

**STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI
DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :
SRI LESTARI
NIM. 18.52.31.172**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI
DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :
SRI LESTARI
NIM. 18.52.31.172

Surakarta, 24 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Agung Abdullah, M.M
NIP. 19850301 201403 1 003

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini

NAMA : SRI LESTARI
NIM : 18.52.31.172
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 24 Oktober 2022



Sri Lestari

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini

NAMA : SRI LESTARI
NIM : 18.52.31.172
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKUTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul **“STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI DALAM MENGHADAPI COVID-19”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari pelaku UMKM di Kabupaten Boyolali. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 24 Oktober 2022



Sri Lestari

Dr. Agung Abdullah, M.M
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Sri Lestari

Kepada yang terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Sri Lestari NIM:18.52.31.172 yang berjudul

**STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI
DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat

Demikian, atas dikabulkan permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 24 Oktober 2022
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Agung Abdullah, M.M
NIP. 19850301 201403 1 003

PENGESAHAN

**STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI
DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19**

Oleh :

SRI LESTARI
NIM. 18.52.31.172

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Jumat tanggal 4 November 2022/ 9 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I
NIP. 19791111 200604 1 003



Penguji II
Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I, M.S.I
NIP. 19801130 201503 1 003



Penguji III
Alvin Yahya, M.H
NIK. 19821113 201701 1 1091



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




D.M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

9

MOTTO

“Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”

(QS. Ali-Imran : 200)

“Barangkali kesempatan tidak datang dua kali, tapi ia (kesempatan) pasti akan datang kembali bagi mereka yang tak pernah lelah mencari (kesempatan)”

(Dzawin Nur Ikram)

“Jangan menjelaskan dirimu kepada siapapun, karena yang menyukaimu tidak butuh itu. Dan yang membencimu tidak percaya itu.”

(Ali bin Abi Thalib)

“Tidak pernah ada yang salah disetiap langkah yang pasti”

(Sri Lestari)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan do'a

Karya sederhana ini:

Alm. Bapakku Asmadi dan teruntuk simpanan Surga ku Ibu Warjinah

Terima kasih telah berjuang untuk kebahagiaan hidupku, untuk do'a yang tak pernah putus, kasih sayang, semangat dan dukungan yang luar biasa. Perjuangan kalian tidak akan bisa aku ganti dengan apapun, semoga Allah yang membalas-Nya

Aamiin

Terimakasih.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI DAN INOVASI KEUANGAN UMKM HALAL DI BOYOLALI DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan wawasan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Ibu dan Bapakku, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tidak akan ku lupakan.

7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2018 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terimakasih yang tak terhingga bagi semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sri Lestari', written in a cursive style.

Sri Lestari

ABSTRACT

The pandemic covid-19 has a direct impact on the sustainability of MSMEs. Changes in market demand require MSMEs to change their work patterns as well as implement new strategies and innovate to survive and be able to meet market needs and not forget the factors of halal and product hygiene. Therefore, this study was conducted to know the conditions and strategies and innovations of Halal MSMEs in Boyolali Regency during the pandemic.

The research was conducted using descriptive qualitative method with primary data obtained through interviews and documentation. The sample in this study was 5 Halal MSMEs located in Boyolali Regency. Data analysis techniques are used in the form of data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification. Meanwhile, the validity of the data was tested by using the data triangulation technique.

The results of the study showed that during the pandemic the condition of Halal MSMEs in Boyolali Regency experienced a decline as seen from the decline in income and assets. The strategy in dealing with the pandemic is carried out by reducing the amount of production and stock of raw materials to temporarily stopping production, reducing working hours and employees, increasing capital through financing, selling assets and opening franchises, expanding marketing areas, and collaboration with other agencies and opening booths. in the center of crowds and sports. Innovation is carried out by developing new products and adapting digital technology in sales through social media and the marketplace, as well as innovation through implementing non-cash payments. The strategies and innovations carried out by MSMEs are proven to be able to minimize losses and increase income.

Keywords: MSMEs Condition, MSMEs Strategy, MSMEs Innovation

ABSTRAK

Terjadinya pandemi covid-19 telah berdampak langsung terhadap keberlangsungan UMKM. Perubahan permintaan pasar mengharuskan UMKM melakukan perubahan pola kerja serta menerapkan strategi baru dan berinovasi agar dapat tetap bertahan dan mampu memenuhi kebutuhan pasar serta tidak melupakan faktor kehalalan dan ke higienisan produk. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi dan strategi serta inovasi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi.

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan data primer yang didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini yaitu 5 UMKM Halal yang berlokasi di Kabupaten Boyolali. Teknik analisis data yang digunakan berupa reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Sedangkan uji keabsahan data dilakukan dengan teknik Triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada masa pandemi kondisi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali mengalami penurunan yang terlihat dari penurunan pendapatan dan aset. Strategi dalam menghadapi pandemi dilakukan dengan cara mengurangi jumlah produksi dan stok bahan baku hingga menghentikan produksi sementara, melakukan pengurangan jam kerja dan karyawan, melakukan penambahan modal melalui pembiayaan, penjualan aset dan pembukaan *franchise*, melakukan perluasan wilayah pemasaran dan kerjasama dengan instansi lain serta pembukaan stand pada pusat keramaian dan olahraga. Inovasi dilakukan dengan mengembangkan produk baru dan adaptasi teknologi digital dalam penjualan melalui media sosial dan melalui marketplace, serta inovasi melalui penerapan pembayaran non tunai. Strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM terbukti dapat meminimalisir kerugian dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci : Kondisi UMKM, Strategi UMKM, Inovasi UMKM

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10

1.6.1. Manfaat Teoritis	10
1.6.2. Manfaat Praktis	10
1.7. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Pandemi Covid-19	12
2.2. UMKM.....	14
2.2.1. Pengertian.....	14
2.2.2. UMKM Halal	17
2.3. Mitigasi Risiko.....	19
2.4. Dampak.....	20
2.5. Strategi	21
2.6. Inovasi.....	23
2.7. SWOT	25
2.8. Penelitian Terdahulu	28
2.9. Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian	38
3.2. Jenis Penelitian	38
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel.....	39
3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel	39
3.4. Data dan Sumber Data	39

3.4.1. Data Primer	39
3.4.2. Data Sekunder	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1. Wawancara.....	40
3.5.2. Dokumentasi	41
3.6. Teknik Analisa Data	41
3.7. Uji Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	44
4.2. Karakteristik Responden.....	46
4.3. Hasil Penelitian Dan Pembahasan	47
4.3.1. Kondisi UMKM Halal Di Boyolali Pada Masa Pandemi	47
4.3.2. Strategi UMKM Halal Di Boyolali Dalam Menghadapi Pandemi	51
4.3.3. Inovasi UMKM Halal Di Boyolali Dalam Menghadapi Pandemi	58
4.3.4. Evaluasi Terhadap Penerapan Strategi Dan Inovasi UMKM	65
BAB V PENUTUP.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan UMKM Pada Masa Pandemi.....	2
Gambar 1.2 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM.....	3
Gambar 2.1 Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal.....	19
Gambar 2.2 Daerah Kuadran Analisis SWOT.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Jawa Tengah Pada Masa Pandemi.....	4
Tabel 2.1 Kriteria UMKM.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	83
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	84
Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara	87
Lampiran 4 Dokumentasi	114
Lampiran 5 Biodata Penulis	116
Lampiran 6 Hasil Pengecekan Plagiasi	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Coronavirus disease merupakan jenis penyakit baru yang disebabkan virus SARS-CoV-2 dan mulai merebak sejak akhir 2019. Penyebaran Covid-19 yang berjalan sangat pesat menjadikan Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) menetapkan penyakit ini sebagai pandemi yang telah menyerang sebagian besar negara di seluruh dunia (Kemenkes RI, 2020).

Terjadinya Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung hampir dua tahun ini, telah mengakibatkan terjadinya masalah sosial dan kekacauan ekonomi yang terjadi hampir di seluruh dunia termasuk Indonesia (Yusup et al., 2020). Dampak pandemi tidak hanya dirasakan dalam sektor kesehatan, tetapi juga pada aspek lain seperti ekonomi, sosial, politik dan lain sebagainya (Kolodko, 2020). Pandemi juga telah menyebabkan terjadinya gangguan dan ketidakstabilan permintaan dan penawaran dalam perekonomian, hingga menyebabkan terjadinya krisis keuangan (P. Sembada et al., 2021).

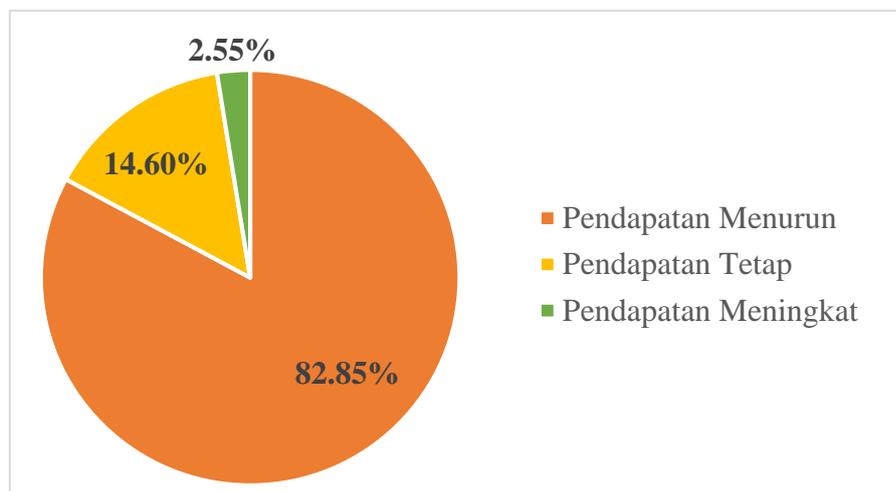
Pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai aturan dan kebijakan terkait pembatasan kegiatan masyarakat untuk mencegah penyebaran covid-19 yang begitu cepat. Akan tetapi kebijakan-kebijakan tersebut berdampak langsung pada aktivitas perekonomian masyarakat, bahkan hampir seluruh wilayah di Indonesia mengalami perubahan dalam sektor sosial dan ekonomi akibat pandemi tersebut (Azimah et al., 2020).

Banyak sekali kerugian yang dialami masyarakat dalam berbagai sektor yang disebabkan oleh Covid-19 (Sumarni, 2020). Pemberlakuan pembatasan

kegiatan dan larangan kunjungan wisata telah menyebabkan turunnya wisatawan baik asing maupun domestik secara drastis yang kemudian juga berdampak pada sektor-sektor lain yang saling berkaitan (BPS, 2020).

UMKM menjadi salah satu sektor yang terdampak langsung dengan adanya wabah Covid-19. Hal tersebut dapat terlihat dari adanya penurunan daya beli masyarakat yang terjadi secara signifikan terutama pada level terbawah yang kemudian berdampak pada turunnya pendapatan UMKM (Andayani et al., 2021; Sumarni, 2020). Hasil survei berskala nasional yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2020) terhadap 34.559 UMKM, menunjukkan adanya penurunan pendapatan yang sangat besar. Penurunan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1.1
Pendapatan UMKM Pada Masa Pandemi

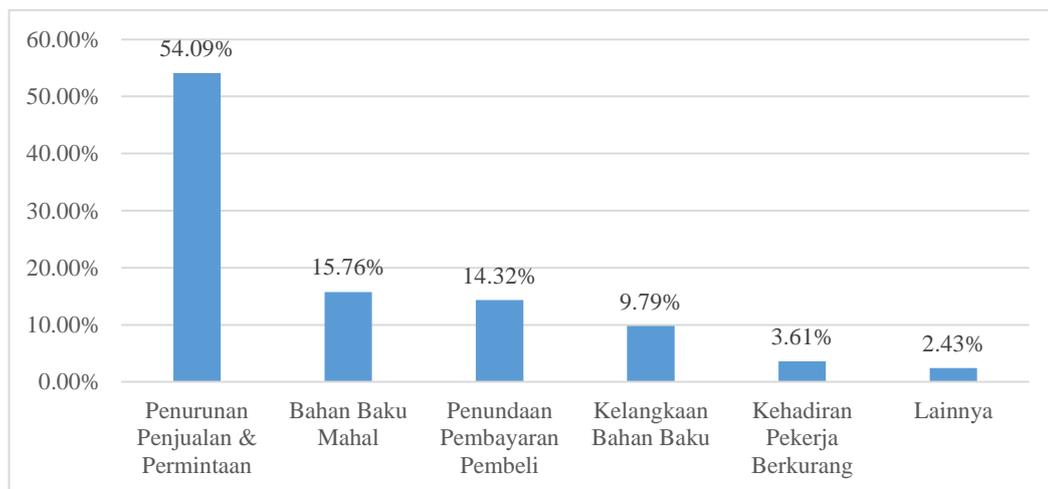


Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa terjadinya pandemi telah menekan pendapatan para pelaku usaha sehingga mengalami penurunan yang begitu besar dan terjadi secara menyeluruh. Hasil survei menunjukkan bahwa penurunan

pendapatan tersebut terjadi karena adanya dampak pandemi yang dirasakan UMKM. Dampak tersebut terdiri dari beberapa bentuk yang dapat dilihat pada gambar grafik berikut :

Gambar 1.2
Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM



Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Data tersebut menunjukkan bahwa dampak yang dirasakan UMKM akibat terjadinya pandemi sangatlah besar, padahal UMKM merupakan salah satu sektor utama yang menyokong perekonomian nasional. Hal tersebut terbukti dari kontribusi UMKM terhadap PDB yang selalu meningkat setiap tahunnya (Amri, 2020)

Pada 2019 berkontribusi UMKM terhadap PDB bahkan mencapai 60,3% hal itu menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional (Simanjuntak & Sa'roni, 2019). Akan tetapi, terjadinya pandemi telah menekan UMKM sehingga mengalami penurunan pendapatan yang pada akhirnya juga berdampak pada turunya kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2020 yang hanya sebesar 37,3 % saja (Lokadata, 2020). Hal itu menunjukkan begitu

besarnya hantaman pandemi terhadap operasional UMKM, padahal UMKM merupakan salah satu sektor yang berhasil melewati krisis ekonomi pada tahun 1998 dan bahkan menjadi pendorong perputaran ekonomi pada saat itu (Rohman & Andadari, 2021).

Pulau Jawa menjadi wilayah dengan dampak pandemi tersebar jika dilihat dibandingkan dengan wilayah lainya. Jumlah UMKM dipulau jawa yang terdampak pandemi mencapai 1,9 juta usaha, angka tersebut berasal dari Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat (Badan Pusat Statistik, 2022). Dampak pandemi di Jawa Tengah terlihat dari penurunan pendapatan UMKM yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Jawa Tengah Pada Masa Pandemi

No	Kategori	Jumlah UMKM	Omzet		
			Turun	Tetap	Naik
1	Makanan/Minuman	28.389	27.965	418	6
2	Fashion	3.682	3.576	105	1
3	Handycraft	1.114	1.109	5	0
4	Usaha Lainnya	11.252	10.838	410	4

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa semua sektor UMKM di Jawa Tengah mengalami penurunan pendapatan pada masa pandemi dan hanya sebagian kecil yang pendapatannya tidak terpengaruh dan meningkat. Usaha makanan dan minuman merupakan salah satu sektor UMKM di Jawa Tengah yang mengalami penurunan paling parah. Hal tersebut terjadi karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang diterapkan pemerintah yang membuat turunnya permintaan pasar (Rohman & Andadari, 2021).

Dampak pandemi yang begitu parah hingga menyebabkan korban jiwa begitu banyak, telah mendorong perubahan pola hidup masyarakat. Hal itu terlihat dari munculnya sikap kehati-hatian terhadap pembelian produk makanan dan sejenisnya (Setianingsih, 2021). Kebutuhan akan produk yang sehat serta terjamin keamanannya menjadi hal yang sangat dibutuhkan masyarakat. Jaminan keamanan pangan pada produk UMKM dapat dilihat dari adanya sertifikat P-IRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan (Dewi et al., 2020).

P-IRT merupakan bukti jaminan keamanan pangan yang bisa didapatkan oleh UMKM yang telah standar keamanan pangan sesuai Peraturan Pemerintah No. 89 Tahun 2019 pasal 35 tentang Keamanan Pangan (Suhardi et al., 2019). Mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam, juga membuat kehalalan sebuah produk pangan menjadi hal yang juga dipertimbangkan, terutama pada dekade terakhir ini. Hal tersebut muncul karena adanya keyakinan masyarakat bahwa kehalalan suatu produk pangan akan membawa berkah bagi yang memakannya (Setianingsih, 2021).

Keberadaan produk pangan yang telah bersertifikasi halal, tidak hanya dicari oleh masyarakat muslim saja, namun banyak juga masyarakat non muslim yang berminat dengan produk tersebut. Hal itu terjadi karena adanya sertifikasi halal pada suatu produk pangan maka sudah terjamin juga keamanan dan kesehatannya, hal tersebutlah yang menjadi kebutuhan masyarakat pada masa pandemi (Segati, 2022).

Adanya perubahan permintaan pasar mengharuskan UMKM untuk melakukan perubahan pola kerja serta menerapkan strategi baru dan berinovasi agar

dapat memenuhi kebutuhan pasar serta tidak melupakan faktor kehalalan dan kehygienisan produk (Azimah et al., 2020). Penggunaan teknologi digital pada UMKM menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan masyarakat, karena pembeli dapat melihat dan memilih produk yang dijual dengan mudah (Setianingsih, 2021). Pemanfaatan teknologi pada UMKM dapat dilakukan dalam memasarkan produk secara online melalui media sosial (P. Sembada et al., 2021).

UMKM harus terus berinovasi agar dapat bertahan pada masa Pandemi ini (Yusup et al., 2020). UMKM menjadi salah satu sektor yang dapat mendorong bangkitnya perekonomian pasca pandemi (Komara et al., 2020). Penguatan akses keuangan dan pendampingan oleh pihak terkait juga harus dilakukan agar UMKM mampu bertahan dalam krisis selama pandemi (Rahman et al., 2021).

Bank Indonesia menyebutkan sebanyak 87,5 persen UMKM terdampak pandemi Covid-19 (Segati, 2022). Oleh karena itu pemerintah melakukan berbagai upaya untuk mendorong UMKM agar dapat bangkit dari dampak pandemi, salah satunya melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (BKPM, 2021). Pendampingan ekonomi UMKM juga dilakukan oleh Bank Indonesia Kpw Solo yang dilakukan melalui program sosialisasi sertifikasi halal dan pengembangan UMKM Solo Raya (Sholikhah & Pratiwi, 2021).

Program tersebut merupakan hasil kerjasama Bank Indonesia dengan Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah (Dinas Koperasi & UMKM Jawa Tengah, 2022). Pemilihan Solo Raya sebagai wilayah untuk memulai program sosialisasi sertifikasi halal dan pengembangan UMKM dikarenakan keberadaan UMKM di kawasan Solo Raya

yang sangat besar, sehingga diyakini akan dapat ikut serta dalam pengembangan produk halal (Sholikah & Amanda, 2021).

Nugroho & Rahman (2022) menyebutkan bahwa kondisi UMKM kuliner halal pada masa pandemi mengalami penurunan pendataan, hal tersebut mendorong UMKM untuk berinovasi dengan melakukan pengelolaan karyawan dan pelanggan serta memanfaatkan penggunaan teknologi digital dalam penjualan. Inovasi tersebut sesuai dengan penelitian Arifqi (2021) yang menunjukkan bahwa adanya digitalisasi terhadap layanan UMKM Syariah merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam mendorong pemulihan ekonomi nasional di masa pandemi.

Hasil penelitian Rahman et al (2021) menyimpulkan bahwa terdapat 3 strategi yang dapat digunakan dalam meningkatkan daya saing UMKM sektor pangan pada masa pandemi, yaitu penguatan akses legalitas dan administrasi, melakukan peningkatan kualitas dan menjaga mutu produk, serta kebijakan harga jual terhadap produk yang dihasilkan. Segati (2022) menambahkan bahwa strategi dan inovasi UMKM halal dalam menghadapi penurunan pendapatan selama pandemi covid-19 dapat dilakukan melalui Kampanye *Halal Lifestyle*, Melakukan kolaborasi penguatan UMKM, Menjadikan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sebagai *supporting system*, *Halal Awareness* bagi pelaku UMKM, dan Edukasi terhadap pelaku UMKM melalui peraturan terkait *Halal Lifestyle*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena UMKM menjadi sektor penting yang menyangga perekonomian nasional dan memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja serta memberikan pengaruh besar pada PDB Indoneisa. Akan tetapi terjainya

pandemi memberikan pukulan dan tekanan yang besar terhadap UMKM. Oleh karena ini penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi UMKM halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi dan strategi serta inovasi yang diterapkan dalam menghadapi pandemi. Sehingga penelitian ini diberi judul: **“STRATEGI DAN INOVASI UMKM HALAL DI BOYOLALI DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Pandemi covid-19 berdampak pada perubahan kondisi sosial ekonomi di berbagai daerah dan kekacauan di berbagai sektor termasuk UMKM. Pulau Jawa menjadi daerah dengan dampak terbesar terlihat dari 1,9 Juta UMKM yang terdampak pandemi.
2. Jawa Tengah menjadi salah satu provinsi dengan dampak UMKM terbesar di Pulau Jawa yang terlihat dari penurunan aset dan pendapatan UMKM. Usaha pangan menjadi sektor UMKM dengan penurunan pendapatan terbanyak di Jawa Tengah.
3. Pandemi mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat yang menjadikan munculnya kebutuhan produk pangan yang sehat serta terjamin kehalalannya serta mendorong penggunaan teknologi dalam pembelian.
4. Perlunya strategi dan inovasi UMKM agar dapat bertahan dan bangkit dari pandemi. Solo Raya menjadi wilayah di Jawa Tengah dengan jumlah UMKM yang tinggi, yang diharapkan dapat membantu pemulihan ekonomi.

1.3. Batasan Masalah

Guna memfokuskan dan memperkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diharapkan, maka penulis membatasi ruang lingkup dalam penelitian yaitu hanya melakukan penelitian mengenai kondisi UMKM di Boyolali pada masa pandemi serta inovasi dan evaluasi yang dilakukan dalam menghadapi pandemi.

1.4. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi UMKM di Boyolali pada masa pandemi covid-19 ?
2. Strategi apa yang dilakukan UMKM di Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19 ?
3. Inovasi apa yang dilakukan UMKM di Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19 ?
4. Bagaimana evaluasi (SWOT) yang dilakukan UMKM di Boyolali dari penerapan strategi dan inovasi dalam menghadapi pandemi covid-19 ?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi UMKM di Boyolali pada masa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan UMKM di Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19.
3. Untuk mengetahui Inovasi yang dilakukan UMKM di Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19.
4. Untuk mengetahui evaluasi (SWOT) yang dilakukan UMKM di Boyolali dari penerapan strategi dan inovasi dalam menghadapi pandemi covid-19.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap UMKM ini diharapkan dapat memberikan informasi serta manfaat mengenai penerapan strategi, inovasi dan evaluasi yang dilakukan UMKM dalam menghadapi krisis, serta dapat menambah khasanah keilmuan mengenai perekonomian.

1.6.2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan dasar evaluasi dan dorongan bagi pihak-pihak terkait dalam menghadapi krisis dan memajukan perekonomian UMKM.
- b. Diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan berguna sebagai referensi pembelajaran bagi mahasiswa dan tenaga pendidik serta peneliti selanjutnya dalam mempelajari UMKM.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan ini disusun dengan sistematika secara berurutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan kajian teori tentang Pandemi Covid-19, UMKM, Mitigasi Risiko, Strategi dan Inovasi, yang kemudian dijadikan referensi dalam melakukan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Uraian mengenai waktu serta ruang lingkup penelitian, jenis, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis yang akan digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi pemaparan terhadap temuan penelitian yang diuraikan berdasarkan teori yang dipakai. Hasil yang didapatkan berupa pembahasan kondisi, strategi dan inovasi serta evaluasi yang dilakukan UMKM Boyolali dalam menghadapi pandemi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari analisis dan temuan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pandemi Covid-19

Coronavirus disease merupakan jenis penyakit baru yang disebabkan virus SARS-CoV-2 dan mulai merebak sejak akhir 2019. Penyebaran Covid-19 yang berjalan sangat pesat menjadikan Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) menetapkan penyakit ini sebagai pandemi yang telah menyerang sebagian besar negara di seluruh dunia (Kemenkes RI, 2020). Terjadinya Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung hampir dua tahun ini, telah mengakibatkan terjadinya masalah sosial dan kekacauan ekonomi yang terjadi hampir di seluruh dunia termasuk Indonesia (Yusup et al., 2020).

Serangan covid-19 di Indonesia petaman kali terjadi pada awal maret 2020. Perkembangan kasus yang sangat cepat mengakibatkan banyaknya korban jiwa yang meninggal akibat terserang penyakit covid-19 ini (Goma, 2021). Data terbaru menunjukkan bahwa sampai dengan September 2022, tingkat kematian akibat serangan pandemi covid-19 di Indonesia mencapai 157,91 ribu jiwa. Berdasarkan jumlah tersebut, Indonesia ditetapkan oleh *Worldmeter* sebagai negara dengan tingkat kematian tertinggi kedua se-Asia (Annur, 2021).

Dampak pandemi tidak hanya dirasakan dalam sektor kesehatan, tetapi juga pada aspek lain seperti ekonomi, sosial, politik dan lain sebagainya (Kolodko, 2020). Pandemi juga telah menyebabkan terjadinya gangguan dan ketidakstabilan permintaan dan penawaran dalam perekonomian, hingga menyebabkan terjadinya krisis keuangan (P. Sembada et al., 2021). Pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai aturan dan kebijakan terkait pembatasan kegiatan masyarakat untuk

mencegah penyebaran covid-19 yang begitu cepat. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan mengatur seluruh masyarakat untuk melakukan aktivitas sehari-hari dari rumah dengan kata lain *work from home* merupakan salah satu kebijakan yang diterapkan pemerintah (Azimah et al., 2020).

Respon pemerintah sebagai upaya mengatasi krisis keuangan pada kondisi pandemi covid-19 yaitu mengeluarkan dua regulasi atas pengaturan keuangan negara yaitu Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 11/POJK.03/2020 tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran *Corona Virus Disease* 2019. Dampak penyebaran covid-19 maka OJK memperpanjang kebijakan tersebut dengan terbitnya POJK Nomor 48/POJK.03/2020 yang berlaku sampai tanggal 31 maret 2022.

Pemerintah juga mempunyai program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dilakukan untuk membantu meningkatkan daya beli masyarakat dan untuk memulihkan perekonomian Indonesia secara keseluruhan (BKPM, 2021). Berbagai program PEN dilakukan oleh pemerintah, seperti:

- a. Menganggar belanja penanganan covid-19
- b. Melakukan perlindungan sosial melalui Bansos kepada masyarakat berpenghasilan rendah
- c. Membantu Pemda dan Sektor KL diantaranya program Padat Karya
- d. Subsidi bunga UMKM
- e. Pembiayaan Korporasi

f. Intensif Usaha berupa pajak.

Program PEN diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020. Adanya program PEN, pemerintah berupaya untuk mengintegrasikan langkah-langkah untuk meminimalisir dampak covid-19 terhadap perekonomian. Program utama PEN salah satunya dukungan untuk UMKM yaitu dengan memberikan kelonggaran dalam membayar angsuran dan bunga kredit melalui program subsidi bunga ultra mikro dan UMKM sesuai dengan kebijakan POJK No.17/POJK.03/2021 tentang perubahan kedua atas POJK Nomor 11/POJK.03/2020 mengenai stimulus perekonomian nasional sebagai Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran *Coronavirus Disease 2019* (Ubaidillah & Syah Aji, 2020).

2.2. UMKM

2.2.1. Pengertian

UMKM merupakan salah satu sektor utama yang menyangga perputaran roda perekonomian di Indonesia (Sarfiyah et al., 2019). Pada Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2009 Tentang UMKM telah disebutkan dengan jelas, bahwa Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang telah memiliki kriteria usaha mikro seperti yang telah diatur didalam UU tersebut (Tambunan, 2012).

Sedangkan Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usah

kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Tambunan, 2012).

Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara (Tambunan, 2012).

Menurut KEMENKOP UKM, Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah perusahaan dengan aset maksimum Rp200 juta, tidak termasuk tempat dan tanah, dan omset tahunan sebesar Rp1 miliar atau kurang. Sedangkan Usaha Menengah (UM) adalah perusahaan dengan kekayaan bersih berkisar antara Rp200 juta sampai dengan Rp10 miliar atau lebih, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM dari segi banyaknya pegawai. UKM didefinisikan sebagai perusahaan dengan 5 hingga 19 karyawan, dan perusahaan menengah didefinisikan sebagai perusahaan dengan 20 hingga 99 karyawan (Hasanah et al., 2020).

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang

dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Sartika Partomo & Soejoedono, 2004).

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya (Sartika Partomo & Soejoedono, 2004).

Menurut Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terdapat kualifikasi pada usaha Mikro, Kecil, atau Menengah seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

Jenis	Kriteria	
	Kekayaan*	Hasil Penjualan Tahunan
Mikro	Paling banyak 50 Juta rupiah	Hasil Penjualan paling banyak 300 Juta Rupiah
Kecil	50 Juta Rupiah sampai dengan 500 Juta Rupiah	Hasil penjualan tahunan 300 Juta Rupiah sampai paling banyak 2.5 Miliar Rupiah
Menengah	500 Juta Rupiah sampai dengan 10 Miliar Rupiah	Hasil penjualan tahunan lebih dari 2.5 Miliar rupiah sampai paling banyak 50 Miliar Rupiah

* Tidak termasuk tanah dan tempat usaha

Sumber : diolah, Pemerintah Republik Indonesia (2008)

2.2.2. UMKM Halal

Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil menyebutkan bahwa pada juni 2021 jumlah masyarakat muslim di Indonesia mencapai 236,53 juta orang, jumlah tersebut setara dengan 86,88% penduduk Indonesia. Hal itu menunjukkan bahwa Indonesia menjadi negara dengan penduduk yang mayoritas muslim (Kata Data, 2021). Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim mendorong munculnya kebutuhan akan produk yang terjamin kehalalannya. Hal itu terlihat dari minat dan permintaan masyarakat terhadap produk halal yang semakin meningkat, terutama pada masa pandemi (Moerad et al., 2022).

Keberadaan produk pangan yang telah bersertifikasi halal, tidak hanya dicari oleh masyarakat muslim saja, namun banyak juga masyarakat non muslim yang berminat dengan produk tersebut. Hal itu terjadi karena adanya sertifikasi halal pada suatu produk pangan maka sudah terjamin juga keamanan dan kesehatannya, hal tersebutlah yang menjadi kebutuhan masyarakat pada masa pandemi (Segati, 2022).

Minat masyarakat yang tinggi akan produk pangan yang terjamin kehalalannya telah mendorong usaha-usaha di sektor pangan untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan pasar (Yazid et al., 2022). Pemerintah pusat melalui pihak terkait di berbagai daerah juga mendorong para pengusaha pangan agar melakukan sertifikasi halal pada produk mereka (Kamsari, 2020). Akan tetapi fakta dilapangan menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil produk pangan yang telah beredar di masyarakat yang memiliki halal (Widyaningrum et al., 2022). Pada tahun 2011-2018, LPPOM MUI menyebutkan dari 727.617 produk pangan yang

diproduksi oleh perusahaan di Indonesia hanya 9,6 % saja produk yang sudah memiliki sertifikasi halal (Faridah, 2019).

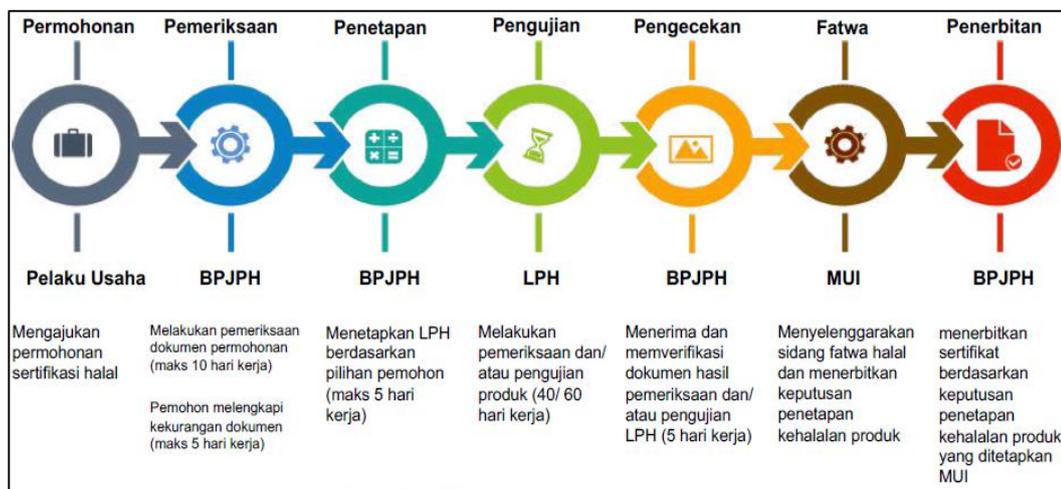
Sertifikasi halal merupakan serangkaian proses yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha makanan maupun minuman yang ingin mendapatkan label halal pada produk mereka. Proses sertifikasi halal dilakukan dalam beberapa tahap yang bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan bahwa kandungan yang ada dalam bahan baku produk yang dibuat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pemeriksaan juga dilakukan terhadap proses produksi yang dilakukan dan kesesuaian jaminan halal produk dengan standart yang telah ditetapkan (Salam & Makhtum, 2022).

Pemeriksaan terhadap produk yang melakukan pengajuan sertifikasi halal dilakukan oleh seorang auditor yang memiliki kompetensi di bidangnya, sehingga hasil pemeriksaan status halal produk tersebut benar-benar dilakukan dengan tepat sesuai dengan peraturan yang ada hingga diterbitkannya status kehalalannya yang dibuktikan dengan sertifikat halal (Fuadi et al., 2022). Label halal yang diperoleh pada sebuah produk dapat digunakan dengan jangka waktu selama 4 tahun dan bisa diperpanjang jika jangka waktu tersebut sudah habis (Aliyudin et al., 2022). Pemberian jangka waktu label halal pada suatu produk dilakukan dengan tujuan untuk mendorong agar pengusaha tetap menjaga kualitas produk yang diproduksinya, hal itu juga dilakukan dengan adanya pelaporan pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (SJH) yang dilakukan oleh pengelola usaha setiap 6 bulan sekali (Arsil et al., 2022).

Labelisasi halal merupakan pencantuman logo halal yang dilakukan pada kemasan produk yang dibuat. Pemberian label halal pada kemasan produk sangat

penting agar para pembeli atau konsumen mengetahui bahwa produk yang dibelinya telah memiliki sertifikasi halal (Astuti & Felicia, 2022). Prosedur pengajuan sertifikasi halal dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 2.1
Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal



Sumber : Kamsari (2020)

2.3. Mitigasi Risiko

Manajemen risiko merupakan sebuah metode untuk menganalisis, mengevaluasi, memperlakukan, mengawasi, dan mengkomunikasikan risiko yang mungkin terjadi pada masing-masing aktivitas, fungsi atau proses yang dikelola sedemikian rupa sehingga perusahaan dapat mengurangi kerugian dan memanfaatkan peluang. Menurut Peltier (2014) *“Risk mitigation is a systematic methodology used by senior management to reduce organizational risk.”* Apabila diartikan, Mitigasi risiko adalah cara organisasi untuk menyusutkan kemungkinan dampak dari suatu risiko. Dapat dipahami bahwa mitigasi risiko merupakan upaya perusahaan untuk meminimalisir dampak dari risiko yang ada pada perusahaan.

Tahap awal mitigasi risiko pada dasarnya ada dua proses, yaitu proses identifikasi risiko untuk mengidentifikasi semua risiko yang dihadapi perusahaan dan pengukuran risiko untuk memahami karakteristiknya agar dapat mengurangi risiko dan membuat risiko lebih mudah dikelola. Untuk memperkirakan risiko, Pengusaha bisa menggunakan skema yang memperkirakan kemungkinan risiko (probability) dan tingkat konsekuensi risiko (Hanim & Noorman, 2018).

Terdapat beberapa skema mitigasi risiko yang bisa diterapkan oleh pengusaha, berikut empat mitigasi risiko yang paling banyak digunakan:

1. Penerimaan Risiko

Menerima potensi risiko, terus beroperasi tanpa adanya kontrol terhadap risiko yang diprediksi, dan menerima segala kerusakan dan kerugian yang terjadi.

2. Batasan Risiko

Batasi risiko dengan melakukan kontrol yang bisa menyusutkan dampak dari ancaman yang diprediksi terjadi.

3. Diversifikasi

Melakukan pembagian eksposur risiko, sehingga risiko yang mungkin terjadi tidak terkonsentrasi pada satu atau dua eksposur saja.

4. Pemindahan Risiko

Melakukan transfer risiko dengan menggunakan cara lain untuk mengkompensasi kerugian, seperti asuransi pembelian (Hanim & Noorman, 2018).

2.4. Dampak

Dampak dalam KBBi dapat dijelaskan sebagai sebuah pengaruh yang

menjadi penyebab datangnya akibat dari suatu aktivitas atau hal tertentu yang dapat bersifat positif dan negatif (Hartanti et al., 2022). Jika dijelaskan secara sederhana, dampak memiliki arti yang sama dengan akibat dan pengaruh (KBBI, 2008). Pengaruh merupakan terjadinya hubungan sebab akibat atau timbal balik yang berasal dari suatu peristiwa, keadaan, aktifitas maupun hal lainnya yang saling berkaitan. Dampak bisa berasal dari terjadinya suatu hal tidak dapat diprediksi sebelumnya (Rifaldo & Indrayenti, 2022).

Pada sebuah usaha, dampak dapat diartikan sebagai akibat atau pengaruh yang terjadi dari adanya aktivitas baik yang dilakukan dalam internal maupun aktivitas eksternal yang tidak diduga sebelumnya yang dapat mempengaruhi kinerja usahanya baik secara positif maupun negatif (Faizi et al., 2022). Pada UMKM dampak positif maupun negatif terhadap operasional maupun usahanya dapat terjadi dari pihak internal maupun eksternal. Salah satu penyebab terjadinya dampak negatif pada UMKM secara eksternal yaitu terjadinya pandemi covid-19 (Utami, 2022). Hal tersebut dapat terlihat dari adanya penurunan daya beli masyarakat yang terjadi secara signifikan terutama pada level terbawah yang kemudian berdampak pada turunnya pendapatan UMKM (Andayani et al., 2021; Sumarni, 2020).

2.5. Strategi

Menurut KBBI Strategi merupakan ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa (-bangsa) untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Strategi dipahami sebagai komitmen para ahli strategi untuk bertindak dengan cara tertentu dan bereaksi terhadap lingkungan. Oleh karena itu,

strategi didefinisikan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan stakeholders. Selain itu, Strategi juga merupakan cara untuk memahami (*perceiving*) dunia secara umum (Ahadiat, 2010).

Pearce and Robinson (1994) pada buku Mukhyi, (2004) mengartikan strategi sebagai “*comprehensive, generalplan of major actions through which a firm intends to achieve its longterm objectives in a dynamic environment*”. Apabila diterjemahkan memiliki arti “suatu rencana umum, tindakan besar yang komprehensif dimana perusahaan bermaksud untuk mencapai tujuan jangka panjangnya pada lingkungan yang dinamis.

Strategi menjadi rencana atau tindakan perusahaan dalam langkah untuk memenangkan persaingan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran baik dari segi kualitas, harga, maupun daya saing atas produk yang dihasilkannya dapat menjadikan perusahaan menang atau unggul atas produk usaha lainnya (Rosmadi, 2021). Kesuksesan atau keberhasilan strategi bisnis bergantung pada faktor internal dan eksternal seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada lingkungan bisnis. Maka dari itu, penting bagi suatu bisnis untuk memilih strategi yang didasarkan pada kecocokan faktor internal dan eksternalnya (Maryani & Chaniago, 2019).

Strategi bisnis juga sangat penting diterapkan pada sektor bisnis UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hal tersebut disebabkan sektor UMKM sangat rentan terhadap gejolak perekonomian. Seperti pada saat pandemi ini dimana UMKM sangat dipengaruhi oleh adanya kebijakan-kebijakan pemerintah dalam mengurangi kasus Covid-19 (Wati & Sari, 2021). Setiap UMKM memiliki strategi

yang berbeda, namun secara umum strategi yang digunakan UMKM untuk tetap bertahan pada masa pandemi yaitu dengan mengurangi stok bahan baku, mengurangi jam kerja dan karyawan (BPS RI, 2020).

Pada masa pandemi juga banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan yang kemudian juga berdampak pada permodalan. Hal tersebut membuat UMKM membutuhkan dorongan permodalan yang umumnya didapatkan melalui pembiayaan oleh lembaga keuangan. Dengan menerapkan strategi penjualan tersebut UMKM dapat terus menjual produknya meskipun ditengah pandemi (Alfin, 2021).

2.6. Inovasi

Inovasi merupakan aktivitas dalam proses penciptaan ide, peningkatan teknologi, manufaktur dan penjualan produk baru (atau yang dikembangkan) (Trott, 2017). Inovasi Kemampuan untuk menggunakan kreativitas dalam memecahkan masalah dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (Suryana, 2003).

Inovasi telah lama dianggap sebagai alat pertumbuhan. Perlu diketahui bahwa inovasi dapat memberikan pertumbuhan. Namun, inovasi yang sebenarnya tidak selalu berarti bahwa suatu inovasi akan selalu diterima oleh pasar dan berhasil. Ada kemungkinan beberapa inovasi gagal dan tidak menguntungkan bisnis. Namun, keseluruhan proses mulai dari pengembangan ide hingga pengenalannya ke pasar masih merupakan inovasi (Trott, 2017).

Inovasi sangat penting untuk diterapkan karena terdapat alasan berikut:

1. Perusahaan wirausaha didorong untuk bersaing dan berhasil karena perubahan cepat dalam teknologi yang dibawa oleh produk, proses, dan layanan baru pesaing. Sehingga penyesuaian dengan kemajuan teknologi yang muncul perlu dilakukan.
2. Siklus hidup produk menjadi lebih pendek sebagai akibat dari perubahan lingkungan. Akibatnya, barang dan jasa lama harus segera diganti dengan yang baru, yang dapat dicapai melalui pemikiran inovatif.
3. Pelanggan saat ini lebih cerdas dan mengharapkan pemenuhan atas kebutuhannya. Kebutuhan yang diharapkan bisa terpenuhi ada dalam hal kualitas, ketersediaan, dan biaya. Oleh karena itu, untuk memenuhi persyaratan pelanggan dan mempertahankan mereka sebagai pelanggan, diperlukan keterampilan inovatif .
4. Saat ini ide bagus lebih mudah ditiru karena pasar dan teknologi berubah begitu cepat. Karena itu, diperlukan cara baru untuk menggunakan produk, proses yang lebih baik, dan layanan yang selalu berjalan lebih cepat.
5. Inovasi berpotensi mempercepat pertumbuhan, memperluas segmen pasar, dan meningkatkan posisi perusahaan (Hadiyati, 2011).

Selain kelima tujuan diatas, Lucky (2020) mengatakan di masa pandemi COVID-19 ini, para pelaku usaha harus memaksimalkan peran SDM, terutama dengan meningkatkan kreativitas dan inovasinya, agar bisnis tetap beroperasi. Inovasi pada pelaku usaha bisa dilakukan dengan melakukan inovasi pada produknya. Inovasi produk adalah penciptaan produk baru yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menarik minat dan mendorong mereka

untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003). Dengan membuat inovasi pada produknya UMKM dapat dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan bisa berpengaruh pada muncul minat beli terhadap produk tersebut.

2.7. SWOT

Analisis SWOT adalah adalah teknik perencanaan umum untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap usaha bisnis. Dengan memahami faktor eksternal dan internal akan membantu untuk mencapai tujuan tersebut. Albert Humphrey menemukan metode Analisis SWOT saat memimpin sebuah proyek di Universitas Stanford pada 1960-an dan 1970-an yang memanfaatkan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500 (Anwar & Utami, 2012).

Penerapan strategi dan dilakukannya inovasi pada suatu usaha secara tidak langsung pasti akan mendorong munculnya kekuatan dalam usaha, namun dibalik itu akan tetap ada kelemahan yang harus diperbaiki. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya evaluasi terhadap penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM Halal dalam menghadapi pandemi.

Pada penerapannya analisis SWOT berhubungan dengan Strategi dan Inovasi suatu usaha. Disaat melakukan analisis SWOT maka sama dengan menganalisis keunggulan dan kekurangan strategi dan inovasi yang digunakan. Penerapan analisis SWOT bisa digunakan oleh semua bentuk usaha, tidak terkecuali pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). SWOT sendiri merupakan kepanjangan dari Strength, Weaknesses, Opportunities dan Threats.

Strength (S) adalah kekuatan, Weaknesses (W) adalah kelemahan, Opportunities (O) merupakan peluang, dan Threats (T) merupakan ancaman. Peluang dan ancaman sebagai bagian dari faktor eksternal, sedangkan kekuatan dan kelemahan merupakan bagian dari faktor internal. Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah penjelasan dari keempat aspek tersebut:

1. Strength

Faktor internal yang pertama adalah kekuatan, pada saat mengevaluasi kekuatan perusahaan, kita harus mencari karakteristik yang mewakili kekuatan tersebut. Kekuatan secara khusus mengacu pada sesuatu yang secara khusus menawarkan keuntungan atau manfaat bisnis. Bisa berupa sumber daya manusia (SDM) yang andal, barang berkualitas tinggi, produksi yang efektif, dll.

2. Weaknesses

Faktor internal kedua adalah kelemahan perusahaan. Kita perlu melihat kelemahan untuk menemukan aspek karakteristik kelemahan yang dapat memperlambat laju pertumbuhan perusahaan. Distribusi yang terbatas, biaya produksi yang tinggi, teknologi yang ketinggalan zaman, sumber daya manusia yang tidak dapat diandalkan, kemampuan pemasaran yang tidak memadai, dan sebagainya merupakan contoh dari weaknesses.

3. Opportunities

Peluang merupakan faktor eksternal pertama perusahaan. Untuk mendorong perusahaan maju, kita perlu mencari hal-hal yang berkaitan dengan peluang dari lingkungan sekitar perusahaan atau sektor terkait. Beberapa peluang bisa berupa Perluasan pasar, pergeseran kebutuhan konsumen, penemuan teknologi baru,

ekonomi yang tumbuh, peraturan pemerintah yang menguntungkan bisnis, dan sebagainya.

4. Threats

Ancaman adalah faktor eksternal kedua. Dalam hal ini perlu dicari hal-hal yang dapat menempatkan perusahaan dalam situasi yang sulit, menghambat jalannya usaha, atau menimbulkan masalah yang sulit diselesaikan perusahaan. Seperti, Masuknya pesaing asing, penurunan kepercayaan konsumen, penggunaan strategi dan/atau teknologi baru oleh bisnis pesaing, teknologi baru yang merugikan perusahaan, dan ancaman lainnya (Krisna & Nuratama, 2021).

Diagram Analisis SWOT terdiri atas 4 daerah kuadran seperti tampak pada gambar berikut ini:



Sumber : Anwar & Utami (2012)

KUADRAN I: Situasi yang sangat menguntungkan ada di sini. Untuk memanfaatkan peluang yang ada, perusahaan memiliki kekuatan

dan peluang. Dalam situasi ini, strategi yang harus digunakan adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi berorientasi pada pertumbuhan).

KUADRAN II: Bisnis ini mempertahankan kekuatan internalnya meskipun menghadapi banyak ancaman. Pada posisi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi produk/jasa.

KUADRAN III: Terdapat peluang pasar yang cukup besar bagi perusahaan, namun juga menghadapi sejumlah kendala atau kelemahan internal. Bisnis ini difokuskan untuk meminimalkan masalah internal sehingga dapat memanfaatkan peluang pasar yang lebih baik.

KUADRAN IV : Ini adalah situasi yang sangat buruk karena perusahaan memiliki banyak kelemahan dan ancaman di dalam (Anwar & Utami, 2012).

2.8. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang memiliki relevansi dengan rencana penelitian yang akan dilakukan saat ini :

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1.	Akpan et al. (2022)	<i>Small business awareness and adoption of state-of-the-art technologies in emerging and developing markets, and lessons from the COVID-19 pandemic. Journal of Small Business</i>	Penelitian menyimpulkan bahwa sebagian besar bisnis di negara berkembang dan ekonomi berkembang mengalami penutupan selama wabah SARS-CoV-2 dan lockdown. Pelaku bisnis

		<i>& Entrepreneurship, 34(2), 123–140.</i>	harus melakukan inovasi dengan mengadaptasi penggunaan teknologi yang telah lama digunakan di negara-negara ekonomi maju. Diperlukan inovasi dengan menggunakan teknologi komputerisasi, analitik data, dan Internet of Things (IoT) untuk merekayasa atau membuat model bisnis baru yang dapat mengurangi biaya overhead, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan mendigitalkan operasi bisnis UKM.
2.	Kurniaty et al (2022)	<i>The Business Resilience of MSME in Time of Pandemic : A Case Study. International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies (IJEASS)</i>	Hasil penelitian menunjukkan UMKM mengalami kendala pasokan bahan baku dan stabilitas harga bahan baku pada masa pandemi, selain itu ketersediaan karyawan berkualitas juga menjadi hambatan bagi UMKM untuk bangkit dari pandemi. UMKM melakukan inovasi dengan cara melakukan kerjasama dan berkolaborasi dengan beberapa pihak untuk mengembangkan produk dan mengoptimalkan kinerja.
3.	Tabinas et al. (2022)	<i>Business Strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises in Response to the COVID-19 Pandemic. Innovative Technology and Management Journal</i>	Pada masa pandemi UMKM di Filipina mengalami dampak negatif berupa penurunan pendapatan. UMKM mengalami kerentanan pada masa pandemi yang membuat pemilik usaha cenderung menerapkan

			strategi jangka pendek untuk tetap bisa bertahan. Strategi tersebut terdiri dari perubahan operasional sesuai protokol kesehatan, mencari pasokan bahan baku di wilayah terdekat, mencari sumber bahan baku alternatif, meningkatkan harga jual dan menambah pembiayaan.
4.	Swazan (2022)	<i>Small and Micro Business Resources in the Post-Pandemic Period: A Perspective from Local Bridal Boutique Businesses in West Virginia. The Research Repository. West Virginia University. Graduate Theses, Dissertations, and Problem Reports. 11426</i>	Terjadinya pandemi telah berdampak buruk pada usaha kecil dan mikro di Amerika Serikat dan pada daerah pedesaan dampak yang dirasakan lebih parah. Oleh karena itu strategi bisnis sangat dibutuhkan agar dapat bertahan pada masa pandemi. Salah satu strategi yang bisa diterapkan pada UKM adalah mengoptimalkan sumber daya internal yang ada secara strategis untuk mengadaptasi praktik manajemen pada usahanya. Keberadaan manajemen bisnis yang baik dapat membantu pemilik dan manajer bisnis butik pengantin individu di Barat Virginia untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang diperlukan agar UKM dapat terus bertahan pada masa krisis dan juga bisa mengimprovisasi strategi bisnis mereka.
5.	Nath & DasGupta (2021)	<i>Pandemic Effect and Remedial Business Model in Micro, Small and</i>	UMKM di India rentan terhadap pelemahan ekonomi di tengah

		<i>Medium Enterprises: A Study in India with Special Reference to West Bengal. In New Business Models in the Course of Global Crises in South Asia (pp. 151–161).Springer International Publishing.</i>	ancaman COVID-19. Lockdown secara nasional hampir menghentikan sektor UMKM. Umkm di India banyak yang menghentikan operasi bisnis karena adanya gangguan dalam rantai pasokan, hilangnya bisnis, migrasi besar-besaran oleh para pekerja ke tempat asal mereka dan krisis arus kas. Selain itu, sejumlah besar bisnis tidak mampu membayar gaji pekerja dan terpaksa melakukan PHK atau penutupan permanen karena penurunan pendapatan yang tajam.
6.	As'ad et al. (2022)	<i>The Implementation of E-Commerce for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMES) in Covid 19 Pandemic Era. Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021), 205(Icsebe 2021), 42–45.</i>	UMKM merupakan salah satu sektor yang terdampak pandemi, namun UMKM berusaha untuk tetap bertahan, meski tidak sedikit yang akhirnya menutup usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik pemasaran produk dan jasa dengan menggunakan e-commerce merupakan strategi bertahan bagi UMKM selama masa pandemi.
7.	Nelly, S. (2021)	<i>Digitalization as a Strategy for the Revitalization of Micro , Small and Medium Enterprises (Msmes) During the Covid-19 Pandemic. Annals of the Romanian Society for Cell Biology Journal, 25(6), 384–392.</i>	Penelitian menyimpulkan bahwa Pandemi memberikan dampak yang sangat besar di sektor ekonomi, termasuk keberadaan UMKM. Penerapan digitalisasi dan e-marketing melalui marketplace oleh UMKM sangat diperlukan agar kegiatan usaha dapat tetap berjalan di tengah pandemi.

8.	Labios et al. (2021)	<i>Archipelago on Lockdown: An Assessment of the Effects of the COVID-19 Pandemic on Philippines' Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Across the Food Value Chain Remund. Journal of Economics, Management & Agricultural Development, 7(1).</i>	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa protokol karantina yang berbeda lintas batas provinsi mempengaruhi proses distribusi bahan baku dan produk UMKM. Terbatasnya mobilitas tenaga kerja menjadi tantangan bagi kelangsungan usaha. UMKM mencoba bertahan dengan melakukan pembiayaan dan pelatihan usaha. Mobilitas yang terbatas mendorong UMKM di filipina untuk beradaptasi dengan e-commerce dan penggunaan teknologi digital untuk mengatasi kendala rantai pasokan.
9.	Mandviwalla & Flanagan (2021)	<i>Small business digital transformation in the context of the pandemic. European Journal of Information Systems, 30(4), 359–375.</i>	Pandemi merupakan krisis yang berdampak besar bagi usaha kecil. Transformasi digital (DT) merupakan salah satu cara yang dapat diadopsi oleh bisnis kecil agar tetap dapat beroperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya Transformasi digital (DT) dapat mendukung berjalanya usaha kecil pada masa pandemi. Melalui DT usaha kecil dapat beroperasi, melakukan penjualan dan pemasaran secara digital. Penelitian juga membahas keterbatasan dan mengidentifikasi peluang penelitian dalam kaitannya dengan DT, platform, dan literatur bisnis kecil.

10.	Wati & Sari (2021)	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dan Strategi Peningkatan Perekonomian Pemilik Umkm (Studi Kasus Di Desa Suruhan Kabupaten Sukoharjo). <i>SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan</i> , 5(1), 901.	Penelitian menyimpulkan bahwa pada masa pandemi perekonomian UMKM di desa Suruhan mengalami dampak negatif, berupa penurunan penjualan, terjadinya pengurangan karyawan, kesulitan dalam memenuhi kebutuhan. Agar dapat bertahan pada masa pandemi, pelaku UMKM menerapkan strategi baru dengan magadaptasi pemasaran secara online.
11.	Nugroho & Rahman (2022)	Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis</i> , 8(02), 1654–1660.	Pandemi membuat UMKM kuliner halal mengalami penurunan pendapatan dan penghentian operasioal. UMKM beradaptasi dengan menggunakan aplikasi digital agar tetap dapat beroperasi. Adaptasi teknologi pada UMKM sektor kuliner telah mendorong pulihnya operasional dan meningkatnya penjualan yang pada akhirnya berdampak pada naiknya pendapatan.
12.	Yazid et al. (2022)	Transformasi Digital Dan Industri Halal Pada UMKM Kabupaten Banyuwangi. <i>Jurnal Istiqro</i> , 8(2).	Disimpulkan bahwa UMKM dan Industri Halal di Kabupaten Banyuwangi sangat membuhkan adanya digitalisasi teknologi. Adanya adaptasi teknologi akan sangat membantu UMKM dalam menjalankan bisnisnya dan bertahan di tengah krisis akibat pandemi.
13.	Komariah et al. (2022)	Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya inovasi tidak

		Halal di Kota Bekasi Utara. <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam</i> , 8(2), 2247.	mempengaruhi kinerja UMKM sektor Makanan Halal di Kota Bekasi Utara, akan tetapi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM
14.	Achmad Alfin (2021)	Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. <i>Jurnal Inovasi Penelitian</i> , 1(8).	Penelitian menunjukkan bahwa adanya penyebaran pandemi yang cepat telah membuat perekonomian UMKM terganggu sehingga mengalami penurunan pendapatan. Ada beberapa strategi yang bisa diadopsi oleh UMKM agar bisa bertahap dalam krisis ini, salah satunya yaitu mengadopsi teknologi melalui penggunaan e-commerce dalam penjualan dan pemasaran. Kualitas produk dan hubungan dengan pelanggan juga harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan.
15.	Viariani et al. (2022)	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi COVID-19 di Kota Banda Aceh. <i>AL-MUZARA'AH</i> , 10(1), 33–45.	Penelitian menunjukkan bahwa pandemi telah mengakibatkan krisis yang berdampak pada UMKM makanan dan minuman di Banda Aceh. Banyak UMKM yang menutup usahanya karena turunnya pendapatan secara signifikan dan tidak stabilnya harga serta pembiayaan yang macet. Dari 100 responden, hanya 55 UMKM yang bisa bertahan pada masa krisis akibat pandemi, yang didominasi oleh UMKM makanan dan minuman yang telah berlabel halal.

			Berdasarkan analisis logistik, setidaknya terdapat dua variabel yang mempengaruhi ketahanan UMKM pada masa krisis akibat pandemi, yaitu karakteristik wirausaha dan dukungan dari pemerintah.
--	--	--	---

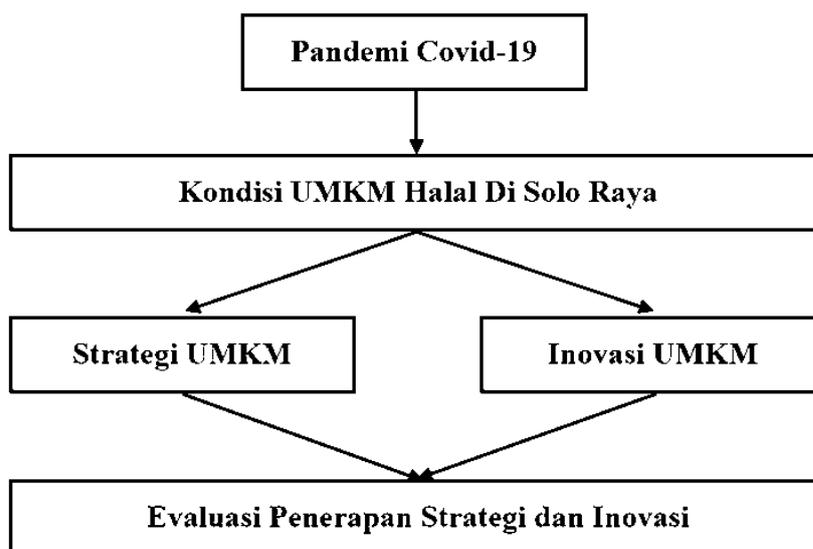
Berdasarkan penjelasan pada tabel diatas terkait penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, didapatkan beberapa kesamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saat ini dilakukan. Beberapa kesamaan yang ada pada penelitian terdahulu yaitu metode yang digunakan, dimana beberapa penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Kesamaan juga terlihat dari fokus penelitian secara umum yang sama-sama berfokus untuk meneliti dan mendalami masalah yang berkaitan mengenai UMKM pada masa pandemi.

Perbedaan penelitian yang mendasar terlihat dari objek dan wilayah penelitian yang digunakan. Pada penelitian ini peneliti berfokus untuk meneliti dan mendalami permasalahan terkait kondisi UMKM Halal, Strategi dan Inovasi yang diterapkan serta Evaluasi dari penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM Halal dalam menghadapi krisis akibat pandemi. Hal tersebut berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya meneliti kondisi UMKM dan Strategi yang digunakan dalam menghadapi pandemi tanpa melakukan penelitian terkait evaluasi yang dilakukan atas penerapan strategi tersebut. Penelitian ini juga dilakukan dengan wilayah yang berbeda yaitu dilakukan dengan fokus wilayah yang mencakup daerah Boyolali.

2.9. Kerangka Berpikir

Berdasarkan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti menyajikan kerangka berfikir yang telah dirumuskan sebagai berikut:

Gambar 2.3
Kerangka Berpikir



Sumber : Nugroho & Rahman (2022)

Pandemi covid-19 telah berdampak ke berbagai sektor, termasuk dalam sektor UMKM (Simanjuntak & Sa'roni, 2019). UMKM mengalami penurunan pendapatan yang sangat besar pada masa pandemi, penurunan tersebut juga terlihat dari turunya kontribusi UMKM terhadap PDB yang sebelumnya mencapai 60,3% pada tahun 2019 dan kemudian turun menjadi 37,3% pada 2020 (Lokadata, 2020).

UMKM sektor halal merupakan jenis usaha makanan, minuman atau lainnya yang telah memiliki sertifikasi halal yang diterbitkan oleh pihak terkait. Dampak pandemi terhadap UMKM yang begitu besar, telah mendorong perlunya penelitian untuk mengetahui kondisi UMKM Halal pada masa pandemi. Diketuainya kondisi

UMKM Halal pada masa pandemi, dapat dijadikan dasar agar dapat bertahan pada masa pandemi.

UMKM dapat bertahan dengan menerapkan strategi mitigasi risiko yang baik, karena dengan adanya strategi yang baik akan dapat mengurangi dampak pandemi terhadap jalannya usaha. Selain itu, inovasi produk maupun usaha juga harus tetap dilakukan agar usaha yang dijalankan tetap berkembang meski dibawah tekanan pandemi. Oleh sebab itu sangat diperlukan pengetahuan mengenai strategi dan inovasi UMKM Halal dalam menghadapi pandemi.

Penerapan strategi dan dilakukannya inovasi pada suatu usaha secara tidak langsung pasti akan mendorong munculnya kekuatan dalam usaha, namun dibalik itu akan tetap ada kelemahan yang harus diperbaiki. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya evaluasi terhadap penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM Halal dalam menghadapi pandemi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu penelitian merupakan jangka waktu yang digunakan dalam perencanaan skripsi hingga skripsi selesai. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan April 2022 sampai penelitian selesai. Wilayah penelitian yang digunakan untuk memperoleh data, informasi serta keterangan yang berkaitan dengan kepentingan penelitian mencakup UMKM di Boyolali yang telah memiliki label halal pada produknya.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dengan mengunjungi tempat yang dijadikan subjek pada penelitian yaitu UMKM yang telah memiliki label halal.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi yaitu keseluruhan dari subjek ataupun objek yang akan menjadi sasaran penelitian. populasi yaitu zona generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk dapat dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM di Boyolali yang telah memiliki label halal pada produknya.

3.3.2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari banyaknya jumlah dan karakteristik yang terbatas dari suatu unsur yang terpilih yang dimiliki oleh populasi (Yusuf, 2017). Pada penelitian ini yang menjadi sampel yakni 5 UMKM yang telah memiliki label halal pada produknya dan terletak di kawasan Boyolali.

3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel dengan mempertimbangkan hal-hal tertentu. Pertimbangan tersebut lebih mengacu kepada kualitas informasi, kredibilitas, kekayaan dan pengetahuan informasi yang dimiliki oleh informan (Yusuf, 2017).

Pada penelitian ini peneliti menggali informasi dari narasumber atau informan yang benar-benar mengerti dan faham terhadap kondisi UMKM pada masa pandemi covid-19, serta inovasi yang dilakukan dalam menghadapi dampak pandemi covid-19.

3.4. Data dan Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data yang didapatkan dari para pelaku UMKM di Boyolali yang telah memiliki label halal. Jenis data terbagi menjadi dua, yaitu :

3.4.1. Data Primer

Data primer dapat diperoleh dengan menggunakan wawancara serta pengamatan secara langsung dengan beberapa informan sebagai subjek penelitian yang dapat dipercaya (Ghozali, 2018). Dilengkapi dokumentasi dengan

memberikan sejumlah pertanyaan untuk mendapatkan tambahan informasi terkait kondisi UMKM pada masa pandemi covid-19, serta inovasi yang dilakukan dalam menghadapi dampak pandemi covid-19.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu penjelasan yang di dapatkan dari pihak kedua, baik itu jurnal-jurnal, koran, buku, media elektronik, catatan laporan, bulletin ataupun data yang sudah tersedia (Yusuf, 2017).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu teknik yang diigunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi dan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Ada beberapa metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data pada penelitian ini antara lain :

3.5.1. Wawancara

Wawancara yaitu interaksi antara dua orang yaitu pewawancara dengan narasumber (sumber informasi) melalui komunikasi *face to face* dimana pewawancara menanyakan secara langsung suatu objek yang akan diteliti dan sudah dirancang sebelumnya (Yusuf, 2017). Untuk mendapatkan data dan informasi terkait maka penulis menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan melalui wawancara yang akan dilakukan kepada para pelaku UMKM di Boyolali

Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara secara terbuka dan tidak berstruktur. Tujuan dari digunakannya jenis wawancara bebas tidak berstruktur supaya dapat mengembangkan informasi dari pemecahan permasalahan secara mendalam (Afrizal, 2015). Peneliti melakukan wawancara

secara langsung serta dibantu dengan fitur perekam dan buku catatan. Apabila informasi yang didapatkan kurang lengkap maka dapat melalui bantuan via *telephone* maupun *whatsapp*.

3.5.2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu metode pengambilan data yang didapatkan dari catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, foto gambar maupun karya-karya monumental (Siyoto & Sodik, 2015). Dokumentasi dapat digunakan sebagai bukti pendukung serta pelengkap informasi dari sumber lain. Data dokumentasi yang penulis sertakan pada penelitian ini berupa foto dan tulisan hasil wawancara.

3.6. Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan oleh peneliti merujuk pada model Miles dan Huberman yang menyimpulkan bahwa setiap penelitian yang dilaksanakan melalui pendekatan analisis kualitatif dapat dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas atau selesai. Sehingga data yang diperoleh bisa dikatakan akurat dan valid. Aktivitas dalam analisis data ini meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data ialah proses meringkas dan memilih pembahasan yang menjadi pokok penelitian, memfokuskan pada hal-hal yang penting serta mencari tema alur polanya. Data yang sudah direduksi akan memberikan pandangan yang lebih jelas, memudahkan peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya, serta mencarinya jika diperlukan (Samsu, 2017). Penelitian ini data yang direduksi yaitu data serta informasi yang didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara dengan

narasumber sesudah kerja lapangan, sampai akhir penelitian selesai disusun secara lengkap.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data yang digunakan pada penelitian yaitu dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* sehingga penyajian data yang didapatkan pada penelitian kualitatif nantinya akan dijelaskan dengan teks yang bersifat teks naratif.

3. *Conclusion Drawing/verivication* (Kesimpulan dan Verifikasi)

Langkah selanjutnya yaitu merangkum sebuah kesimpulan yang sesuai pada data dan informasi yang diperoleh. Isi dari rangkuman kesimpulan dapat berupa penjabaran deskripsi atau gambaran dari objek yang sebelumnya tidak jelas dan setelah digali dan dilakukan penelitian akan menjadi terarah dan jelas. Rangkuman tersebut merupakan hubungan yang interaktif, hipotesis ataupun teori yang ada pada penelitian (Sugiyono, 2017).

3.7. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah penelitian, karena temuan ataupun data yang diperoleh harus dinyatakan kebenarannya atau keakuratannya (Hardani et al., 2020). Validitas data berarti bahwa data yang sudah terkumpul dapat menggambarkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti. Uji validitas pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi (Sugiyono, 2017).

Teknik triangulasi yaitu pengumpulan data yang mempunyai sifat sebagai suatu penggabungan atau kombinasi dari berbagai teknik pengumpulan data dengan

sumber data yang sudah ada. Peneliti akan menggunakan observasi dan wawancara secara mendalam serta dokumentasi supaya dapat memperoleh sumber data yang sama secara serentak tetapi akan menghasilkan sumber yang berbeda-beda dari informan yang berbeda pula. Triangulasi digunakan untuk mendukung data supaya peneliti yakin terhadap kebenaran dan kelengkapan data (Hardani et al., 2020).

Triangulasi data dalam penelitian ini akan dilakukan sebanyak dua tahapan. Tahap pertama yaitu triangulasi metode untuk menambah keyakinan penulis terkait informasi yang dengan cara wawancara yang dilakukan terhadap 4 pelaku UMKM di Boyolali yang telah memiliki label halal. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan dan melakukan pengecekan atas data-data yang ditemukan oleh peneliti. Pengecekan dilakukan supaya data yang diperoleh dan yang ada pada penulisan penelitian sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan.

Tahap kedua yaitu triangulasi teori, pada pembahasan penulis akan menggabungkan teori relevan guna membandingkan apakah sesuai atau tidak dengan teori. Berdasarkan pemaparan tersebut penulis dapat memahami informasi dari informan yang berkaitan dengan kondisi UMKM pada masa pandemi serta inovasi yang dilakukan dalam menghadapi terjadinya pandemi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

UMKM merupakan salah satu sektor utama yang menyokong perekonomian nasional. Hal tersebut terbukti dari kontribusi UMKM terhadap PDB yang selalu meningkat setiap tahunnya (Amri, 2020). Terjadinya pandemi covid-19 telah berdampak langsung terhadap keberlangsungan UMKM. Hal tersebut dapat terlihat dari adanya penurunan daya beli masyarakat yang terjadi secara signifikan terutama pada level terbawah yang kemudian berdampak pada turunnya pendapatan UMKM yang kemudian juga berdampak pada kontribusi UMKM terhadap PDB (Andayani et al., 2021; Sumarni, 2020).

Pada masa pandemi, kebutuhan akan produk yang sehat serta terjamin keamanannya menjadi hal yang sangat dibutuhkan masyarakat. Jaminan keamanan pangan pada produk UMKM dapat dilihat dari adanya sertifikat P-IRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan (Dewi et al., 2020). Mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam, juga membuat kehalalan sebuah produk pangan menjadi hal yang juga dipertimbangkan, karena adanya keyakinan masyarakat bahwa kehalalan suatu produk pangan akan membawa berkah bagi yang memakannya (Setianingsih, 2021).

Adanya perubahan permintaan pasar mengharuskan UMKM untuk melakukan perubahan pola kerja serta menerapkan strategi baru dan berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar serta tidak melupakan faktor kehalalan dan kehygienisan produk (Azimah et al., 2020). Pemerintah melakukan berbagai upaya

untuk mendorong UMKM agar dapat bangkit dari dampak pandemi, salah satunya melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional dan pendampingan usaha melalui lembaga terkait (BKPM, 2021). Pendampingan ekonomi UMKM juga dilakukan oleh Bank Indonesia Kpw Solo yang dilakukan melalui program sosialisasi sertifikasi halal dan pengembangan UMKM Solo Raya (Sholikhah & Pratiwi, 2021).

Pemilihan Solo Raya sebagai wilayah untuk memulai program sosialisasi sertifikasi halal dan pengembangan UMKM dikarenakan keberadaan UMKM di kawasan Solo Raya yang sangat besar, sehingga diyakini akan dapat ikut serta dalam pengembangan produk halal (Sholikhah & Amanda, 2021). Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan di salah satu wilayah Solo Raya yaitu Kabupaten Boyolali, dengan tujuan untuk mengetahui kondisi UMKM halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi dan strategi serta inovasi yang diterapkan dalam menghadapi pandemi.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan data primer yang didapatkan secara langsung melalui wawancara yang dilakukan pada responden. Populasi pada penelitian ini merupakan UMKM Halal yang berada di Kabupaten Boyolali, sedangkan sampel dalam penelitian berjumlah 4 UMKM Halal yang berada di Kabupaten Boyolali. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan merujuk pada model Miles dan Huberman yang berupa *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), dan *Conclusion Drawing/verivication* (Kesimpulan dan Verifikasi).

4.2. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden di dalam penelitian ini jika dilihat dari usia, dapat dibedakan sebagai berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20-30 Tahun	2	40%
2.	31-40 Tahun	2	40%
3.	41-50 Tahun	1	20%
4.	Lebih Dari 50 Tahun	-	0 %

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2022)

Pemaparan karakteristik responden dari segi usia yang disajikan melalui tabel tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini dilakukan dengan responden yang berusia antara 20-30 Tahun berjumlah 2 orang dengan nilai persentase 40 %. Selanjutnya untuk responden dengan usia antara 31-40 Tahun memiliki nilai persentase 40% yang artinya responden berusia antara 31-40 Tahun berjumlah 2 orang. Sedangkan 1 orang responden berusia antara 41-50 tahun dengan persentase sebesar 20% dan tidak ada responden yang berusia lebih dari 50 Tahun.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden di dalam penelitian ini jika dilihat dari jenis kelamin, dapat dibedakan sebagai berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	4	80%
2.	Perempuan	1	20%

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2022)

Pemaparan karakteristik responden yang disajikan melalui tabel diatas menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini terdiri dari 4 orang laki-laki dengan persentase 80% dan 1 orang responden perempuan dengan persentase sebesar 20%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha

Penelitian ini dilakukan terhadap UMKM Halal yang berada di Kabupaten Boyolali. Berdasarkan data yang telah terkumpul, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan nama usaha yang dijalankan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha

No	Nama Usaha	Jumlah	Persentase
1.	Keju Indrakila	1	20%
2.	Kripik dan Abon Lele Wien	1	20%
3.	Bolu Kukus Saelanyusz	1	20%
4.	Brosuli Brownis Susu Boyolali	1	20%
5.	Toko Kue dan Roti Doni	1	20%

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian (2022)

Berdasarkan pemaparan mengenai jenis usaha yang dijalankan oleh responden diatas. Bisa dilihat bahwa setiap responden memiliki usaha yang berbeda-beda. Keempat responden tersebut, terdiri dari usaha Bolu Kukus Saelanyusz, Kripik dan Abon Lele Wien, Keju Indrakila dan Brownis Susu Boyolali (Browsuli) serta Toko Kue dan Roti Doni.

4.3. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.3.1. Kondisi UMKM Halal Di Boyolali Pada Masa Pandemi

UMKM merupakan salah satu sektor utama yang menyangga perputaran roda perekonomian di Indonesia (Sarfiyah et al., 2019). Masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim telah mendorong munculnya kebutuhan akan produk yang

terjamin kehalalannya (Moerad et al., 2022). Oleh sebab itu adanya sertifikasi halal pada produk UMKM sangat dibutuhkan, karena menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan masyarakat (Suprpto & Azizi, 2020).

Perkembangan UMKM sangat dipengaruhi oleh permintaan pasar dan kondisi ekonomi yang terjadi di wilayah UMKM tersebut berada. Pada sebuah usaha, dampak dapat diartikan sebagai akibat atau pengaruh yang terjadi dari adanya aktivitas baik yang dilakukan dalam internal maupun aktivitas eksternal yang tidak diduga sebelumnya yang dapat mempengaruhi kinerja usahanya baik secara positif maupun negatif (Faizi et al., 2022). Salah satu penyebab terjadinya dampak negatif pada UMKM secara eksternal yaitu terjadinya pandemi covid-19 (Utami, 2022).

Pada 2019 UMKM mampu memberikan berkontribusi sebesar 60,3% terhadap PDB Indonesia (Simanjuntak & Sa'roni, 2019). Akan tetapi, terjadinya pandemi telah menekan UMKM sehingga mengalami penurunan pendapatan yang pada akhirnya juga berdampak pada turunnya kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2020 yang hanya sebesar 37,3 % saja (Lokadata, 2020). Hal itu menunjukkan begitu besarnya hantaman pandemi terhadap operasional UMKM, padahal UMKM merupakan salah satu sektor yang berhasil melewati krisis ekonomi pada tahun 1998 (Rohman & Andadari, 2021).

Pandemi covid-19 telah berdampak pada perekonomian di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Boyolali. Kabupaten Boyolali merupakan salah satu wilayah di Jawa Tengah yang memiliki potensi sumber daya alam yang besar, hal tersebut juga mendorong terciptanya potensi pengembangan usaha yang besar.

Kondisi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena UMKM Halal merupakan salah satu sektor yang sangat dibutuhkan dalam perekonomian.

Hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara secara langsung kepada para pelaku UMKM Halal di Kabupaten Boyolali menunjukkan bahwa pada masa pandemi covid-19, kondisi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali mengalami penurunan. Penurunan usaha yang paling utama, terlihat dari menurunnya pendapatan yang terjadi secara drastis, hal tersebut disampaikan oleh Narasumber berikut ini.

“Waktu pandemi itu pendapatan usaha turunnya ngeri mbak, besar banget turunnya, apa lagi usaha kita kan belum lama. Dulu sebelum pandemi itu pendapatan rata-rata setiap bulan bisa sampai 4 juta mbak. Terus karena ada pandemi itukan pasar-pasar pada tutup jadi ya kita gabisa jual kesana, pendapatan yang dulunya bisa sampai 4 juta, waktu pandemi paling banyak cuma 2 juta sebulan” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Waktu pandemi hampir semuanya kan menurun, omzet kita juga menurun, produksipun menurun. Pendapatan juga ikut turun, yang dulunya bisa sampai 2 juta lebih tiap harinya, pas pandemi Cuma kisaran 1 jutaan aja, paling tinggi seingat saya itu 1,8 juta” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Sebelum pandemi produksi kita bisa dilakukan hampir setiap hari dengan total produksi setiap bulanya sekitar 2-3 ton keju. Untuk omzet rata-rata kisaran 200-300 juta karena harga jual produk kita itu terakhir sebelum pandemi di kisaran 100.000/kg. Konsumen utama kita kan di area wisata, karena waktu pandemi sektor wisata menjadi sektor pertama yang terdampak jadi penjualan kita juga terdampak. Kalo dihitung sih omzet turunnya sekitar 80%. Kalo dulunya bisa sampai 200juta lebih, mungkin pas pandemi cuma 40 juta sebulan, itu pun sudah alhamdulillah sekali.”(Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“Pendapatan selama pandemi ini semua hampir down. Tadinya yang kisaran di angka 2-5jt selama pandemi hanya sampe di angka 300rb-500rb” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

Terjadinya penurunan pendapatan juga berdampak pada turunya usaha secara keseluruhan, yang pada akhirnya mendorong pelaku usaha untuk

mengentikan kegiatan operasional sementara. Hal itu disampaikan oleh Narasumber 1 sebagai berikut:

“Kondisi usaha secara keseluruhan menurun mbak, mulai dari produksi terus penjualan dan pegawai juga berkurang. Waktu awal pandemi itu mulai april kita berhenti produksi, dan hampir 1 tahun kita nggak produksi. Bahkan ada 1 ton keju yang tertahan digudang dan gabisa di distribusikan, sehingga pembayaran ke pengepul bahan baku (susu) juga tertunda...” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

Dampak yang sama juga terjadi pada usaha lainya sebagaimana yang disampaikan oleh Narasumber 2 dan Narasumber 5.

“Kalau waktu pandemi awal-awal ya mbak, itu pendapatan turun banget. Apa lagi waktu pertama kali pandemi awal 2020an itu kita pernah dalam beberapa bulan nggak produksi sama sekali, jadi ya bener-bener ndak ada pemasukan sepeserpun...” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“Selama pandemi usaha yang dijalankan ya menurun, terus kami harus mematuhi protokol kesehatan jadi jam kerja juga dikurangi. Banyak sih kendalanya, produksinya juga turun dan kita pernah stop produksi karena ada rasa ketakutan dari virus covid, akhirnya kami tutup sementara” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan oleh responden, dapat disimpulkan bahwa kondisi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi mengalami penurunan. Hal tersebut terlihat dari turunnya pendapatan dan produksi secara signifikan yang dialami oleh responden. Terjadinya pandemi juga membuat beberapa usaha harus melakukan pemberhentian kegiatan operasional sementara.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan hal sama dengan hasil survei berskala nasional yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2020) terhadap 34.559 UMKM, yang menunjukkan adanya penurunan pendapatan yang sangat besar. Hasil penelitian yang sama juga diungkapkan oleh Nugroho & Rahman (2022) yang

menyebutkan bahwa pandemi telah membuat UMKM kuliner halal mengalami penurunan pendapatan dan penghentian operasioal.

Wati & Sari (2021) juga menyebutkan bahwa pada masa pandemi perekonomian UMKM di desa Suruhan mengalami dampak negatif, berupa penurunan penjualan, terjadinya pengurangan karyawan, kesulitan dalam memenuhi kebutuhan. Hal yang sama juga terjadi di filipina, seperti hasil penelitian Tabinas et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pada masa pandemi UMKM di filipina mengalami dampak negatif berupa penurunan pendapatan.

4.3.2. Strategi UMKM Halal Di Boyolali Dalam Menghadapi Pandemi

Strategi merupakan sebuah rencana atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya (Rosmadi, 2021). Adanya strategi usaha yang baik dan tetap sasaran akan dapat mendukung keberlangsungan perusahaan serta meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan (Maryani & Chaniago, 2019). Pada sektor UMKM, strategi bisnis juga sangat penting untuk diterapkan, karena sektor UMKM sangat rentan terhadap gejolak perekonomian. Seperti pada saat pandemi ini dimana UMKM sangat dipengaruhi oleh adanya kebijakan-kebijakan pemerintah dalam mengurangi kasus Covid-19 (Wati & Sari, 2021).

Manajemen risiko merupakan salah satu strategi yang umumnya diterapkan dalam sebuah usaha untuk mengatasi kemungkinan terjadinya risiko atas suatu hal atau kejadian tertentu yang tidak terduga sebelumnya, keberadaan manajemen risiko yang baik akan dapat mengurangi terjadinya kerugian pada sebuah

perusahaan dan bahkan dapat memanfaatkan sebagai peluang (Hanim & Noorman, 2018).

Munculnya pandemi covid-19 telah berdampak buruk terhadap keberlangsungan UMKM, hal itu terlihat dari adanya penurunan usaha yang terjadi hampir di semua sektor UMKM. Adanya perubahan permintaan pasar mengharuskan UMKM untuk melakukan perubahan pola kerja serta menerapkan strategi baru agar dapat terus bertahan di tengah-tengah gejolak perekonomian (Azimah et al., 2020). Penguatan akses keuangan dan pendampingan oleh pihak terkait juga harus dilakukan agar UMKM mampu bertahan dalam krisis selama pandemi (Rahman et al., 2021).

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap UMKM Halal di Kabupaten Boyolali, menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19 terdiri dari beberapa cara sesuai kebijakan dan dampak yang terjadi pada usaha yang dijalankan. Strategi pertama yang digunakan untuk mengurangi dampak pandemi yaitu dengan mengurangi produksi. Hal itu disampaikan oleh narasumber sebagai berikut.

“Kalo strategi untuk tetap jalan usahanya itu kita pada awal pandemi lebih mengurangi bahan baku ya, kalo sebelum pandemi kan kita produksinya seminggu bisa sampai 4x. Sedangkan waktu awal-awal pandemi aja kita jarang produksi, paling-paling produksi cuma 1x itupun yang biasanya bisa sampai 1 kwintal, pas pandem paling cuma 70kg aja” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

Hal serupa juga disampaikan oleh narasumber lain yang menjalankan usaha dengan bahan baku berbeda.

...karena masyarakat waktu pandemi itu kan pada takut keluar jadi imbasnya ya toko jadi sepi, pendapatan jg menurun, produksi mau ga mau ya turun juga. Dulu sebelum pandemi produksi kita bisa sampai 40 box

lebih setiap hari, waktu pandemi kita kurangi jadi 20-30 box aja sesuai permintaan pasar” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Strategi pertama yang kami gunakan untuk bertahan ya dengan mengurangi produksi karena pembeli menurun, terus jam kerja dikurangi soalnya ada kebijakan protokol kesehatan itu yang batas-batasi operasional. Bagian produksi juga dirampingkan, dulu kan setiap orang punya jobdesk masing-masing, nah itu kami rangkap” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

Pengurangan produksi merupakan salah satu strategi awal yang dilakukan oleh UMKM Halal di Kabupaten Boyolali untuk merespon perubahan permintaan pasar. Adanya kebijakan pembatasan kegiatan yang dilakukan pemerintah melalui *lockdown* dan PSBB juga menjadi pertimbangan UMKM dalam mengambil langkah terkait usaha yang dijalankan. Sebagai respon terhadap pembatasan tersebut, UMKM melakukan pengurangan jam operasional dan pengurangan karyawan yang dilakukan untuk menekan biaya operasional. Tekanan akibat pandemi yang begitu besar juga membuat beberapa UMKM menghentikan kegiatan produksi sementara agar kerugian tidak terlalu besar.

“... Salah satu strategi kita itu dengan mengurangi jam operasional, kalau dulu buka itu sampai malam, waktu pandemi jam 5 sore sudah tutup..” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Selama pandemi usaha yang dijalankan ya menurun, terus kami harus mematuhi protokol kesehatan jadi jam kerja juga dikurangi..” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

“Pertama menghentikan produksi ya, karena distribusi terganggu jadi mau gak mau produksi berhenti. Setelah itu produksi lagi tapi berkurang, istilahnya ya mengurangi produksi. Kemudian karena produksi berkurang, saya juga mengurangi karyawan. Dulu sebelum pandemi, karyawan saya 8 orang, sekarang cuma tinggal 1 aja” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

Permodalan merupakan masalah yang umum terjadi pada UMKM, terlebih pada masa pandemi. Pada masa pandemi UMKM memerlukan bantuan permodalan untuk terus dapat beroperasi dan mempertahankan usahanya di tengah krisis

ekonomi. Kebutuhan akses modal bisa didapatkan oleh UMKM dengan beberapa strategi terkait permodalan. Pengajuan pembiayaan usaha di lembaga keuangan merupakan strategi yang umum digunakan oleh UMKM untuk mendapatkan modal guna mempertahankan dan mengembangkan usaha yang dijalankannya. Beberapa UMKM juga memenuhi kebutuhan modal dengan melakukan penjualan aset serta melakukan kerjasama dengan membuka *Franchise*.

“Pembiayaan sih ada ya mbak, terakhir itu kalo ndak salah 7/8 bulan yg lalu, itu saya mengajukan KUR di BRI. Alhamdulillah dapat 50juta. Uangnya ya buat beli ini itu, terus buat renovasi tempat produksi ini, dulu kan tempatnya kecil disebelah jadi satu sama rumah. Alhamdulillah sekarang udah bisa bikin tempat produksi sendiri” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“...untuk pembiayaan saya mengajukan pembiayaan KUR. Pembiayaan saya gunakan buat nambah modal usaha, terus buat beli alat juga” (Syaiiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Saya juga sempat jual beberapa aset untuk menutup pembiayaan dan buat modal lagi. Tetapi meski produksi berkurang, saya tetap konsisten untuk bertahan dan meningkatkan kualitas” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“...modal yang kita gunakan ini berasal dari kerjasama pemilik usaha, kemudian ditambah frenchis” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

Pemasaran merupakan salah satu sektor penting yang harus diperhatikan juga oleh UMKM, karena itu adanya strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan agar UMKM dapat terus memasarkan produknya meski ditengah pandemi. UMKM Halal di Boyolali menerapkan strategi pemasaran dengan cara melakukan perluasan wilayah pemasaran, melakukan kerjasama dengan institusi lain dan membuka stand di lokasi-lokasi tertentu. Hal tersebut disampaikan oleh narasumber sebagai berikut.

“...Untuk pemasaran juga diperluas mbak, yang dulunya hanya sekitaran boyolali dan klaten sekarang saya tambah sampai sukoharjo” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Kita juga pernah, sampai buat stand-stand di acara-acara tertentu, seperti di pusat keramaian yang biasanya digunakan buat olahraga kayak waduk cengklik. Terus juga pernah kerjasama dengan PO rosalia indah, jadi kita buka stand disana” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

Pada masa pandemi, pemerintah melakukan berbagai upaya untuk membantu UMKM agar tetap bisa bertahan dan bangkit dari krisis perekonomian. Salah satunya yaitu dengan memberikan pendampingan usaha melalui dinas terkait (Moerad et al., 2022). Hal tersebut juga direspon para pelaku UMKM Halal di Boyolali untuk mengikuti pendampingan usaha sebagai salah satu strategi bisnis yang diterapkan pada masa pandemi. UMKM mengikuti pendampingan usaha dengan harapan mendapatkan pelatihan dan peningkatan kemampuan berbisnis agar dapat terus mempertahankan usahanya. Hal tersebut disampaikan oleh narasumber berikut.

“...Kemarin ada tawaran dari dinas Koperasi dan UMKM untuk pelatihan pemasaran online. Saya tertarik untuk ikut nanti” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Dapet mbak, kalo pendampingan kemarin itu banyak, malah alhamdulillah sampai dapet bantuan2 gitu. Dulu pernah pendampingan dari dinas perikanan atau apa itu yg dari provinsi, kemudian ada juga pendampingan tentang produk-produk yang jual lewat internet. Banyak juga bantuan yg masuk ke UMKM kemarin mbk. Alhamdulillah kemarin saya juga dapet alat yg buat nirisin minyak itu, alatnya lebih gede dari yang sebelumnya, jadi kalo prosuksi bisa lebih banyak dan hasilnya juga lebih bagus” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

Adanya respon UMKM yang cepat dan penerapan strategi yang tepat terhadap perubahan pasar dan keberlangsungan usaha dapat membantu UMKM untuk terus bertahan di masa pandemi. Strategi-strategi yang telah di terapkan oleh UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19 terbukti

mampu meminimalisir dampak yang terjadi akibat pandemi. Strategi tersebut juga menjadi tumpuan UMKM untuk terus bertahan dan mengembangkan usahanya kedepan.

“Alhamdulillah meski tidak besar pengaruhnya tapi saya tetap bisa bertahan mbak” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“...berpengaruh, karena wilayah pemasaran diperluas, jadi produksinya juga akhirnya meningkat lagi” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Kalo kurang banget sih ngga ya, tapi setidaknya kita masih bisa jalan waktu pandemi” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“Bisa mbak, setidaknya penurunan pendapatan itu lebih kecil. Terus kerjasama sama rosalia itu juga menjadi branding bagi kita, jadi kalau ada penumpang bus yg mau pergi gitu kan mereka lihat, oh ini ada brownis susu khas boyolali, kurang lebih seperti itu dan akhirnya mereka minat untuk datang ke toko kita juga” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Cukup lumayan mengurangi penurunan saat pandemi dan dampaknya begitu efektif” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian yang telah disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam menghadapi pandemi covid-19. Strategi tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Mengurangi jumlah produksi dan stok bahan baku
2. Menghentikan produksi sementara
3. Melakukan pengurangan jam kerja
4. Melakukan pengurangan karyawan
5. Melakukan penambahan modal melalui pembiayaan pada lembaga keuangan
6. Melakukan penjualan aset untuk memenuhi kebutuhan modal
7. Melakukan penambahan modal melalui pembukaan *Franchise*
8. Melakukan perluasan wilayah pemasaran

9. Melakukan kerjasama dengan instansi lain

10. Melakukan pembukaan stand pada pusat keramaian dan olahraga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali sebagaimana disebutkan diatas, mampu menekan penurunan usaha yang dijalankan. Sehingga strategi tersebut bisa mambantu UMKM Halal untuk tetap bertahan di masa pandemi. Dibalik strategi bertahan tersebut, UMKM juga harus berinovasi untuk terus mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang dengan melihat peluang dan perubahan pasar.

Penggunaan teknologi digital pada UMKM menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan masyarakat, karena pembeli dapat melihat dan memilih produk yang dijual dengan mudah (Setianingsih, 2021). Pemanfaatan teknologi pada UMKM dapat dilakukan dalam memasarkan produk secara online melalui media sosial (P. Sembada et al., 2021). Hal itu mendorong UMKM untuk terus berinovasi agar dapat bertahan pada masa Pandemi ini (Yusup et al., 2020). Penguatan akses keuangan dan pendampingan usaha oleh pihak terkait juga harus terus dilakukan dan ditingkatkan, agar UMKM mampu bertahan dalam krisis selama pandemi (Rahman et al., 2021).

Hasil penelitian yang sama juga di ungkapkan oleh Tabinas et al. (2022) dimana kerentanan UMKM pada masa pandemi yang membuat pemilik usaha cenderung menerap strategi jangka pendek yang terdiri dari perubahan oprasional sesuai protokol kesehatan, mencari pasokan bahan baku di wilayah terdekat, mencari sumber bahan baku alternatif, meningkatkan harga jual dan menambah pembiayaan. Hal tersebut juga didukung oleh Labios et al. (2021) yang

menyebutkan bahwa UMKM mencoba bertahan dimasa pandemi dengan melakukan pembiayaan dan pelatihan usaha. Sementara As'ad et al. (2022) menyebutkan bahwa tidak sedikit UMKM yang akhirnya menutup dan menghentikan operasional sementara untuk meminimalisir dampak pandemi.

4.3.3. Inovasi UMKM Halal Di Boyolali Dalam Menghadapi Pandemi

Perubahan permintaan pasar dan perkembangan teknologi yang sangat cepat pada masa pandemi telah mendorong UMKM untuk berinovasi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar serta tidak melupakan faktor kehalalan dan ke higienisan produk (Azimah et al., 2020). Penggunaan teknologi digital pada UMKM menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan masyarakat, karena pembeli dapat melihat dan memilih produk yang dijual dengan mudah (Setianingsih, 2021). Selain itu, adanya perkembangan teknologi keuangan juga mendorong UMKM untuk melakukan adaptasi terkait penggunaan pembayaran non tunai.

Pemaparan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM Halal di Kabupaten Boyolali telah menerapkan beberapa strategi untuk bertahan selama pandemi berlangsung. Akan tetapi, UMKM tidak cukup dengan hanya bertahan saja, maka diperlukanlah sebuah inovasi agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan bangkit dari keterpurukan akibat pandemi. Hasil penelitian yang dilakukan kepada UMKM Halal di Kabupaten Boyolali terkait penerapan inovasi dalam menghadapi pandemi, menunjukkan bahwa UMKM telah melakukan inovasi terhadap usaha yang mereka jalankan.

Inovasi pertama yang dilakukan oleh UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam menghadapi pandemi yaitu dengan melakukan pengembangan produk.

Pengembangan produk merupakan sebuah inovasi yang diterapkan UMKM untuk merespon kebutuhan pasar akan sebuah produk tertentu. Inovasi produk juga dilakukan dengan tujuan untuk menambah jenis produk yang dimiliki sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal tersebut disampaikan oleh narasumber sebagai berikut.

“Untuk inovasi itu, saya membuat produk baru lagi. Yang awalnya Cuma roti bolu, sekarang saya juga buat kripik pangsit, kalau disini orang-orang nyebutnya sih cumi-cumi” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Kalo inovasi itu ada beberapa ya, kayak kemarin waktu pandemi kita mengembangkan produk meski produksinya hanya dilakukan kalo ada pesenan aja, kita kemarin sempet bikin bakso dan naget dari lele juga” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“..Kemarin kita juga berinovasi membuat 8 varian keju berbeda yang akan dirilis beberapa waktu kedepan. Terus juga buat lain yang masih berhubungan dengan keju dan susu, seperti minuman susu, kue kering dan produk bakery yang memiliki daya simpan lebih lama sehingga dapat dipasarkan secara online” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

Inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Boyolali melalui pengembangan produk menjadi sebuah cara yang dapat menarik minat masyarakat dan mendorong untuk melakukan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan pengertian inovasi yang dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas yang berkaitan dengan proses pengembangan, penciptaan ide, peningkatan teknologi, manufaktur dan penjualan produk baru (Trott, 2017). Inovasi juga memiliki arti sebagai kemampuan untuk menggunakan kreativitas dalam memecahkan suatu masalah dan menciptakan peluang untuk meningkatkan dan mencapai tujuan bisnis (Suryana, 2003). Sebagai upaya dalam memecahkan permasalahan akibat pandemi, para pelaku UMKM Halal memiliki ketertarikan untuk mengadaptasi penggunaan teknologi, hal itu disampaikan dalam pernyataan berikut.

“Iyaa, saya pribadi tertarik, karena penggunaan teknologi digital membuat jangkauan pemasaran jadi makin luas” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“Tertarik mbak karena kalo online-online itukan yang beli bisa sampai mana-mana” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Tertarik karena kalo kita jualanya online, kayak make shopee itukan yang beli ndak cuman orang-orang sini, bisa sampai luar pulau malahan” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“Sangat tertarik karena dengan adanya teknologi digital ini kami juga lebih luas untuk mengelakan prodak dan pasaran.” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

Adanya ketertarikan UMKM Halal di Boyolali dalam menggunakan teknologi mendorong mereka untuk melakukan inovasi dengan mengadaptasi penggunaan teknologi pada usaha yang dijalankan.

“...kalo sekarang kami juga udah berinovasi menggunakan sosial media seperti ig dan facebook. Kemudian juga menggunakan aplikasi seperti Shopeefood, goffood, dan grabfood. Bahkan kita juga pakai iklan berbayar di facebook sama ig” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“...selain mengembangkan produk baru, kita jualan online juga, kemarin dibantu anak saya, jualnya di instagram, facebook sama shopee” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“Kalau saya itu lebih meningkatkan promosi melalui platfom digital mbak. Untuk digitalisasi saat ini sudah diterapkan namun masih terbatas pada instagram, facebook sama wa, kalo shopee dulu pernah tapi sekarang nggak, karena untuk produk kan ngga tahan lama jadi kalo dikirim paket di shopee takutnya rusak” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“Inovasinya lebih ke penggunaan media sosial, jadi tempat kami mulai menawarkan melalui media sosial dan kami juga bekerja sama dengan salah satu ojek online...” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

Penggunaan teknologi digital pada kegiatan pemasaran merupakan salah satu bentuk inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam menghadapi pandemi saat ini. Hal itu karena penjualan produk secara online menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan masyarakat, penggunaan teknologi

digital juga dapat mempermudah pembeli dalam melihat dan memilih produk yang dijual dengan mudah.

Inovasi digital yang dilakukan oleh UMKM Halal di Kabupaten Boyolali tidak hanya terbatas pada sistem operasional dan pemasaran saja. UMKM juga melakukan inovasi dibidang keuangan yaitu melakukan adaptasi penggunaan pembayaran non tunai. Inovasi tersebut merupakan salah satu bentuk adaptasi UMKM yang dilakukan karena adanya perubahan pasar serta adanya perkembangan teknologi keuangan yang berjalan sangat cepat pada masa pandemi ini. Berikut hasil pernyataan mengenai inovasi sistem pembayaran yang disampaikan oleh para Narasumber.

“...kalau pembayaran itu inovasinya ke bayar non tunai mbak. Kalau transfer itu sudah, biasanya kalau ada pesenan dari luar daerah. Jadi kalo ada pesenan gitu kan kasih uang muka, bayarnya di transfer. Kalo scan-scan kode saat ini belum sih, soalnya saya usahanya kan rumahan, banyak setor ke pedagang langsung” (Syaiful, Wawancara II, 6 November 2022).

“Inovasi pembayaran ada mbak. Dulu kebanyakan pembeli kesini terus bayarnya juga disini, kalo sekarang pada di transfer. Banyak banget pesenan yang bayarnya transfer. Kalo pake scan-scan itu saya kurang ngerti, mungkin anak saya yang lebih paham. Tapi ini jualnya kan sudah pakai shopee juga mbak, kemungkinan sih udah bisa juga” (Wien, Wawancara II, 6 November 2022).

“Kalau dalam sistem pembayaran saat ini kami berinovasi pakai pembayaran non tunai. Untuk pembayaran kami sudah berkembang mbak, tidak terbatas cash aja. Untuk bayar disini bisa pakai cash, scan QRIS, terus shopeepay juga bisa, transfer pun bisa mbak” (Saputro, Wawancara II, 7 November 2022).

“Ada mbak, dulu sih bayarnya kebanyakan cash ya karena pembeli ketoko, pas pandemi kan gabisa ketoko, terus pada takut juga karena ada isu penyebaran covid lewat uang dulu. Jadi kami berinovasi menggunakan pembayaran non tunai, kayak transfer terus scan-scan kode itu, shopeepay juga. Baru pandemi kemarin kami mulai menerapkannya. Kami mengutamakan mengikuti era modern karena lebih mudah tanpa harus ke lokasi toko. Penjualannya kan jadi online, jadinya bayarnya ya ikut

berubah, transfer misalnya, kalo nggak ya pake shopeepay” (Dani Artiosoetedjo, Wawancara, 05 November 2022).

“...kita berinovasi untuk memasarkan produk secara online, jadi mau nggak mau pembayarannya juga harus berubah mbak. Kalo dulu kan hanya ditoko jualnya, jadi ya bayarnya pakai uang langsung, kalo sekarang banyak yang dari luar daerah biasanya bayarnya transfer. Kalo pembayaran transfer bank itu udah dari awal pandemi mbak, kan banyak orang yang mau beli tapi takut keluar jadi di transfer, nanti kita anter. Kalo scan-scan kode itu juga sudah cuman yang pakai lebih banyak anak-anak muda” (Arfianto, Wawancara II, 9 November 2022).

Penerapan pembayaran non tunai merupakan merupakan salah satu bentuk inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam merespon perubahan kebutuhan pasar serta adanya perkembangan teknologi keuangan. Pembayaran non tunai menjadi salah satu sarana pembayaran yang diminati masyarakat karena dapat mempercepat transaksi pembayaran serta memiliki keamanan terhadap penularan virus corona. Pembayaran non tunai yang diterapkan UMKM berupa pembayaran melalui transfer dan scan QRIS.

Kemudahan layanan keuangan yang diberikan lembaga perbankan menjadi salah satu pendukung terlaksananya inovasi pembayaran non tunai tersebut. QRIS sendiri merupakan pembayaran melaluo scan kode QR yang dapat dengan mudah dilakukan dimana saja dan kapan saja, hal itulah yang membuat pembayaran ini diminati oleh masyarakat. Hal itu terbukti dari banyaknya pembeli yang menggunakan pembayaran non tunai, sebagaimana disampaikan oleh narasumber berikut.

“...yang pakai non tunai sih banyak juga, terutama semenjak pandemi itu pemayaran non tunai kita meningkat. Sekarang paling banyak kalo non tunai itu scan kode QRIS mbak” (Saputro, Wawancara II, 7 November 2022).

“Banyak mbak kalo itu. Biasanya langganan sih mbak, sebelum dah sering beli jadi beli lagi suruh ngirim gitu, nanti bayarnya di transfer. Kalo

dishopee kan juga non tunai kan mbak masuknya” (Wien, Wawancara II, 6 November 2022).

“Kalau non tunai itu selama pandemi banyak banget mbak, ya itu tadi, pada takut keluar rumah. Kalau sekarang juga masih tetep banyak, terutama yang scan kode QRIS itu, karena lebih simpel sih menurut saya” (Arfianto, Wawancara II, 9 November 2022).

Peggunaan layanan pembayaran non tunai pada masa pandemi yang cenderung meningkat, memperlihatkan bahwa inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali menjadi salah satu pendorong terlaksananya transaksi ekonomi di tengah-tengah pandemi. Inovasi yang dilakukan UMKM melalui pengembangan produk dan digitaliasi pemasaran serta sistem pembayaran telah memberikan dampak yang bagus terhadap peningkatan UMKM, sebagaimana disampaikan narasumber berikut.

“Dampaknya bagus banget mbak. Promosi-promosi lewat media sosial itu buat masyarakat tertarik, terutama yang jauh dari sini, bahkan ada customer yang minta dikabari saat ada promo gitu. Terus penggunaan aplikasi online kayak shopeefood dll itu dampaknya juga tinggi, pembeli kan ngga perlu jauh-jauh keluar buat beli. Apa lagi pas pandemi kamrin itu, pembeli ngga perlu takut dengan virus karena keluar rumah, tinggal beli aja di grab atau gojek nanti mas-mas ojeknya yang beliin kesini” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Pengaruhnya cukup besar, banyak konsumen dan reseller yang tanya terus soal ketersediaan produk, yang paling banyak sih konsumen-konsumen lama yang udah pernah rasain produk saya. Peningkatan yg banyak itu kalau ada promo, antusiaasnya gede jadi kadang sampai pada rebutan” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“Alhamdhulillah dampaknya bagus sih, kalau untuk produk baru memang perlu pengembangan” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“Alhamdhulllah pesanan meningkat mbak, meski belum bisa seperti sebelum pandemi, tapi setidaknya pesanan ada terus. Bahkan kemarin itu yang pendampingan dari dinas umkm, produk kita dijual keluar negeri” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan tersebut, bisa disimpulkan bahwa penerapan inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Boyolali dalam menghadapi pandemi terbagi menjadi dua bentuk yaitu :

1. Berinovasi dengan melakukan pengembangan produk.
2. Berinovasi dengan menerapkan digitalisasi dalam bidang pemasaran dan layanan pelanggan yang dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp Business, serta melalui marketplace seperti Shopee, Gofood, Grabfood, Shopefood.
3. Berinovasi melalui penggunaan pembayaran non tunai sebagai bentuk adaptasi adanya perkembangan *Financial Tecnology*.

Penerapan inovasi melalui pengembangan produk dan adaptasi teknologi pemasaran serta keuangan tersebut, dinilai mampu meningkatkan penjualan UMKM yang kemudian juga berdampak pada naiknya pendapatan UMKM. Pengembangan UMKM yang dilakukan dengan melakukan inovasi dengan melihat perkembangan zaman akan dapat meningkatkan UMKM dan bahkan menjadikan UMKM menjadi salah satu sektor yang dapat mendorong bangkitnya perekonomian pasca pandemi.

Lucky (2020) mengatakan di masa pandemi COVID-19 ini, para pelaku usaha harus memaksimalkan peran SDM, terutama dengan meningkatkan kreativitas dan inovasinya, agar bisnis tetap beroperasi. Inovasi pada pelaku usaha bisa dilakukan dengan melakukan inovasi pada produknya, yaitu penciptaan produk baru yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menarik minat dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003). Dengan

membuat inovasi pada produknya UMKM dapat dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan bisa berpengaruh pada muncul minat beli terhadap produk tersebut.

Hasil penelitian yang didapat telah sejalan dengan temuan Nugroho & Rahman (2022) yang menyebutkan bahwa kondisi UMKM kuliner halal pada masa pandemi mengalami penurunan pendatan, hal tersebut mendorong UMKM untuk berinovasi dengan memanfaatkan penggunaan teknologi digital dalam penjualan. Inovasi tersebut sesuai dengan penelitian Arifqi (2021) yang menunjukkan bahwa adanya digitalisasi terhadap layanan UMKM Syariah merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam mendorong pemulihan ekonomi nasional di masa pandemi.

4.3.4. Evaluasi Terhadap Penerapan Strategi Dan Inovasi UMKM Halal Di Boyolali Dalam Menghadapi Pandemi

Evaluasi merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dilakukan dalam sebuah perusahaan. Evaluasi dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan peninjauan kembali terhadap kebijakan, kegiatan, maupun pencapaian yang sudah diterapkan oleh perusahaan, termasuk penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan (Yulianti et al., 2021). Analisis SWOT merupakan salah satu teknik yang bisa digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap usaha bisnis, yang kemudian dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan (Anwar & Utami, 2012).

Penerapan strategi dan dilakukannya inovasi pada UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi, secara tidak langsung pasti akan

mendorong munculnya kekuatan dalam usaha, namun dibalik itu akan tetap ada kelemahan yang harus diperbaiki, karena itu sangat diperlukan adanya evaluasi. Berikut hasil penelitian terkait evaluasi yang dilakukan terhadap penerapan strategi dan inovasi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi berdasarkan analisis SWOT.

1. Strength (Kekuatan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dan inovasi yang dijalankan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi memiliki kekuatan yang mendorong usaha untuk terus bertahan dan berkembang pada masa pandemi.

“Meskipun produksi kami cenderung berkurang tapi kami tetap memertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas, jadi itu menjadi kekuatan atau modal bagi kami untuk bersaing, karena kualitas menjadi hal utama yang saya pertahankan. Inovasi produk juga menjadi hal yang memperkuat daya saing dengan usaha sejenis. Kemudian penggunaan media sosial saat ini menjadi pendorong untuk terus memperluas jangkauan penjualan dan memberikan layanan yang berkualitas pada konsumen” (Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“Pengurangan produksi membuat kami tetap bertahan saat pandemi dan juga menurunkan kerugian. Pemasaran secara online membuat jangkauan lebih luas sehingga lebih banyak masyarakat yang mengetahui produk kami” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“...kita pakai mesin baru jadi bisa produksi banyak dan kualitas juga meningkat, terus pemasarannya juga lewat shopee, jadi pembeli tidak terbatas disini aja, makin luas jangkauannya. Kemudian terkait pengurangan produksi, setidaknya itu buat kita bisa bertahan mbak dan ngga rugi” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

“...Dengan adanya modal dari pembiayaan, usaha saya jadi bisa bertahan dan bisa berinovasi membuat produk baru. Perluasan daerah pemasaran dan penggunaan media sosial membuat pembeli makin banyak karena jangkauan sama wilayah penjualannya semakin luas...” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan mengenai evaluasi terhadap kekuatan yang dari strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada

masa pandemi, dapat diketahui bahwa strategi dan inovasi tersebut memiliki keunggulan yang dapat mendorong UMKM Halal untuk terus berkembang dan bersaing pada masa pandemi.

Strategi yang diterapkan UMKM dalam menghadapi pandemi mampu membuat UMKM tetap bertahan dan beroperasi selama pandemi serta mengurangi kerugian. Selanjutnya, Inovasi produk dan peningkatan kualitas produk serta tidak adanya pengawet dalam produk menjadikan produk UMKM halal memiliki daya saing di pasaran. Sedangkan penggunaan media sosial dan adaptasi teknologi mampu menjadi pendorong untuk terus memperluas jangkauan penjualan dan memberikan layanan yang berkualitas pada konsumen.

2. Weaknesses (Kelemahan)

Evaluasi terhadap kelemahan strategi dan inovasi yang diterapkan, merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Kelemahan yang ada pada perusahaan harus dijadikan dasar untuk melakukan perbaikan dan peningkatan dimasa yang akan datang. Berikut hasil penelitian terkait kelemahan yang diada pada penerapan strategi dan inovasi UMKM Halal di Boyolali pada masa pandemi.

“Penggunaan media sosial cenderung meningkatkan minat pembeli diluar daerah, tapi karena produk saya hanya bisa bertahan 2 hari diluar pendingin jadi terkendala pada proses pengiriman. Penggunaan media sosial juga membuat konsumen dapat berintraksi 24jam, tapi respon kami hanya bisa tersampaikan pada jam kerjas saja. Untuk penggunaan shope saya juga masih belum paham. Terus pengurangan pegawai itu ada dampaknya juga, jadi kalau pesanan lagi banyak saya juga susah buat produksi, ya akhirnya pembeli beralih ke toko lain yang stoknya ada”(Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“Masih kurang SDM yang paham penggunaan teknologi, jadi untuk desain-desain di media sosial kurang. Penggunaan media sosial membuat pembeli bisa berintraksi 24jam, tapi pengurangan jam kerja mebuat layanan konsumen terbatas pada jam kerja aja” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan narasumber tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi. Kelehaman tersebut berasal dari adanya pengurangan pegawai yang membuat UMKM tidak bisa memenuhi pesanan dengan jumlah besar. Inovasi yang dilakukan melalui penerapan digitalisasi telah membuat konsumen dapat berintraksi 24 jam, namun pelayanan yang diberikan hanya terbatas pada jam kerja saja.

Pada inovasi di bidang pemasaran, pemasaran yang dilakukan secara online membuat jangkauan konsumen lebih luas hingga diluar daerah, akan tetapi produk UMKM yang dibuat tanpa menggunakan pengawet membuat produk hanya bisa bertahan sebentar sehingga terdapat kendala pada proses pengiriman. Selain itu, terbatasnya SDM yang memiliki pemahaman mengenai penggunaan platfom belanja online juga membuat penjualan melalui media online seperti shopee dan tokopedia masih terbatas.

3. Opportunities (Peluang)

Evaluasi terhadap peluang dari penerapan strategi dan inovasi pada UMKM sangat dibutuhkan untuk mengetahui apakah stategi dan inovasi yang diterapkan telah sesuai dengan potensi pasar yang ada. Peluang dapat diartikan sebagai munculnya potensi dari luar perusahaan yang dapat digunakan untuk mendorong pengembangan perushaaan. Penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM Halal di Kabupaten Boyolali memilik peluang untuk terus dijalankan, hal itu disampaikan narasumber sebagai berikut.

“...Saya melakukan riset pasar untuk terus mengembangkan produk dengan melihat keinginan masyarakat dan peluang yg ada pada pesaing. Kemudian

saya juga mempertahankan kualitas, kan pandemi itu membuta orang-orang untuk hidup lebih sehat sehingga produk kami memiliki peluang besar untuk itu. Inovasi produk akan dapat menarik minat pembeli karena produk yang bervariasi, kemudian adanya komunikasi dan hubungan dengan pelanggan yang semakin mudah melalui media sosial juga akan membuat pelanggan nyaman”(Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“...Yang saya lihat saat ini pelanggan itu butuh akses pembelian yang gampang seperti lewat onlineshop dan media sosial, jadi inovasi yang saya lakukan berpeluang untuk terus dipertahankan. Jenis produk juga bertambah jadi daya saingnya juga bertambah...” (Syaiful, Wawancara, 9 Oktober 2022).

“...Sejak pandemi kan orang-orang lebih sering berbelanja secara online dan membuka media sosial, jadi strategi dan inovasi kami berpeluang untuk tetap digunakan. Apalagi sekarang kita pakai aksen atau iklan berbayar jadi jangkauannya makin luas juga..” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

Pemaparan tersebut menunjukkan bahwa penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM pada masa pandemi memiliki peluang untuk terus dipertahankan kedepan. Peluang tersebut muncul karena pandemi telah membuat masyarakat sadar akan kebutuhan makanan yang sehat, hal itu memberikan peluang bagi UMKM halal yang terus mempertahankan kualitas produknya pada masa pandemi.

Adannya perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam melakukan pembelian memberikan peluang bagi UMKM halal untuk terus melakukan penerapan digitalisasi pada pemasaran dan operasi produk mereka. Disisi lain, aktivitas masyarakat di media sosial yang cenderung meningkat saat pandemi juga membuat penggunaan media sosial sebagai tempat promosi dan periklanan berpeluang untuk terus dilakukan karena dapat menarik minat penggunanya dengan jangkauan yang lebih besar pula.

4. Threats (Ancaman)

Penerapan sebuah strategi serta inovasi dalam sebuah usaha tidak dapat terlepas dari keberadaan ancaman yang bersumber dari eksternal atau masalah

diluar perusahaan (Komara et al., 2020). Oleh sebab itu evaluasi terhadap ancaman dalam penerapan strategi dan inovasi UMKM harus dilakukan. Dengan mengetahui ancaman yang ada, UMKM akan dapat segera beradaptasi dan melakukan pembenahan terhadap ancaman tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ancaman terhadap penerapan strategi dan inovasi yang dilakukan oleh UMKM Halal di masa pandemi.

“...Pesaing dengan prodak yg sama sudah bisa mengoptimalkan penggunaan teknologi kayak desain-desainya bagus, jadi bisa aja pembeli lebih tertarik kesana” (Saputro, Wawancara, 12 Oktober 2022).

“Kalo ancaman itu lebih ke pesaing yang punya variasi produk lebih banyak dan bisa bertahan lebih lama. Terus kalo lagi ada diskon-diskon flashsale kan pengiriman-pengiriman lambat jadi ya produk kita rusak dijalan karena pengirimannya lama itu ”(Arfianto, Wawancara, 2 Oktober 2022).

“...kalo pake shopee itu ada pajaknya jadi ya jualnya lebih mahal, kalo ngga ya keuntungannya yang harus diturunin” (Wien, Wawancara, 5 Oktober 2022).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan ancaman yang muncul terhadap penerapan strategi dan inovasi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi, secara umum berasal dari pesaing. Ancaman tersebut muncul karena pesaing telah mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial dan teknologi sehingga konsumen bisa lebih tertarik pada produk pesaing. Adanya pajak pada aplikasi online shopee seperti shopee yang terus meingkat juga menjadi ancaman bagi UMKM yang menggunakannya, karena harus menaikkan harga jual. Kemudian ancaman juga muncul karena adanya promosi melalui *flashsale* yang umumnya dilakukan pada tanggal tertentu, telah membuat pengiriman menjadi overload sehingga produk UMKM tertunda dan mengalami kerusakan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali pada masa pandemi mengalami penurunan yang terlihat dari penurunan pendapatan dan aset yang dimiliki. Hal tersebut juga mendorong beberapa UMKM untuk melakukan pemberhentian operasional sementara.
2. Strategi UMKM Halal di Kabupaten Boyolali dalam menghadapi pandemi dilakukan dengan cara mengurangi jumlah produksi dan stok bahan baku hingga menghentikan produksi sementara, melakukan pengurangan jam kerja dan karyawan, melakukan penambahan modal melalui pembiayaan, penjualan aset dan pembukaan *franchise*, melakukan perluasan wilayah pemasaran dan kerjasama dengan instansi lain serta pembukaan stand pada pusat keramaian dan olahraga.
3. UMKM melakukan inovasi dengan mengembangkan produk baru menerapkan digitalisasi dalam bidang pemasaran dan layanan pelanggan yang dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp Business, serta melalui marketplace seperti Shopee, Gofood, Grabfood, Shopefood. UMKM juga berinovasi melalui penggunaan pembayaran non tunai sebagai bentuk adaptasi adanya perkembangan *Financial Tecnology*.

4. Hasil evaluasi melalui analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan dari strategi dan inovasi UMKM terletak pada kemampuannya untuk bertahan dimasa pandemi dengan tetap mempertahankan kualitas produknya. Penggunaan media sosial dan adaptasi teknologi juga membuat UMKM dapat memperluas jangkauan penjualan dan memberikan layanan yang berkualitas pada konsumen. Kelemahan muncul dari adanya pengurangan pegawai yang membuat UMKM tidak bisa memenuhi pesanan dengan jumlah besar, selain itu terbatasnya SDM yang memiliki pemahaman mengenai penggunaan platfom belanja online juga membuat penjualan melalui media online seperti shopee dan tokopedia masih terbatas.

Strategi dan inovasi yang dilakukan UMKM pada masa pandemi memiliki peluang untuk terus dipertahankan, karena pandemi telah membuat masyarakat sadar akan kebutuhan makanan yang terjamin kualitasnya. Aktivitas masyarakat melalui media sosial yang cenderung meningkat juga membuat promosi dan periklanan di media sosial berpeluang untuk terus dilakukan karena dapat menarik minat penggunanya dengan jangkauan yang lebih besar pula. Sedangkan ancaman dapat muncul dari pesaing yang sudah mampu mengoptimalkan penggunaan media sosial dan teknologi. Adanya pajak pada aplikasi online seperti shopee yang terus meingkat juga menjadi ancaman bagi UMKM yang menggunakannya, karena harus menaikkan harga jual. Pemberlakuan *flashsale* juga membuat pengiriman menjadi overload sehingga produk UMKM tertunda dan mengalami kerusakan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran agar penelitian selanjutnya dilakukan dengan responden yang lebih banyak lagi, karena responden pada penelitian ini hanya terbatas pada 5 UMKM Halal saja. Peneliti juga memberikan saran, agar penelitian selanjutnya dilakukan dengan lingkup wilayah yang lebih luas lagi karena penelitian ini dilakukan terbatas pada UMKM Halal yang berada di Kabupaten Boyolali saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Ahadiat, A. (2010). Manajemen Strategik: Tinjauan Teoritikal Multiperspektif. *Repository.Lppm.Unila.Ac.Id, Strategic Management, Business Policy*", 1–158.
- Akpan, I. J., Udoh, E. A. P., & Adebisi, B. (2022). Small business awareness and adoption of state-of-the-art technologies in emerging and developing markets, and lessons from the COVID-19 pandemic. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(2), 123–140. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1820185>
- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8). <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.280>
- Aliyudin, A., Abror, K., Khairuddin, K., & Hilabi, A. (2022). Sertifikasi Halal di MUI Lampung Pasca Undang -Undang Nomor 34 Tahun 2014 Serta Problematika UMKM. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 194. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5459>
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *JURNAL BRAND*, 2(1).
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa. *Jurnal Pendidikan Non Formal*, 16(1). <http://journal2.um.ac.id/index.php/JPN/article/view/20221>
- Annur, C. M. (2021). *Total Kematian Indonesia Urutan Ke-2 di Asia*. www.Databoks.Katadata.Go.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/26/total-kematian-indonesia-urutan-ke-dua-di-asia>
- Anwar, M. C., & Utami, M. C. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 1–9.
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 195–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.311>
- Arsil, P., Wicaksono, R., & Hidayat, H. H. (2022). Penerapan Sistem Jaminan Halal Untuk Memenuhi Kewajiban Sertifikasi Halal Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM Olahan Duren. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 8(1). <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/AIJP/article/view/5618>
- As'ad, I., Alwi, M., Anitasari, B., Sinlae, A. A. J., Nugroho, F., & Anwar, K. (2022). The Implementation of E-Commerce for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMES) in Covid 19 Pandemic Era. *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education*

- (*ICSEBE* 2021), 205(Icsebe 2021), 42–45.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220107.009>
- Astuti, R., & Felicia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Umkm Di 212 Mart Medan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(1), 12.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Azimah, R. N., Khasanah, I. N., Pratama, R., Azizah, Z., Febriantoro, W., & Purnomo, S. R. S. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang Di Pasar Klaten Dan Wonogiri. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 9(1), 59–68.
<https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku usaha. In Subdirektorat Indikator Statistik (Ed.), *Bps.go.id* (Katalog: 3). Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
<https://www.bps.go.id/publication/2020/09/15/9efe2fbda7d674c09ffd0978/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha.html>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Profil Industri Mikro dan Kecil 2020. In Direktorat Statistik Industri (Ed.), *Badan Pusat Statistik* (6104006th ed.). Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. <https://doi.org/10.25104/transla.v22i2.1713>
- BKPM. (2021). Upaya Pemerintah Memajukan UMKM Indonesia | BKPM. In <https://www.bkpm.go.id/> (pp. 5–7). Kementerian Investasi/BKPM.
<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- BPS. (2020). Hasil Survei Sosial Demografi Dampak Pandemi Covid-19. In Subdirektorat Indokator Statistik (Ed.), *Bps.go.id*. BPS RI.
<https://www.bps.go.id/publication.html>
- BPS RI. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku usaha Jilid 2. In *Badan Pusat Statistik* (3101040th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<https://www.bps.go.id/publication/2020/12/21/7ec02d39d6732972dcebe54f/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha-jilid-2.html>
- Dewi, R. A. K., Asrial, C., & Rahayu, W. P. (2020). Implementasi Penerbitan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Di Provinsi Gorontalo. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 7(2), 52–58.
<https://doi.org/10.29244/jmpi.2020.7.2.52>
- Dinas Koperasi & UMKM Jawa Tengah. (2022). *Sosialisasi Sertifikasi Halal dan Pengembangan UMKM*. Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/1558>
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah. (2022). Pemetaan Dampak Covid-19, Dinas Koperasi, Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. In *Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah*.
<https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/dampakcovid/pemetaan/statistik>

- 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. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.510>
- Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.). *Semarang: Universitas Diponegoro.*, 105.
- Goma, E. I. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Isu Kependudukan di Indonesia. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pendidikan Geografi*, 5(1), 33–42. <https://doi.org/10.29408/geodika.v5i1.3180>
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- Hanim, L., & Noorman, M. (2018). *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*. UNNISULA PRESS.
- Hardani, Nur, H. A., Helmina, A., Roushandy, A. F., Jumari, U., Evi, F. U., Muhammad, F., Dhika, J. S., & Ria, R. I. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Husnu Abadi (ed.); I). Pustaka Ilmu. <https://www.pustakailmu.co.id>
- Hartanti, D. N., Lestari, D. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Promosi Penjualan Terhadap Implusive Buying Produk Di Cordy Butik Bandar Lampung. *Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)*, 3(1), 377–384. <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka>
- Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliastari, I. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*.
- Kamsari, A. (2020). Mekanisme Pengajuan Sertifikasi Halal dan Fasilitasi Halal Bagi UMK. *Kepala Bidang Sertifikasi Halal, Pusat Registrasi Dan Sertifikasi Halal, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Dan Agama, Kementerian Agama*, 28. http://halal.go.id/cms/assets/files/Materi_Pak_Amru_compressed.pdf
- Kata Data. (2021). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Bisnis Indonesia Resources Center. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- KBBI. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kemenkes RI. (2020). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9

- Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *Kementerian Kesehatan RI*, 28. http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/PMK_No__9_Th_2020_ttg_Pedoman_Pembatasan_Sosial_Berskala_Besar_Dalam_Penanganan_COVID-19.pdf
- Kolodko, G. W. (2020). After the calamity: Economics and politics in the post-pandemic world. *Polish Sociological Review*, 210(2), 137–155. <https://doi.org/10.26412/psr210.01>
- Komara, B. D., Setiawan, H. C. B., & Kurniawan, A. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 1–23.
- Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>
- Krisna, A. S. P., & Nuratama, P. (2021). Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang*. CV. CAHAYA BINTANG CEMERLANG.
- Kurniaty, D., Mayasari, I., Wiadi, I., Azmy, A., Wijanarko, A., Ritzka, & Driarkoro, Y. P. (2022). The Business Resilience of MSME in Time of Pandemic : A Case Study. *International Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies (IJEASS)*, 2(1), 25–39. <https://doi.org/10.31098/ijeass.v2i1.792>
- Labios, R. J. D., Depositario, D. P. T., Manipol, N. E. P., Guzman, R. S. C. De, & Velasco, D. N. F. (2021). Archipelago on Lockdown: An Assessment of the Effects of the COVID-19 Pandemic on Philippines' Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Across the Food Value Chain Remund. *Journal of Economics, Management & Agricultural Development*, 7(1). <https://doi.org/10.22004/ag.econ.323955>
- Lokadata. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010-2020 - Lokadata*. Lokadata.Beritagar.Id. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2010-2020-1611277587>
- Lucky, M. (2020). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–93.
- Mandviwalla, M., & Flanagan, R. (2021). Small business digital transformation in the context of the pandemic. *European Journal of Information Systems*, 30(4), 359–375. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1891004>
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 48. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1615>
- Moerad, S. K., Pingit, S., Mutiah, W., Chamid, S., & Dian, E. (2022). Sosialisasi

Serta Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *SEGAWATI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1–15. <https://journal.its.ac.id/index.php/segawati/article/view/118>

Mukhyi, M. A. (2004). *Dimensi Manajemen Strategi*.

Nath, S., & DasGupta, M. (2021). Pandemic Effect and Remedial Business Model in Micro, Small and Medium Enterprises: A Study in India with Special Reference to West Bengal. In *New Business Models in the Course of Global Crises in South Asia* (pp. 151–161). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-79926-7_9

Nelly, S. (2021). Digitalization as a Strategy for the Revitalization of Micro , Small and Medium Enterprises (Msmes) During the Covid-19 Pandemic. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology Journal*, 25(6), 384–392. <https://www.annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/5301/4174>

Nugroho, A. P., & Rahman, A. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(02), 1654–1660.

P. Sembada, A. Hakim, & S. D. S. Andik. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 terhadap Tataniaga Hewan Qurban di Jabodetabek: Studi Kasus pada Mahir Farm. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, 9(2), 64–71. <https://doi.org/10.29244/jipthp.9.2.64-71>

Peltier, T. R. (2014). *Information Security Fundamentals Second Edition*. CRC Press.

Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Patent No. 20).

Rahman, A. A., Abrari, A. M., Winarno, A., & Agus Hermawan. (2021). Penguatan Pengelolaan Manajemen Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Makanan Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Karinov*, 4(3), 184–188. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/25183%0Ahttp://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/download/25183/8891>

Rifaldo, & Indrayenti. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 Pada Pendapatan UMKM: Studi Kasus Pada Umkm Keripik Singkong Ainin Di Desa Bumi Raya , Kecamatan Bumi Waras Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomika*, 6, 231–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.37541/ekonomika.v6i2.697>

Rohman, L. L., & Andadari, R. K. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 pada Usaha Rumah Tangga dan Strategi Bertahan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(April), 82–90. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/34631>

Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.

- Salam, D. Q. A., & Makhtum, A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kabupaten Sampang. *Qawwam: The Leaders Writing*, 3(1), 118–129. <https://doi.org/https://doi.org/10.32939/qawwam.v2i2.110>
- Samsu. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sartika Partomo, T., & Soejoedono, A. R. (2004). *Ekonomi Skala Kecil Menengah dan Koperasi*. Ghalia Indonesia.
- Segati, A. (2022). Model Strategi Pengembangan UMKM dalam Halal Lifestyle di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 1(1).
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media.
- Setianingsih, W. E. (2021). Penerapan Inovasi Produk, Promosi, Dan Penggunaan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi. *The 4th FEBENEFECIUM Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology 2021*, 341–349. <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5882>
- Sholikhah, B., & Amanda, G. (2021). *BI Solo Fasilitasi Pengurusan Sertifikasi Halal UMKM* – *Republika Online*. <https://www.republika.co.id/berita/qonxpl423/bi-solo-fasilitasi-pengurusan-sertifikasi-halal-umkm>
- Sholikhah, B., & Pratiwi, F. (2021). *BI Solo Dorong Produk Halal UMKM Solo Raya Mendunia* – *Republika Online*. <https://www.republika.co.id/berita/qyuk9u457/bi-solo-dorong-produk-halal-umkm-solo-raya-mendunia>
- Simanjuntak, R. D., & Sa'roni, C. (2019). Analisis Pengaruh PDB UMKM, Investasi UMKM, Dan Upah Minimum Rata-Rata Nasional Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor UMKM Indonesia Tahun 2006-2017. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 2(3), 604. <https://doi.org/10.20527/jiep.v2i3.1195>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&DI*. Alfabeta.
- Suhardi, B., Wardani, S. V., & Jauhari, W. A. (2019). Perbaikan Proses Produksi IKM XYZ Berdasarkan Kriteria CPPB-IRT, WISE, Dan SJH LPPOM MUI. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 93.

<https://doi.org/10.14710/jati.14.2.93-102>

- Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid 19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 46–58.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Umkm Kerupuk Ikan. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 3(2), 125–133. <https://doi.org/10.31002/rn.v3i2.1984>
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi Revi). Salemba Empat.
- Swazan, I. S. (2022). *Small and Micro Business Resources in the Post-Pandemic Period: A Perspective from Local Bridal Boutique Businesses in West Virginia* [West Virginia University]. <https://researchrepository.wvu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=12274&context=etd>
- Tabinas, M. I. C., Paradero, A. L., & Casinillo, L. F. (2022). Business Strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises in Response to the COVID-19 Pandemic. *Innovative Technology and Management Journal*, 5(1). <https://journal.evsu.edu.ph/index.php/itmj/article/view/315>
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Trott, P. (2017). Innovation Management And New Product Development. In *Innovation Management and New Product Development* (Six). Pearson Education Limited.
- Ubaidillah, M., & Syah Aji, R. H. (2020). Tinjauan Atas Implementasi Perpanjangan Masa Angsuran Untuk Pembiayaan Di Bank Syariah Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.159>
- Utami, B. S. A. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Economie*, 3(1), 137. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30742/economie.v3i1.1511>
- Viariani, W., Deni Lubis, & Marhamah Muthohharoh. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi COVID-19 di Kota Banda Aceh. *AL-MUZARA'AH*, 10(1), 33–45. <https://doi.org/10.29244/jam.10.1.33-45>
- Wati, A., & Sari, A. P. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dan Strategi Peningkatan Perekonomian Pemilik UMKM (Studi Kasus Di Desa Suruhan Kabupaten Sukoharjo). *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 901. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6557>
- Widyaningrum, R., Ayuningtyas, C. E., Suryani, D., Khofifah, H., Mutmainah, S.,

- & Putri, S. N. (2022). Peningkatan Pengetahuan UMKM Pangan tentang Produk Pangan Bergizi, Aman, dan Halal. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 401–406. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i3.2760>
- Yazid, A. A., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Transformasi Digital Dan Industri Halal Pada UMKM Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Istiqro*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1576>
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Yusup, D. K., Badriyah, M., Suyandi, D., & Asih, V. S. (2020). Pengaruh bencana Covid-19, pembatasan sosial, dan sistem pemasaran online terhadap perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk retail. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati*, 1(1), 1–10. <http://digilib.uinsgd.ac.id/>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No.	Bulan Kegiatan	Juli				Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan proposal		x	x	x																
2.	Konsultasi	x		x		x			x			x			x		x			x	
3.	Revisi proposal																				
4.	Pendaftaran seminar proposal						x			x											
5.	Ujian seminar proposal																				
6.	Pengumpulan data							x	x	x	x										
7.	Analisi data												x	x		x					
8.	Penulisan akhir naskah skripsi																			x	x
9.	Pendaftaran munaqasah																x				
10.	Munaqasah																	x			

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara

Nama Narasumber :

Nama Usaha :

Jenis Usaha :

Waktu :

1. **Peneliti** : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan sebelum pandemi?
2. **Peneliti** : Berapa pendapatan yang didapatkan sebelum pandemi ?
3. **Peneliti** : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan pada masa pandemi?
4. **Peneliti** : Berapa pendapatan yang didapatkan saat pandemi ?
5. **Peneliti** : Dampak apa saja yang terjadi akibat pandemi?
6. **Peneliti** : Adakah pengaruh pandemi terhadap bahan baku yang bapak/ibu gunakan dalam menjalankan usaha ini
7. **Peneliti** : Menurut bapak/ibu apakah mitigasi risiko itu penting untuk dilakukan pada UMKM?
8. **Peneliti** : Strategi apa yang bapak/ibu lakukan untuk bertahan dimasa pandemi ini?
9. **Peneliti** : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan pembiayaan?

10. Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan restrukturisasi pembiayaan?

Tidak melakukan reskontruksi.

11. Peneliti : Apakah selama pandemi bapak/ibu mengikuti/mendapatkan pendampingan usaha? Jika iya, dari mana pendampingan tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap usaha yang bapak/ibu jalankan?

12. Peneliti : Apakah strategi mitigasi risiko yang diterapkan dapat mengurangi atau meminimalisir dampak pandemi covid-19?

13. Peneliti : Inovasi apa yang bapak/ibu lakukan agar usaha yang dijalankan dapat bangkit/berkembang di masa pandemi?

14. Peneliti : Apakah bapak/ibu tertarik untuk menggunakan teknologi digital pada usaha yang dijalankan?

15. Peneliti : Apakah bapak/ibu sudah menerapkan digitalisasi terhadap UMKM yang bapak/ibu jalankan?

16. Peneliti : bagaimana dampak inovasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan usaha yang dijalankan?

17. Peneliti : Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi terhadap strategi dan inovasi yang diterapkan pada masa pandemi?

- 18. Peneliti** : Menurut bapak/ibu sebesar apa (kekuatan/dampak/kelebihan) yang terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?
- 19. Peneliti** : Menurut bapak/ibu apa kekurangan/kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?
- 20. Peneliti** : Menurut bapak/ibu apakah penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi memiliki peluang yang besar untuk terus dijalankan?
- 21. Peneliti** : Menurut bapak/ibu apa ancaman yang mungkin terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?
- 22. Peneliti** : Berapa pendapatan yang didapatkan setelah adanya strategi dan inovasi?

Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara

Transkrip Hasil Wawancara 1

Nama Narasumber : Romi Anjas Arfianto

Nama Usaha : Keju Indrakila

Jenis Usaha : Usaha Makanan

Waktu : 2 Oktober 2022

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan sebelum pandemi?

Usaha ini berawal pada 2009. Sebelum pandemi usaha yang saya jalankan cenderung meningkat, terutama pada rentan 2014-2020, karena sejak 2014 usaha saya mulai mendapat pasar yang lebih luas terlihat dari respon masyarakat terhadap produk saya. Dulu produk saya dianggap hanya ditujukan ke segmen tertentu tapi sekarang semua masyarakat bisa menikmati

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan sebelum pandemi ?

Sebelum pandemi produksi bisa dilakukan hampir setiap hari dengan total produksi setiap bulanya sekitar 2-3 ton keju. Untuk omzet rata-rata kisaran 200-300 juta karena harga jual kita itu terakhir sebelum pandemi di kisaran 100.000/kg.

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan pada masa pandemi?

Kondisi usaha secara keseluruhan menurun mbak, mulai dari produksi terus penjualan dan pegawai juga berkurang. Waktu awal pandemi itu mulai april kita berhenti produksi, dan hampir 1 tahun kita ngga produksi. Bahkan ada 1 ton keju yang tertahan digudang dan gabisa di distribusikan, sehingga pembayaran ke pengepul bahan baku (susu) juga tertunda.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan saat pandemi ?

Konsumen utama kita kan di area wisata, karena wisata terdampak jadi penjualan juga terdampak. Kalo dihitung sih omzet turunnya sekitar 80%. Kalo dulunya bisa sampai 200jt, mungkin pas pandemi Cuma 40jt itupun sudah alhamdulillah sekali.

Peneliti : Dampak apa saja yang terjadi akibat pandemi?

Harga bahan baku yang cenderung naik. Sistem kontrak terganggu, karena produksi tidak dilakukan setiap hari. Yang sebelumnya 1000 liter, sekarang menurun 100liter.

Peneliti : Adakah pengaruh pandemi terhadap bahan baku yang bapak/ibu gunakan dalam menjalankan usaha ini

Untuk bahan baku cenderung naik karena harga susu memang pasti menaiki kenaikan dalam beberapa bulan sekali. Tapi karena waktu pandemi sistem kontrak terganggu, mau nggak mau ya harus beli susu ke peternak jadi harganya sedikit lebih mahal.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah mitigasi risiko itu penting untuk dilakukan pada UMKM?

Penting, kalo buat saya, sebelum menjalankan usaha, resiko-resiko besar sudah diperhitungkan. Dan manajemen risiko juga sudah diterapkan.

Peneliti : Strategi apa yang bapak/ibu lakukan untuk bertahan dimasa pandemi ini?

Pertama menghentikan produksi ya, karena distribusi terganggu jadi mau gak mau produksi berhenti. Setelah itu produksi lagi tapi berkurang, istilahnya ya mengurangi produksi. Kemudian karena produksi berkurang, saya juga mengurangi karyawan. Dulu sebelum pandemi, karyawan saya 8 orang, sekarang cuma tinggal 1 aja. Saya juga sempat jual beberapa aset untuk menutup pembiayaan dan buat

modal lagi. Tetapi meski produksi berkurang, saya tetap konsisten untuk bertahan dan meningkatkan kualitas

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan pembiayaan?

Kalo pembiayaan ngga mbak, malah waktu pandemi kita cepat-cepat buat lunasin pembiayaan.

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan restrukturisasi pembiayaan?

Tidak melakukan reskontruksi.

Peneliti : Apakah selama pandemi bapak/ibu mengikuti/mendapatkan pendampingan usaha? Jika iya, dari mana pendampingan tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap usaha yang bapak/ibu jalankan?

Tidak. Sebenarnya banyak banget pendampingan dari dinas terkait yang ditawarkan, tapi untuk saya sendiri itu agak menghindari ya, karena pasti di belakang ada aja nantinya..

Peneliti : Apakah strategi mitigasi risiko yang diterapkan dapat mengurangi atau meminimalisir dampak pandemi covid-19?

Alhamdulillah meski tidak besar pengaruhnya tapi saya tetap bisa bertahan mbak. Meskipun pada tahun pertama usaha saya berhenti total, tapi pada tahun kedua bisa beroperasi kembali meski produksi menurun drastis.

Peneliti : Inovasi apa yang bapak/ibu lakukan agar usaha yang dijalankan dapat bangkit/berkembang di masa pandemi?

Kalau saya itu lebih meningkatkan promosi melalui platfom digital. Meningkatkan kualitas produk dan layanan serta menjaga hubungan dengan pelanggan dan reseller melalui media sosial karena adanya pembatasan kegiatan yang tidak memungkinkan untuk bertatap muka. Kemarin kita juga berinovasi membuat 8 varian keju berbeda yang akan dirilis beberapa waktu kedepan. Terus juga buat lain yang masih

berhubungan dengan keju dan susu, seperti minuman susu, kue kering dan produk bakery yang memiliki daya simpan lebih lama sehingga dapat dipasarkan secara online.

Peneliti : Apakah bapak/ibu tertarik untuk menggunakan teknologi digital pada usaha yang dijalankan?

Iyaa, saya pribadi tertarik, karena penggunaan teknologi digital membuat jangkauan pemasaran jadi makin luas.

Peneliti : Apakah bapak/ibu sudah menerapkan digitalisasi terhadap UMKM yang bapak/ibu jalankan?

Untuk digitalisasi saat ini sudah diterapkan namun masih terbatas pada instagram, facebook sama wa, kalo shopee dulu pernah tapi sekarang nggak, karena untuk produk kan ngga tahan lama jadi kalo dikirim paket di shopee takutnya rusak.

Peneliti : bagaimana dampak inovasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan usaha yang dijalankan?

Pengaruhnya cukup besar, banyak konsumen dan reseller yang tanya terus soal ketersediaan produk, yang paling banyak sih konsumen-konsumen lama yang udah pernah rasain produk saya. Peningkatan yg banyak itu kalau ada promo, antusiaasnya gede jadi kadang sampai pada rebutan.

Peneliti : Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi terhadap strategi dan inovasi yang diterapkan pada masa pandemi?

Semua kita evaluasi mbak, termasuk saat produksi. Pandemi kemarin itu buat saya jadi momen untuk mengevaluasi semua hal yang berkaitan dengan usaha, dan pasar secara konsumen dan pesaing.

Peneliti : Menurut bapak/ibu sebesar apa (kekuatan/dampak/kelebihan) yang terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Meskipun produksi kami cenderung berkurang tapi kami tetap memertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas, jadi itu menjadi kekuatan atau modal bagi kami untuk bersaing, karena kualitas menjadi hal utama yang saya pertahankan. Inovasi produk juga menjadi hal yang memperkuat daya saing dengan usaha sejenis. Kemudia penggunaan media sosial saat ini menjadi pendorong untuk terus memperluas jangkauan penjualan dan memberikan layanan yang berkualitas pada konsumen.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa kekurangan/kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Penggunaan media sosial cenderung meningkatkan minat pembeli diluar daerah, tapi karena produk saya hanya bisa bertahan 2hari diluar pendingin jadi terkendala pada proses pengiriman. Penggunaan media sosial juga membuat konsumen dapat berintraksi 24jam, tapi respon kami hanya bisa tersampaikan pada jam kerjas saja. Untuk penggunaan shope saya juga masih belum paham.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi memiliki peluang yang besar untuk terus dijalankan?

Iyaa karena Saya melakukan riset pasar untuk terus mengembangkan produk dengan melihat keinginan masyarakat dan peluang yg ada pada pesaing. Kemudian saya juga mempertahankan kualitas, kan pandemi itu membuta orang-orang untuk hidup lebih sehat sehingga produk kami memiliki peluang besar untuk itu. Inovasi produk akan dapat menarik minat pembeli karena produk yang bervariasi, kemudian adanya komunikasi dan hubungan dengan pelanggan yang semakin mudah melalui media sosial juga akan membuat pelanggan nyaman.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa ancaman yang mungkin terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Kalo ancaman itu lebih ke pesaing yang punya variasi produk lebih banyak dan bisa bertahan lebih lama. Terus kalo lagi ada diskon-flashsale kan pengiriman-pengiriman lambat jadi ya produk kita rusak dijalan karena pengirimannya lama itu.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan setelah adanya strategi dan inovasi?

Kalau dibandingkan sebelum pandemi belum bisa ya. Tapi alhamdulillah sudah produksi lagi, paling sekarang hanya bisa 100-200kg. Sesuai permintaan pasar saja. Untuk Hpp itu biasanya dihitung per produksi 1000liter, dan sekarang hanya bisa 100-200 liter, jadi harga cenderung naik. Untuk omzet ya kisaran 25 sampai 50jt tergantung pesaan yang masuk.

Wawancara II, 9 November 2022

Peneliti : Apakah ada inovasi terkait sistem atau cara pembayaran?

Ada pastinya, karena kita berinovasi untuk memasarkan produk secara online, jadi mau nggak mau pembayarannya juga harus berubah mbak. Kalo dulu kan hanya ditoko jualnya, jadi ya bayarnya pakai uang langsung, kalo sekarang banyak yang dari luar daerah biasanya bayarnya transfer.

Peneliti : Untuk pembayaran apakah sudah keranah digital seperti transfer/scan kode qr/qris dan lainnya.

Kalo pembayaran transfer bank itu udah dari awal pandemi mbak, kan banyak orang yang mau beli tapi takut keluar jadi di transfer, nanti kita anter. Kalo scan-scan kode itu juga sudah cuman yang pakai lebih banyak anak-anak muda.

Peneliti : Apakah banyak pembeli yang menggunakan pembayaran non tunai?

Kalau non tunai itu selama pandemi banyak banget mbak, ya itu tadi, pada takut keluar rumah. Kalau sekarang juga masih tetep banyak, terutama yang scan kode QRIS itu, karena lebih simpel sih menurut saya.

Transkrip Hasil Wawancara 2

Nama Narasumber : Ibu Wien

Nama Usaha : Rumah Produk Abon dan Kripik Lele WIEN

Jenis Usaha : Usaha Makanan

Waktu : 5 Oktober 2022

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan sebelum pandemi?

Alhamdulillah, sebelum pandemi dulu namanya usaha pasti ya mengalami kenaikan dan penurunan tapi cenderung konsisten naik kalo dulu. Kalo sebelum pandemi itu produksi bisa sampai 4x dalam seminggu. Sekali produksi aja kisaran 80kg sampai 1 kwintal, tinggal dikalikan aja 4x dalam seminggu.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan sebelum pandemi ?

Sebelum pandemi kan produksinya konsisten, jadi pendapatannya alhamdulillah rata-rata bisa mencapai 5-6 juta satu bulan. Bahkan kalo lagi ada pesanan, sehari bisa 1juta lebih.

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan pada masa pandemi?

Kalo waktu pandemi awal-awal ya mbak, itu pendapatan turun banget. Apa lagi waktu pertama kali pandemi awal 2020an itu kita pernah dalam beberapa bulan ngga produksi sama sekali jadi ya bener-bener ndak ada pemasukan sepeserpun.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan saat pandemi ?

Pendapatan waktu awal pandemi turun drastis mbak, paling parah ya itu tadi waktu awal-awal pandemi 2020. Karena ngga ada permintaan dan kita juga gaberani produksi, jadi bener2 ngga ada pemasukan sama sekali.

Peneliti : Dampak apa saja yang terjadi akibat pandemi?

Kalo dampaknya ke usaha saya ini ya yang pertama tadi, waktu awal itu produksi berhenti, kemudian beberapa bahan baku agak susah dicari kayak tepung-tepung itu dulu agak susah.

Peneliti : Adakah pengaruh pandemi terhadap bahan baku yang bapak/ibu gunakan dalam menjalankan usaha ini

Kalau bahan baku utama sih ngga ya mbak, karena produk kita an bahan baku utamanya lele dan lele itu kita ternak sendiri dan sedesa sini kan ternak lele semua, jadi aman. Yang agak susah dlu itu tepung, kemudian yang terakhir kemarin kan minyak itu kan naik mahal banget.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah mitigasi risiko itu penting untuk dilakukan pada UMKM?

Penting sekali, karena hal-hal kayak pandemi itu kan ngga bisa diduga sebelumnya ya. Jadi kita ya harus pintar-pintar ngaturinya, dari keuangan kemudian bahan baku, produksi juga harus diperhatikan.

Peneliti : Strategi apa yang bapak/ibu lakukan untuk bertahan dimasa pandemi ini?

Kalo strategi untuk tetep jalan usahanya itu kita pada awal pandemi lebih mengurangi bahan baku ya, kalo sebelum pandemi kan kita produksinya seminggu bisa sampai 4x. Sedangkan waktu awal-awal pandemi aja kita jarang produksi, paling-paling produksi cuma 1x itupun yang biasanya bisa sampai 1 kwintal, pas pandem paling cuma 70kg aja. Kemudian waktu pandemi kita juga buka jasa pengolahan, jadi biasanya ada tetangga-tetangga yg kesini bawa lele sendiri, kita cuman ngolahin aja. Kalo soal harga, meski kemarin itu

bahan baku susah dan ada yg naik, harga jual kita tetap sama, jadi ibuk lebih ke ngurangin untungnya lah daripada menaikkan harga.

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan pembiayaan?

Pembiayaan sih ada ya mbak, terakhir itu kalo ndak salah 7/8 bulan yg lalu, itu saya mengajukan KUR di BRI. Alhamdulillah dapat 50juta. Uangnya ya buat beli ini itu, terus buat renovasi tempat produksi ini, dulu kan Cuma kecil disebelah. Alhamdulillah sekarang udah bisa bikin tempat produksi sendiri.

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan restrukturisasi pembiayaan?

Ngga ada sih mbak, karena sebelum2nya pembiayaan itukan atas nama bapaknya, baru pandemi ini saya yang pinjam, ya buat modal ini.

Peneliti : Apakah selama pandemi bapak/ibu mengikuti/mendapatkan pendampingan usaha? Jika iya, dari mana pendampingan tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap usaha yang bapak/ibu jalankan?

Dapet mbak, kalo pendampingan kemarin itu banyak, malah alhamdulillah sampai dapet bantuan2 gitu. Dulu pernah pendampingan dari dinas perikanan atau apa itu yg dari provinsi, kemudian ada juga pendampingan tentang produk-produk yang jual lewat internet. Banyak juga bantuan yg masuk ke UMKM kemarin mbk. Alhamdulillah kemarin saya juga dapet alat yg buat nirisin minyak itu, alatnya lebih gede dari yang sebelumnya, jadi kalo produksi bisa lebih banyak dan hasilnya juga lebih bagus.

Peneliti : Apakah strategi mitigasi risiko yang diterapkan dapat mengurangi atau meminimalisir dampak pandemi covid-19?

Kalo kurang banget sih ngga ya, tapi setidaknya kita masih bisa jalan waktu pandemi udah alhamdulillah sekali. Namanya usaha ya

gitulah mbak, pasti ada ramenanya ada sepinya. Tapi alhamdulillah kemarin itu banyak yang ngolahin ada yg sampai 50kg 100kg malahan, jadi kita ada pendapatan dan ngga harus beli bahan baku.

Peneliti : Inovasi apa yang bapak/ibu lakukan agar usaha yang dijalankan dapat bangkit/berkembang di masa pandemi?

Kalo inovasi itu ada beberapa ya, kayak kemarin waktu pandemi kita mengembangkan produk meski produksinya hanya dilakukan kalo ada pesenan aja, kita kemarin sempet bikin bakso dan naget dari lele juga. Terus kita jualan online juga, kemarin dibantu anak saya, jualnya di instagram, facebook sama shopee.

Peneliti : Apakah bapak/ibu tertarik untuk menggunakan teknologi digital pada usaha yang dijalankan?

Tertarik karena kalo kita jualnya online, kayak make shopee itu kan yang beli ndak cuman orang-orang sini, bisa sampai luar pulau malahan.

Peneliti : Apakah bapak/ibu sudah menerapkan digitalisasi terhadap UMKM yang bapak/ibu jalankan?

Sudah mbak, ya itu tadi jualnya sekarang dah bisa pakai shopee kemudian di instagram juga aktif. Bahkan kemarin itu yang pendampingan dari dinas umkm, produk kita dijual keluar negeri.

Peneliti : bagaimana dampak inovasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan usaha yang dijalankan?

Alhamdulillah pesanan meningkat mbak, meski belum bisa seperti sebelum pandemi, tapi setidaknya pesanan ada terus.

Peneliti : Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi terhadap strategi dan inovasi yang diterapkan pada masa pandemi?

Iya mbak, kalo evaluasi pasti ada, buat tau apa yang harus ditingkatkan, apa yang perlu dibenahi gitu mbak.

Peneliti : Menurut bapak/ibu sebesar apa (kekuatan/dampak/kelebihan) yang terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Dampaknya banyak sih mbak, kan kita pakai mesin baru jadi bisa produksi banyak dan kualitas juga meningkat, terus pemasarannya juga lewat shopee, jadi pembeli tidak terbatas disini aja, makin luas jangkauannya. Kemudian terkait pengurangan produksi, setidaknya itu buat kita bisa bertahan mbak dan ngga rugi.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa kekurangan/kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Kalo kelemahan lebih ke SDMnya mbak, karena saya sendiri tidak terlalu paham tentang shopee, jadi perlu dibantu anak saya

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi memiliki peluang yang besar untuk terus dijalankan?

Prluangnya besar mbak, inovasi produk pasti nanti akan banyak pembeli baru, terus penggunaan shopee juga membuat penjualan ngga disini aja, bisa sampai mana-mana. Untuk pembiayaan itu juga berpeluang untuk meningkatkan usaha mb, dengan pembelian mesin baru juga produksi jadi lebih cepat, dan tambah awet.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa ancaman yang mungkin terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Kalau ancaman lebih ke bahan baku, kalo dari strategi dan inovasi itu mungkin hanya perlunya promosi biar produk baru ada yg

minat. Terus kalo pake shopee itukan ada pajaknya jadi ya jualnya lebih mahal, kalo ngga ya keuntungannya yang harus diturunin.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan setelah adanya strategi dan inovasi?

Alhamdhulillah mbak kalo dlu awal-awal pandemi pendapatan hampir ngga ada, tp setelah adanya stratrgi sama inovasi tadi pendapatan meningkat, bahkan banyak pesanan dan pelanggan dari luar kota. Tapi untuk saat ini agak menurun mbak, gara-gara bahan pokok pada naik, gara-gara bbm naik.

Wawancara II, 6 November 2022

Peneliti : Apakah ada inovasi terkait sistem atau cara pembayaran?

Inovasi pembayaran ada mbak. Dulu kebanyakan pembeli kesini terus bayarnya juga disini, kalo sekarang pada di transfer.

Peneliti : Untuk pembayaran apakah sudah keranah digital seperti transfer/scan kode qr/qris dan lainnya.

Alhamdhulillah sudah, kalo transfer itu sudah mbak, banyak banget pesenan yang bayarnya transfer. Kalo pake scan-scan itu saya kurang ngerti, mungkin anak saya yang lebih paham. Tapi ini jualnya kan sudah pakai shopee juga mbak, kemungkinan sih udah bisa juga.

Peneliti : Apakah banyak pembeli yang menggunakan pembayaran non tunai?

Banyak mbak kalo itu. Biasanya langganan sih mbak, sebelum dah sering beli jadi beli lagi suruh ngirim gitu, nanti bayarnya di transfer. Kalo dishopee kan juga non tunai kan mbak masuknya.

Transkrip Hasil Wawancara 3

Nama Narasumber : Muhammad Syaiful, S.H
 Nama Usaha : Saelanyusz
 Jenis Usaha : Roti Bolu Telur dan Makanan Ringan
 Waktu : 9 Oktober 2022

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan pada masa pandemi?

Usaha saya pada masa pandemi masih tetap berjalan meskipun banyak sekali dampak yang saya rasakan akibat pandemi.

Peneliti : Dampak apa saja yang terjadi akibat pandemi?

Dampak yang terjadi banyak sekali terutama karena adanya pembatasan kegiatan sehingga aktivitas terganggu. Pendapatan usaha juga menurun karena penjualan menurun juga. Ditambah sulitnya bahannya baku yang digunakan produksi seperti telur dan tepung.

Peneliti : Adakah pengaruh pandemi terhadap bahan baku yang bapak/ibu gunakan dalam menjalankan usaha ini

Waktu pandemi kemarin, ada beberapa bahan baku yang susah dicari. Meski ada harganya juga naik.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah mitigasi risiko itu penting untuk dilakukan pada UMKM?

Sangat perlu kalo menurut saya. Karena dalam usaha pasti ada aja masalah yang tidak diduga kayak pandemi ini

Peneliti : Strategi apa yang bapak/ibu lakukan untuk bertahan dimasa pandemi ini?

Pertama mengecilkan ukuran produk, tapi tidak berpengaruh, malah minat pembeli menurun. Kemudian memperbesar ukuran produk dan harganya dinaikan, karena bahan baku makin mahal juga. Untuk pemasaran juga diperluas mbak, yang dulunya hanya sekitaran boyolali dan klaten sekarang saya tambah sampai sukoharjo.

- Peneliti** : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan pembiayaan?
Iya, untuk pembiayaan saya mengajukan pembiayaan KUR. Pembiayaan saya gunakan buat nambah modal usaha, terus buat beli alat juga.
- Peneliti** : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan restrukturisasi pembiayaan?
Nggak, soalnya tidak punya pembiayaan sebelumnya.
- Peneliti** : Apakah selama pandemi bapak/ibu mengikuti/mendapatkan pendampingan usaha? Jika iya, dari mana pendampingan tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap usaha yang bapak/ibu jalankan?
Untuk pendampingan usaha belum, Cuma kemarin ada tawaran dari dinas Koperasi dan UMKM untuk pelatihan pemasaran online. Saya tertarik untuk ikut nanti.
- Peneliti** : Apakah strategi mitigasi risiko yang diterapkan dapat mengurangi atau meminimalisir dampak pandemi covid-19?
Alhamdulillah berpengaruh meski tidak banyak. Karena wilayah pemasaran diperluas, jadi produksinya juga meningkat lagi
- Peneliti** : Inovasi apa yang bapak/ibu lakukan agar usaha yang dijalankan dapat bangkit/berkembang di masa pandemi?
Untuk inovasi itu, saya membuat produk baru lagi. Yang awalnya Cuma roti bolu, sekarang saya juga buat kripik pangsit, kalau disini orang-orang nyebutnya sih cumi-cumi.
- Peneliti** : Apakah bapak/ibu tertarik untuk menggunakan teknologi digital pada usaha yang dijalankan?
Tertarik sih sebenarnya, kan saat ini semua mulai online-online jualanya, jadi pembelinya ngga terbatas di wilayah sini aja.
- Peneliti** : Apakah bapak/ibu sudah menerapkan digitalisasi terhadap UMKM yang bapak/ibu jalankan?
Kalau pemasaran lewat aplikasi-aplikasi sih belum, Cuma sudah mencoba pakai instagram sama facebook, kayak marceplasce gitu.

Peneliti : bagaimana dampak inovasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan usaha yang dijalankan?

Alhamdhulillah dampaknya bagus sih, kalau untuk produk baru memang perlu pengembangan. Tapi karena wilayah pemasaran diperluas jadi produksinya juga bertambah dan pendapatan alhamdhulillah juga mulai naik lagi.

Peneliti : Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi terhadap strategi dan inovasi yang diterapkan pada masa pandemi?

Pasti mbak, kalo evaluasi pasti ada. Kan minat pembeli pasti berubah-ubah, jadi perlu evaluasi agar produknya sesuai dengan keinginan pembeli

Peneliti : Menurut bapak/ibu sebesar apa (kekuatan/dampak/kelebihan) yang terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Dengan adanya modal dari pembiayaan, usaha saya jadi bisa bertahan dan bisa berinovasi membuat produk baru. Perluasan daerah pemasaran dan penggunaan media sosial membuat pembeli makin banyak karena jangkauan sama wilayah penjualannya semakin luas, dan tidak menutup kemungkinan untuk diperluas lagi sampai Solo Raya.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa kekurangan/kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Kekurangannya tetap ada, terutama karena bahan baku yang masih belum stabil ini jadi harga produknya juga ndak stabil, jadi masih naik turun gitu.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi memiliki peluang yang besar untuk terus dijalankan?

Yang saya lihat saat ini pelanggan itu butuh akses pembelian yang gampang seperti lewat onlineshop dan media sosial, jadi inovasi yang saya lakukan berpeluang untuk terus dipertahankan. Jenis

produk juga bertambah jadi daya saingnya juga bertambah. Kemudian produk saya kan sudah punya PIRT, terus sudah berlabel halal, jadi memiliki peluang untuk bersaing. Pemasaran produk juga meningkat karena bisa jual di mini market juga.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa ancaman yang mungkin terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Bagi saya ancamannya sih mungkin adanya produk sejenis yang punya pasar lebih gede ya mbak. Kemudian harga bahan pokok yang ndak stabil juga bisa mempengaruhi harga jual produk juga.

Wawancara II, 6 November 2022

Peneliti : Apakah ada inovasi terkait sistem atau cara pembayaran?

kalau pembayaran itu inovasinya ke bayar non tunai mbak.

Peneliti : Untuk pembayaran apakah sudah keranah digital seperti transfer/scan kode qr/qris dan lainnya.

Kalau transfer itu sudah, biasanya kalau ada pesenan dari luar daerah. Jadi kalo ada pesenan gitu kan kasih uang muka, bayarnya di transfer. Kalo scan-scan kode saat ini belum sih, soalnya saya usahanya kan rumahan, banyak setor ke pedagang langsung.

Peneliti : Apakah banyak pembeli yang menggunakan pembayaran non tunai?

Kalau banyak sih nggak, cuma ya ada aja gitu. Tapi kalau pembeli yang dari luar daerah, hampir semua bayarnya via transfer mbak.

Transkrip Hasil Wawancara 4

Nama Narasumber : Wahyu Dwi Saputro

Nama Usaha : Brownsuli (Brownis Susu Boyolali)

Jenis Usaha : Usaha Makanan

Waktu : 12 Oktober 2022

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan sebelum pandemi?

Untuk kondisi usaha sebelum pandemi baik-baik aja, tidak ada masalah dan cenderung meningkat.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan sebelum pandemi ?

Dulu sebelum pandemi pendapatan kira-kira 2jutaan setiap harinya tergantung banyaknya produksi dan penjualan. Sebelum pandemi produksinya setiap hari.

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan pada masa pandemi?

Waktu pandemi hampir semuanya kan menurun, omzet kita juga menurun, produksipun menurun.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan saat pandemi ?

Waktu pandemi pendapatan turun yang dulunya bisa sampai 2juta lebih tiap harinya, pas pandemi Cuma kisaran 1 jutaan aja, paling tinggi seingat saya itu 1,8 jt.

Peneliti : Dampak apa saja yang terjadi akibat pandemi?

Banyak sih dampaknya, karena masyarakat waktu itu kan pada takut keluar jadi imbasnya ya toko jadi sepi, pendapatan jg menurun, produksi mau ga mau ya turun juga.

Peneliti : Adakah pengaruh pandemi terhadap bahan baku yang bapak/ibu gunakan dalam menjalankan usaha ini

Kalau untuk bahan baku itu lebih ke kenaikan harga aja sih, kalo soal bahan seperti tepun, gula, telur itu dah pasti ada karena kita kerjasama dengan suplayer.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah mitigasi risiko itu penting untuk dilakukan pada UMKM?

Sangat penting, apa lagi untuk usaha yang baru mau berkembang seperti usaha ini.

Peneliti : Strategi apa yang bapak/ibu lakukan untuk bertahan dimasa pandemi ini?

Kalo strategi itu ada beberapa ya mbak. Salah satunya kita mengurangi jam operasional, kalau dulu buka itu sampai malam, waktu pandemi jam 5 sore sudah tutup. Terus produksi juga dikurangi, karena pembeli menurun. Kita juga pernah, sampai buat stand-stand di acara-acara tertentu, seperti di pusat keramaian yang biasanya digunakan buat olahraga kayak waduk cengklik. Terus juga pernah kerjasama dengan rosalia indah, jadi kita buka stand disana. Kita kan juga berinovasi menggunakan media sosial ya mbak, nah biar pembeli tertarik itu kita nerapin strategi dengan memberikan promo dan diskon gitu mbak.

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan pembiayaan?

Tidak karena modal yang kita gunakan ini berasal dari kerjama pemilik usaha, kemudian ditambah frenchis.

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan restrukturisasi pembiayaan?

Tidak

Peneliti : Apakah selama pandemi bapak/ibu mengikuti/mendapatkan pendampingan usaha? Jika iya, dari mana pendampingan tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap usaha yang bapak/ibu jalankan?

Ngga sih mbk kalo pendampingan-pendampingan.

Peneliti : Apakah strategi mitigasi risiko yang diterapkan dapat mengurangi atau meminimalisir dampak pandemi covid-19?

Bisa mbak, meskipun tidak banyak ya, tapi setidaknya penurunan pendapatan itu lebih kecil. Terus kerjasama sama rosalia itu juga menjadi branding bagi kita, jadi kalau ada penumpang bus yg mau

pergi gitu kan mereka lihat, oh ini ada brownis susu khas boyolali, kurang lebih seperti itu dan akhirnya mereka minat untuk datang ke toko kita.

Peneliti : Inovasi apa yang bapak/ibu lakukan agar usaha yang dijalankan dapat bangkit/berkembang di masa pandemi?

Inovasi yang kami lakukan lebih cenderung ke arah adaptasi teknologi aja sih kak. Dulu penjualan hanya dilakukan secara langsung di store dan pembukaan cabang di tempat keramaian waktu pandemi kemarin, kalau sekarang kami juga udah berinovasi menggunakan sosial media seperti ig dan facebook. Kemudian juga menggunakan aplikasi seperti Shopeefood, goffood, dan grabfood.

Peneliti : Apakah bapak/ibu tertarik untuk menggunakan teknologi digital pada usaha yang dijalankan?

Tertarik mbak karena kalo online-online itu kan yang beli bisa sampai mana-mana.

Peneliti : Apakah bapak/ibu sudah menerapkan digitalisasi terhadap UMKM yang bapak/ibu jalankan?

Sudah mbak, kita kan saat ini udah pakai Shopeefood, gofood, dan grabfood. Bahkan kita juga pakai iklan berbayar di facebook sama ig

Peneliti : bagaimana dampak inovasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan usaha yang dijalankan?

Dampaknya bagus banget mbak. Promosi-promosi lewat media sosial itu buat masyarakat tertarik, terutama yang jauh dari sini, bahkan ada customer yang minta dikabari saat ada promo gitu. Terus penggunaan aplikasi online kayak Shopeefood dll itu dampaknya juga tinggi, pembeli kan ngga perlu jauh-jauh keluar buat beli. Apa lagi pas pandemi kemarin itu, pembeli ngga perlu takut dengan virus karena keluar rumah, tinggal beli aja di grab atau gojek nanti mas-mas ojeknya yang beliin kesini.

Peneliti : Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi terhadap strategi dan inovasi yang diterapkan pada masa pandemi?

Evaluasi ketika terdahap permasalahan

Peneliti : Menurut bapak/ibu sebesar apa (kekuatan/dampak/kelebihan) yang terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Pengurangan produksi membuat kami tetap bertahan saat pandemi dan juga menurunkan kerugian. Pemasaran secara online membuat jangkauan lebih luas sehingga lebih banyak masyarakat yang mengetahui produk kami.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa kekurangan/kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Masih kurang SDM yang paham penggunaan teknologi, jadi untuk desain-desain di media sosial kurang. Penggunaan media sosial membuat pembeli bisa berintraksi 24jam, tapi pengurangan jam kerja mebuat layanan konsumen terbatas pada jam kerja aja.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi memiliki peluang yang besar untuk terus dijalankan?

Sejak pandemi kan orang-orang lebih sering berbelanja secara online dan membuka media sosial, jadi strategi dan inovasi kami berpeluang untuk tetap digunakan. Apalagi sekarang kita pakai aksen atau iklan berbayar jadi jangkauannya makin luas juga dan masih berpeluang untuk terus dikembangkan.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa ancaman yang mungkin terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Ancaman kurangnya sumber daya terhadap penggunaan teknologi, karena Pesaing dengan prodak yg sama sudah bisa mengoptimalkan penggunaan teknologi kayak desain-desainya bagus, jadi bisa aja pembeli lebih tertarik kesana.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan setelah adanya strategi dan inovasi?

Pendapatan mengalami peningkatan yang bisa dibilang signifikan kalo dibandingin pas pandemi mbak. Peningkatannya itu rata-rata hampir 50%an lah bahkan bisa lebih, sekarang aja pendapatan toko itu kisaran 3juta tiap harinya. Terus produksi juga meningkat yang dulunya paling banyak 30 box, sekarang bisa sampai 60 box lebih malahan.

Wawancara II, 7 November 2022

Peneliti : Apakah ada inovasi terkait sistem atau cara pembayaran?

Kalau dalam sistem pembayaran saat ini kami berinovasi pakai pembayaran non tunai.

Peneliti : Untuk pembayaran apakah sudah keranah digital seperti transfer/scan kode qr/qris dan lainnya.

Sudah, untuk pembayaran kami sudah berkembang mbak, tidak terbatas cash aja. Untuk bayar disini bisa pakai cash, scan QRIS, terus shopepay juga bisa, transfer pun bisa mbak.

Peneliti : Apakah banyak pembeli yang menggunakan pembayaran non tunai?

Yang pakai non tunai sih banyak juga, terutama semenjak pandemi itu pemayaran non tunai kita meningkat. Sekarang paling banyak kalo non tunai itu scan kode QRIS mbak.

Transkrip Hasil Wawancara 5

Nama Narasumber : Dani Artiosoetedjo

Nama Usaha : Toko Kue

Jenis Usaha : Makanan

Waktu : 05 November 2022

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan sebelum pandemi?

sebelum pandemi usaha kami di operasional kan para ahli dalam bidang nya masing masing dan untuk penjualan kami selalu tercapai target nya dan di saat hari besar.weekand dan tanggal merah kami selalu kuwalahan karena produk yang di jual cocok untuk oleh2 dan cemilan saat santai bersm kluarga dan moment bahagia seperti ulang tahun dan arisan

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan sebelum pandemi ?

pendapatan kami tidak menentu, rata-rata untuk hari senin sampai rabu di 2jt dan kamis sampai minggu di 5jt perhari

Peneliti : Bagaimana kondisi usaha yang bapak/ibu jalankan pada masa pandemi?

Selama pandemi usaha yag dijalankan ya menurun, terus kami harus mematuhi protokol kesehatan jadi jam kerja juga dikurangi. Banyak sih kendalanya, produksinya juga turun dan kita pernah stop produksi karena ada rasa ketakutan dari virus covid, akhirnya kami tutup sementara

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan saat pandemi ?

Pendapatan selama pandemi ini semua hampir down. Tadinya yang kisaran di angka 2-5jt selama pandemi hanya sampe di angka 300rb- 500rb

Peneliti : Dampak apa saja yang terjadi akibat pandemi?

Dampaknya begitu banyak, mulai dari pelanggan yang berkurang, terus bahan baku pada kosong, perputaran operasional juga melambat, akhirnya ya produksi dikurangi.

Peneliti : Adakah pengaruh pandemi terhadap bahan baku yang bapak/ibu gunakan dalam menjalankan usaha ini

bahan baku pada kosong dan langka, karena sebagian bahan impor dari luar

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah mitigasi risiko itu penting untuk dilakukan pada UMKM?

di saat pandemi sangat penting ini untuk bertahan nya usha dan ini salah satu cara yg kami lakukan

Peneliti : Strategi apa yang bapak/ibu lakukan untuk bertahan dimasa pandemi ini?

Strategi pertama yang kami gunakan untuk bertaham ya dengan mengurangi produksi karena pembeli menurun, terus jam kerja dikurangi soalnya ada kebijakan protokol kesehatan itu yang batas-batasi operasional. Bagian produksi juga dirampingkan, dulu kan setiap orang punya jobdesk masing-masing, nah itu kami rangkap.

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan pembiayaan?

tidak, kami menggunakan tabungan untuk nambah modal produksi

Peneliti : Apakah selama pandemi ini bapak/ibu mengajukan restrukturisasi pembiayaan?

Tidak melakukan reskontruksi.

Peneliti : Apakah selama pandemi bapak/ibu mengikuti/mendapatkan pendampingan usaha? Jika iya, dari mana pendampingan tersebut

dan bagaimana dampaknya terhadap usaha yang bapak/ibu jalankan?

Tidak, kami lebih memilih untuk menjalankan usaha sesuai kemampuan aja sama belajar dari media sosial sih.

Peneliti : Apakah strategi mitigasi risiko yang diterapkan dapat mengurangi atau meminimalisir dampak pandemi covid-19?

Cukup lumayan mengurangi dan dampaknya begitu efektif

Peneliti : Inovasi apa yang bapak/ibu lakukan agar usaha yang dijalankan dapat bangkit/berkembang di masa pandemi?

Inovasinya lebih ke penggunaan media sosial, jadi tempat kami mulai menawarkan melalui media sosial dan kami juga bekerja sama dengan salah satu ojek online. Pembayaran juga mulai pake scan-scan itu jadi lebih praktis dan transfer juga.

Peneliti : Apakah bapak/ibu tertarik untuk menggunakan teknologi digital pada usaha yang dijalankan?

sangat tertarik karena dengan adanya teknologi digital ini kami juga lebih luas untuk mengelankan prodak dan pasaran

Peneliti : Apakah bapak/ibu sudah menerapkan digitalisasi terhadap UMKM yang bapak/ibu jalankan?

sudah selama pandemi kami mulai mengukannya, karena sangat membatu sekali

Peneliti : Apakah ada inovasi terkait sistem atau cara pembayaran?

Ada mbak, dulu sih bayarnya kebanyakan cash ya karena pembeli ketoko, pas pandemi kan gabisa ketoko, terus pada takut juga karena ada isu penyebaran covid lewat uang dulu. Jadi kami berinovasi menggunakan pembayaran non tunai, kayak transfer terus scan-scan kode itu, shopeepay juga.

Peneliti : Untuk pembayaran apakah sudah keranah digital seperti transfer/scan kode qr/qris dan lainnya.

Sudah, baru pandemi kemarin kami mulai menerapkannya. Kami mengutamakan mengikuti era modern karena lebih mudah tanpa harus ke lokasi toko. Penjualanya kan jadi oneline, jadinya bayarnya ya ikut berubah, transfer misalnya, kalo nggak ya pake shopeepay

Peneliti : Apakah banyak pembeli yang menggunakan pembayaran non tunai?

Banyak mbak, hampir semua yang beli secara online itu bayarnya non tunai.

Peneliti : bagaimana dampak inovasi yang telah dilakukan terhadap perkembangan usaha yang dijalankan?

Dampaknya bagus, cukup untuk bertahan selama pandemi, terus meningkatkan penjualan juga jadi kami masih bisa produksi dan operasional tetap berjala.

Peneliti : Apakah bapak/ibu melakukan evaluasi terhadap strategi dan inovasi yang diterapkan pada masa pandemi?

evaluasi kami terus lakukan karna ini penting supaya bisa lebih baik lagi kedepanya. Misal strategi atau inovasi tadi kurang efektif kami rubah dan teliti kembali sampai benar2 bisa jalan dan berkembang

Peneliti : Menurut bapak/ibu sebesar apa (kekuatan/dampak/kelebihan) yang terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Kekuatanya ya jangkauanya yg luas tadi, terus kalo pengurangan produksi di awal-awal itukan juga menekan biaya operasional jadi kerugiannya nggak besar.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa kekurangan/kelemahan dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Kekurangannya sih kami belum begitu menguasai medan dan pasaran digital di tambah prodak kami tidak bisa tahan lama karena usaha kami kan makanan dan ngga pake pengawet juga.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apakah penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi memiliki peluang yang besar untuk terus dijalankan?

untuk peluang sangat lah besar di mana kami lbh luas memasarkan prodak dan sekrang kan masyarakat lebih suka beli-beli lewat online, terus sekarang kan ada fasilitas paket (jasa kirim) jadi kami bisa menjangkau seluruh Indonesia

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa ancaman yang mungkin terjadi dari penerapan strategi dan inovasi yang bapak/ibu jalankan semasa pandemi?

Ancamannya itu dari bahan baku ya, kalo kita jualan online kan yg beli meningkat tapi kalo bahan bakunya terganggu kan jadinya ngga bisa menuhi pesanan. Terus ancaman lain itu toko-toko besar sih, mereka kan bahan baku pasti banyak, stok pasti ada terus lebih pintar gunain pemasaran online.

Peneliti : Berapa pendapatan yang didapatkan setelah adanya strategi dan inovasi?

Pendapatan meningkat, dari 500rb pas pas pandemi, sekarang naik kembali, rata-rata 800 ribu sampai 2jutaan tiap harinya.

Lampiran 4 Dokumentasi





Lampiran 5 Biodata Penulis**Biodata Penulis**

Nama : Sri Lestari
Tempat/Tgl Lahir : Boyolali, 02 November 1998
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Kendal, Rt 05/Rw 01 Pulutan, Nogosari, Boyolali
Nomor Telp. : 081368919192
Email : sri704475@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 2 Pulutan : Tahun 2008-2013
2. MTs Negeri Pulutan : Tahun 2013-2015
3. SMA Negeri 1 Nogosari : Tahun 2015-2017
4. UIN Raden Mas Said Surakarta : Tahun 2018-2022

Lampiran 6 Hasil Pengecekan Plagiasi

SKRIPSI SRI LESTARI			
ORIGINALITY REPORT			
19%	18%	7%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		4%
2	core.ac.uk Internet Source		1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source		1%
4	www.scribd.com Internet Source		<1%
5	repo.unhi.ac.id Internet Source		<1%
6	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper		<1%
7	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source		<1%
8	docplayer.info Internet Source		<1%
9	Submitted to North West University Student Paper		<1%