produk yangko yang dijual, bahan baku yang dipilih bahan yang bagus, jangan menipu*

konsumen, mengutamakan kejujuran, mengutamakan produksi dengan halal.

12. Kipo Bu Djito

Hari/Tanggal : Selasa, 22 Agustus 2023

Lokasi : Kotagede, Kota Yogyakarta (Kipo Bu Djito)

Narasumber : Ibu Istri Rahayu

Jabatan : Owner

A. Strategi bertahan pelaku usaha makanan camilan

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha bisnis ini?

Jawaban : *Berdiri sekitar tahun 1946 yang awalnya dari mbah kemudian ibu dan yang ke tiga saya, saya sebagai penerus ke-3 mulai tahun 1990.*

2. Bagaimana kondisi usaha bisnis sebelum dan saat masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalo sebelumnya alhamdulillah lancar tapi kalo pas pandemi kami sempat libur karena tidak ada pembeli.*

3. Bagaimana kondisi usaha bisnis sesudah masa pandemi covid-19?

Jawaban : *Alhamdulillah kalo sekarang sudah mulai kembali ke normal sudah mulai ramai lagi.*

4. Bagaimana respon pertama usaha bisnis terhadap pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya sebenarnya kami mau produksi seperti biasa tapi karena tidak ada pembeli akhirnya kami ya libur, tidak ada pemasukan hampir sekitar 1 tahun dan baru pulih lagi sekitar tahun 2021 akhir baru mulai lagi.*

5. Strategi apa yang digunakan untuk bertahan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Menggunakan google maps dan bisa melalui pemesanan melalui telepon atau whatsapp.*

6. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan karyawan saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tidak ada pengurangan karyawan.*

7. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan biaya operasional saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Ya melakukan pengurangan produksi jadi menyesuaikan permintaan pasar, kalo produksi misalnya setiap harinya 300 ya mulai awal-awal produksi lagi saat pandemi menjadi 100 kipo.*

8. Apakah bisnis ini melakukan pengurangan aset untuk mempertahankan bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Kalau pengurangan aset tidak melakukan.*

9. Apa saja faktor kendala ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Tidak ada yang beli, wisatawan tidak bisa masuk, adanya pembatasan-pembatasan keluar PPKM dsb dan juga terbatasnya waktu makanan ini cuma bertahan 24 jam seperti itu.*

10. Apa saja faktor pendukung usaha bisnis ketika mempertahankan usaha bisnis saat pandemi covid-19?

Jawaban : *Pangsa pasarnya masih lebar masih luas sementara pembuatnya masih terbatas dan kita juga didukung juga oleh program pemerintah jadi kita masuk SiBakul Jogja dsb dan oleh pemerintah kita digencarkan juga promosinya, jadi barang kali kami masih terkendala terpublikasi ke publik jadi ini kami dibantu pemerintah kota.*

B. Perspektif etika bisnis Islam

1. Apakah anda mengetahui mengenai etika dalam berbisnis?

Jawaban : *Ya etika kita selalu melaksanakan persaingan yang sehat, jadi tidak saling mencurangi, menjatuhkan, tidak menggunakan bahan yang berbahaya untuk masyarakat jadi kita menggunakan bahan yang aman untuk dikonsumsi.*

2. Bagaimana penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam usaha anda ketika melakukan strategi bertahan selama pandemi covid-19?

Jawaban : *Kita berpegang teguh pada baik produk halal maupun cara penjualannya yang halal juga, kita juga mengutamakan kejujuran.*

Lampiran Hasil Observasi

Pernyataan Umum

Pandemi covid-19 merupakan serangan wabah yang hampir melanda seluruh dunia termasuk Indonesia. Pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Industri makanan termasuk menjadi salah satu sektor ekonomi yang terdampak pada berbagai usaha makanan di Indonesia. Banyak pelaku usaha yang terpaksa menutup sementara maupun terjadi bangkrut pada usahanya saat pandemi covid-19.

Adanya pandemi covid-19 menjadi tantangan bagi para pelaku usaha makanan camilan untuk tetap dapat bertahan saat pandemi covid-19 berlangsung. Pelaku usaha diwajibkan dapat menghindari kerugian secara berlebihan dan kebangkrutan. Lantaran situasi ini menjadi fenomena baru yang perlu dihadapi bagi para pelaku usaha makanan camilan.

Deskripsi Bagian

Para pelaku usaha dalam upaya untuk mempertahankan usaha perlu penerapan strategi bertahan untuk tetap dapat bertahan saat adanya pandemi covid-19. Strategi yang bisa dilakukan adalah dengan strategi pengurangan atau pengurangan, sebuah organisasi atau perusahaan melakukan pengelompokan ulang melalui pengurangan biaya dan aset untuk memulihkan hasil penjualan dan laba yang melemah, atau biasa disebut re-organisasi, pengurangan dirancang untuk memperkuat kompetensi yang mendasar suatu organisasi.

Strategi divestasi, dapat juga dilakukan dengan menjual bagian divisi atau bagian dari organisasi. Strategi ini digunakan sebagai opsi strategi perampingan bagian organisasi yang dirasa kurang menghasilkan, membutuhkan dana terlalu besar, atau aktivitas kurang penting bagi perusahaan. Divestasi menjadi strategi penting bagi perusahaan yang berpusat pada suatu bisnis dan menghilangkan diversifikasi secara berlebihan.

Strategi likuidasi, strategi ini merupakan langkah menjual seluruh aset perusahaan dengan imbalan nilai sesuai wujud. Likuidasi dapat diartikan mengakui kekalahan perusahaan walaupun secara emosional strategi ini sulit untuk dilakukan, akan tetapi menghentikan operasi lebih baik daripada mengalami kerugian secara luas.

Deskripsi Manfaat

Para pelaku usaha diharuskan dapat melakukan langkah strategi dan mengembangkan inovasi untuk dapat mempertahankan usahanya. Penerapan strategi bertahan yang digunakan juga harus tetap memperhatikan etika bisnis Islam. Para pelaku usaha diharapkan tetap dapat menjalankan usahanya meskipun terjadi pandemi covid-19 dan harapan kedepannya jika dikemudian hari terjadi kondisi tidak terduga seperti ini lagi dapat menerapkan langkah strategi yang tepat untuk menghadapinya.

Lampiran Dokumentasi



Foto wawancara bersama Owner Salak Mas



Foto wawancara bersama Owner Pawiro Chocolate



Foto wawancara bersama Founder Zalac Food Indonesia



Foto wawancara bersama Owner Slondok Renteng Bu Puji Boyong



Foto wawancara bersama Owner Slondok Renteng Pak Mul Boyong



Foto wawancara bersama Owner Bakpia Mino 703 Bu Mardi



Foto wawancara bersama karyawan Bakpia Mino Istu



Foto wawancara bersama Founder Bananania



Foto wawancara bersama Owner Bakpia Pathok 73



Foto wawancara bersama Owner Bakpia 05 "Songmo"



Foto wawancara bersama Owner Yangko Ngudi Roso Bu Darto



Foto wawancara bersama Owner Kipo Bu Djito

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Magelang, Jawa Tengah pada tanggal 13 Agustus 1999. Penulis merupakan anak tunggal, dengan Ayah bernama Hedi Sutopo dan Ibu Nur Anifah. Alamat asal penulis yaitu di Dusun Bojong 02/07, Kelurahan Banjarnegoro, Kecamatan Mertoyudan, Kabupaten Magelang. HP: 089525788299. Alamat E-mail: alfandiprakoso@gmail.com. Pendidikan SMA ditempuh di SMA Negeri 1 Mertoyudan, lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018, penulis diterima di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.