

BABI PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia saat ini tengah berada di masa pasca pandemi covid-19. Kondisi ini pastinya jadi permasalahan yang sungguh-sungguh yang dialami oleh indonesia. Alasannya bukan hanya bagian kesehatan yang jadi permasalahan pokok, melainkan pula permasalahan perekonomian. Kasus perekonomian ini di sebabkan oleh penyusutan kegiatan ekonomi warga di masa pandemi. Penyusutan ini pastinya turut berakibat pada sektor pariwisata, industri serta perdagangan, ataupun pada sektor pelaksana usaha (UMKM)¹.

Virus Corona ataupun yang lebih kerap diklaim dengan sebutan Covid 19 merupakan penyakit yang melumpuhkan kota Wuhan, Tiongkok di akhir tahun 2019 yang pada akhirnya menyebar luas keseluruh dunia. Virus Corona ataupun Covid 19 ini bermula dari Pneumonia ataupun radang paru- paru. Permasalahan ini diprediksi berkaitan dengan pasar hewan di Wuhan yang menjual bermacam tipe daging fauna, termasuk yang tidak layak untuk disantap semacam ular, kelelawar serta bermacam jenis tikus. Virus corona diprediksi dibawa kelelawar dan hewan yg lain yang dimakan manusia hingga terjadi penularan.

Penyebaran Covid19 berakibat pada pelaksana usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia. Bagi Rudjito UMKM merupakan usaha kecil yang banyak menolong roda perekonomian Indonesia². Perihal ini disebabkan UMKM banyak membentuk lapangan kerja baru sekaligus tingkatkan devisa negeri lewat pajak badan usaha, serta Bagi Inna Primiana UMKM merupakan sesuatu aktivitas ekonomi yang jadi salah satu

¹ Nurhidayat, L. T. (2020). Pengaruh Covid19 Terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia

² Rudjito. April 2003. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Sinergi Bisnis*

penggerak utama pembangunan di Indonesia³. Tipe UMKM sebagaimana diklasifikasikan oleh Inna Primiana dipecah menjadi agribisnis, industri manufaktur, agraris, serta sumber daya manusia⁴. Sebuah studi yang dilakukan oleh Michigan State University di beberapa negara menegaskan bahwa UMKM memberikan kontribusi praktis yang sangat berharga dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan⁵.

Kondisi terbatasnya para pelaku komersial untuk langsung memasarkan produknya di tempat masih belum efektif untuk saat ini, karena pemerintah tentu akan membatasi kegiatan tersebut mengingat pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus mengganti strategi pemasaran dengan strategi yang lebih efektif⁶.

Menurut Marrus strategi dicirikan sebagai cara yang paling umum untuk memutuskan administrasi senior bermaksud untuk membidik pada tujuan yang telah ditetapkan dari asosiasi bersama dengan pengaturan teknik atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut⁷. Selain itu, Quinn mencirikan strategi sebagai suatu struktur atau rencana yang mengkoordinasikan sasaran-sasaran prinsip pengaturan dan rencana kegiatan di dalam suatu asosiasi menjadi satu kesatuan yang utuh⁸. Strategi yang sangat terencana menyatukan dan menetapkan aset organisasi dengan cara yang luar biasa dan dapat didukung.

Permasalahan yang sedang terjadi pada saat ini yaitu masih terdapat UMKM yang belum bisa menerapkan strategi bisnis dalam menghadapi situasi pandemi seperti

³ Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Rill UMKM & Industri*. Bandung: Alfabeta

⁴ Nurhidayat, L. T. (2020). Pengaruh Covid19 Terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia

⁵ M Umer Chapra dalam *Islam and Economic Development*

⁶ Hardilawati, W. L, 2020, Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10, No.1

⁷ Stephanie, K. Marrus. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press

⁸ James Brian Quinn. 1995. *The Strategy Process*. London: Prentice Hall

sekarang ini⁹. berdasarkan hasil dari observasi awal masalah yang di hadapi UMKM adalah sulitnya melihat peluang strategi bisnis sebagai cara untuk mempertahankan eksistensi usaha ditengah terjadinya pola perubahan konsumsi dan perilaku masyarakat selama pandemic covid-19. Perkembangan bisnis pada saat ini telah berpindah dari system konvensional menjadi system digital, hal ini didukung dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Fenomena ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk menggunakan strategi pemasaran secara *online*¹⁰.

Kelebihan dari pemasaran secara *online* adalah dapat menjangkau konsumen luas di masa pandemi covid-19 dan pelaku usaha juga dapat meningkatkan skala bisnisnya. Adanya peraturan-peraturan dari pemerintah terkait larangan berkerumun membuat para konsumen kesulitan untuk mendapatkan makanan, sehingga pelayanan secara *online* dapat menjadi salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi seperti saat ini. Beberapa usaha ada yang masih tetap eksis walaupun di masa pandemi covid-19, pelaku usaha tersebut terus melakukan inovasi dan evaluasi untuk melihat peluang untuk menghadapi perubahan yang terjadi¹¹. Strategi bisnis online juga mendukung terciptanya eksistensi usaha, terhitung pada masa pandemic masyarakat lebih cenderung melakukan pemesanan dan transaksi secara *online*. Pemasaran secara *online* juga membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hariannya tanpa harus keluar rumah sehingga tetap bisa menjaga penyebaran virus corona.

Terdapat beberapa akibat dari adanya wabah covid 19, salah satunya yaitu penurunan pendapatan dan eksistensi usaha mikro kecil dan menengah¹². Peneliti

⁹ Raharja & Natari, S.U. 2021. *Covid-19 dan implikasi bagi usaha umkm di masa pandemic melalui optimalisasi dan pengelolaan media digital*. Kuma wula: Jurnal Pengabdian kepada masyarakat, 4(1), 108-123

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Istiyanto Susanti & Jalari, M. 2020. Strategi UMKM pada masa pandemic covid0-19. *Kangmas: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 67-74

¹² Setiono, B.A. 2020. *Strategi Bertahan Bagi UMKM Hadapi Krisis Akibat Covid-19*

menemukan 3 Desa yang terdapat di Kecamatan Mojo yang mayoritas masyarakatnya memiliki UMKM, yaitu Desa Surat dengan 5 UMKM (UMKM di bidang fashion yaitu aulya batik, di bidang kuliner ada UMKM Madu Queen Bee dan UMKM Madu Mongso Tentrem, UMKM bidang agribisnis yaitu UMKM bibit tanaman palawija dan UMKM bibit tanaman sayur-sayuran)¹³, Desa Mlati dengan 10 UMKM (UMKM di bidang kuliner yaitu UMKM Gorengan Crispy, UMKM Tahu Kuning, UMKM Revan Jaya Cookies, UMKM Banna-Qu, UMKM Tahu Kuning DTT, UMKM Kripik Usus dan UMKM Susu Kedelai, dan terdapat 1 UMKM bidang agribisnis yaitu UMKM bibit tanaman Garden Florist dan 2 UMKM bidang jasa yaitu pembuatan banner dan pembuatan undangan) dan Desa Mojo dengan 7 UMKM (UMKM dibidang kuliner yaitu UMKM Kripsus Agus Jaya, UMKM Getuk Gedang, UMKM Jenang Mak Lilik, UMKM Getuk Gedang OTT, UMKM bidang fashion yaitu Store Sepatu Mojo, dan UMKM Perajin Karak)¹⁴.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Desa Mlati karena masalah yang diangkat lebih menonjol di tempat tersebut. Desa Surat juga merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Mojo, di Desa tersebut juga mengalami dampak dari pandemic covid-19, salah satunya yaitu masalah penurunan omset penjualan, tetapi tidak ada UMKM yang sampai berhenti berproduksi, begitu pun juga dengan Desa Mojo. Di Desa Mlati terdapat 3 jenis UMKM yaitu UMKM bidang jasa, bidang agribisnis, dan bidang kuliner. Disini peneliti memilih UMKM bidang kuliner karena yang sangat terlihat terdampak adanya pandemic covid-19 yaitu UMKM di bidang kuliner. Hal ini disebabkan oleh kesulitan dalam memperoleh bahan baku dan kesulitan dalam hal pendistribusian produk karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat.

¹³ <https://Surat.Mojo-kediri.id/first/index/3>

¹⁴ <https://desa.mojo-kediri.id>

Dari 7 UMKM bidang kuliner dan hanya ada 5 UMKM yang mampu bertahan di masa pandemic covid-19 seperti sekarang ini, dan 2 UMKM lainnya belum mampu mempertahankan keberadaan usahanya dan pada akhirnya 2 UMKM tersebut mengalami kolaps dan sudah tidak memproduksi lagi. Ketujuh UMKM tersebut diantaranya yaitu :

Tabel 1.1

Daftar UMKM Bidang Kuliner di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

NO	Nama UMKM	Status UMKM di Masa Pandemi
1	Revan Jaya Cookies	Aktif
2	Tahu Kuning DTT	Aktif
3	Banna-Qu	Aktif
4	Sule (Susu Kedelai)	Aktif
5	Kripik Usus	Aktif
6	Gorengan Crispy	Tidak Aktif
7	Tahu Kuning	Tidak Aktif

**Sumber data: diolah peneliti*

Desa Mlati merupakan desa dengan potensi yang luar biasa. Sejak dahulu Desa ini memang dikenal masyarakat sebagai Desa bakul. Selain itu, Desa yang dimaksud memiliki letak yang strategis yaitu berada pada jalur alternatif yang menghubungkan Kediri dan Tulungagung. Pasti, hal ini dapat dimanfaatkan oleh warga Mlati untuk meningkatkan kesejahterannya melalui UMKM¹⁵.

Semenjak terjadi pandemic covid-19, para pelaku UMKM Desa Mlati melakukan pembaruan strategi untuk tetap bisa bertahan di masa pandemic covid-19, pembaruan

¹⁵ Hasil wawancara dengan perangkat desa Mlati kecamatan Mojo kabupaten Kediri

strategi tersebut dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi. Namun, tidak semua pelaku usaha yang berada di Desa Mlati kecamatan Mojo kabupaten Kediri paham akan teknologi, ini menjadi salah satu faktor penghambat berjalannya usaha yang dijalankan. Meskipun tidak ada pasien positif covid-19 di Desa Mlati, kepanikan serta ketakutan warga setempat juga berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Desa tersebut. Penurunan daya beli masyarakat, penurunan omset penjualan cukup tinggi, dan pengurangan tenaga kerja yang dilakukan akibat pandemi tersebut¹⁶.

Dari 7 UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang berhasil peneliti temui di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, ada 5 UMKM yang masih bisa mempertahankan eksistensinya di saat kondisi pandemi covid-19 ini. Diantaranya yaitu:

Tabel 1.2

Daftar UMKM Bidang Kuliner yang masih eksis di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

No	Produk UMKM	Pemilik UMKM
1	Keripik Pisang (Banna-Qu)	Ibu Lusi
2	Camilan Kuping Gajah (Revan Jaya Cookies)	IbuArini
3	Tahu Kuning DTT	Bapak Bahrudin
4	Keripik Usus	Ibu Sumiati
5	Susu Kedelai (Sule)	Ibu Pujiastuti

**Sumber Data : hasil observasi di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri*

Dari data diatas, setiap UMKM tersebut memiliki kendala dan strategi masing-masing untuk tetap bisa mempertahankan eksistensi usahanya di masa pandemi seperti sekarang ini. Hasil dari wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti kepada para responden yaitu dampak terbesar dari pandemi covid-19 ini adalah pendapatan yang semakin menurun. Namun, dengan diterapkan strategi baru yang dilakukan oleh para

¹⁶ Hasil wawancara dengan salah satu pelaku UMKM di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

pelaku UMKM, pendapatan semakin meningkat dan usaha pun bisa tetap bertahan. Dalam hal ini, jenis strategi yang dilakukan yaitu strategi stabilitas, yaitu strategi yang digunakan untuk mempertahankan pangsa permintaan dan mempertahankan operasional usaha¹⁷. Strategi yang dilakukan diantaranya yaitu melakukan penjualan secara *online*, melakukan kolaborasi dengan UMKM lainnya, menambah vasilitas layanan terhadap konsumen dan melakukan pemasaran secara *online*. Berikut tabel pendapatan UMKM tersebut sebelum dan saat ada pandemi :

Tabel 1.3

Daftar Pendapatan UMKM bidang kuliner Desa Mlati Sebelum dan Saat Pandemi

No	Nama Usaha	Pendapatan Sebelum Pandemi	Pendapatan Saat Pandemi	
			Sebelum menerapkan strategi usaha secara online	Setelah menerapkan strategi usaha secara online
1	Revan Jaya Cookies	Rp. 10.000.000/Bulan	Rp. 4.500.000/Bulan	Rp. 11.000.000/Bulan
2	Banna-Qu	Rp. 10.000.000/Bulan	Rp. 8.000.000/Bulan	Rp. 9.000.000/Bulan
3	Tahu Kuning DTT	Rp. 22.000.000/Bulan	Rp. 8.000.000/Bulan	Rp.20.000.000 – Rp.24.000.000/Bulan
4	Keripik Usus	Rp. 9.000.000/Bulan	Rp. 4.000.000/Bulan	Rp. 7.500.000/Bulan
5	Sule	Rp. 8.000.000/Bulan	Rp. 3.000.000/Bulan	Rp. 7.000.000/Bulan

*Sumber data : hasil wawancara dengan para pelaku UMKM

Dari data diatas, bisa dilihat bahwa penurunan pendapatan per bulannya menurun cukup banyak. Penurunan pendapatan tersebut juga dipengaruhi oleh strategi yang digunakan para pelaku usaha untuk tetap bisa menjaga kestabilan pendapatannya. Seperti contoh, Banna-Qu mengalami penurunan pendapatan yang tidak terlalu tinggi

¹⁷ David, F.R, Manajemen Strategi:Konsep Edisi Kesepuluh, Jakarta: Salemba Empat, 2006

dikarenakan, pemilik UMKM tersebut dari awal memulai usaha sudah menerapkan strategi bisnis *online* meskipun belum sepenuhnya, jadi meskipun dimasa pandemi seperti ini, setidaknya usahanya tetap bisa stabil karena melakukan pemasaran secara *online*¹⁸. Sedangkan, UMKM yang lainnya memasarkan produknya secara langsung atau *offline* jadi, sangat merasakan akibat dari pandemi covid-19 itu sendiri. Sehingga perlu adanya strategi lain yang digunakan supaya bisa menstabilkan modal dan pendapatannya di masa pandemi. Hal ini sesuai dengan jenis strategi utama yaitu strategi pembaruan, dimana pembaruan strategi ini merupakan transformasi sebuah perusahaan dalam hal merubah pendekatan strateginya¹⁹.

Berdasarkan data dari salah satu pelaku UMKM, yaitu bapak Bahrudin, yang merupakan pemilik UMKM tahu kuning DTT, beliau menyampaikan bahwa pendapatan dan pesanan ini turun drastis hingga 80% akibat wabah Covid19 yang harus mengurangi dan menghilangkan 7 karyawan yang bekerja di tokonya. Pak Bahrudin juga menjelaskan bahwa produksi tahu kuning di masa pandemi hanya bergantung pada pesanan yang dibuat, pembelian dan penjualan oleh-oleh karena tahu kuning milik pak Bahrudin ini tidak menggunakan bahan pengawet jadi beliau hanya memproduksi beberapa porsi tertentu. Dan salah satu strategi yang pak Bahrudin lakukan untuk tetap bisa mempertahankan eksistensi usahanya yaitu dengan menjual tahu produksinya tersebut dengan melakukan penjualan secara keliling desa dan menggunakan media sosial untuk bisa melakukan pemesanan secara *online*²⁰.

¹⁸ Hasil wawancara dengan pemilik UMKM Bananaqu

¹⁹ David, F.R, *Manajemen Strategi: Konsep Edisi Kesepuluh*, Jakarta: Salemba empat, 2006

²⁰ Hasil wawancara dengan bapak Bahrudin selaku pemilik UMKM tahu kuning DTT

Dari uraian diatas, maka penulis meneliti Analisis Peran Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Kuliner Dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang digambarkan di atas, peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi usaha yang dilakukan oleh UMKM bidang kuliner di desa Mlati kecamatan Mojo Kabupaten Kediri ?
2. Bagaimana peran strategi UMKM bidang kuliner di desa Mlati kecamatan Mojo kabupaten Kediri dalam mempertahankan eksistensi usaha dimasa pandemi covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah di uraikan di atas, maka Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi usaha yang dilakukan oleh UMKM bidang kuliner di desa Mlati kecamatan Mojo kabupaten Kediri
2. Untuk mengetahui peran strategi UMKM bidang kuliner di desa Mlati kecamatan Mojo kabupaten Kediri dalam mempertahankan eksistensi usaha dimasa pandemi covid-19

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini akan menambah ilmu pengetahuan, terutama mengenai cara untuk tetap bisa mempertahankan usaha meskipun ditengah-tengah masa pandemi.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang strategi mempertahankan UMKM di masa pandemi dan untuk meningkatkan kapasitas intelektual dalam melakukan penelitian.

b. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara untuk tetap mempertahankan usahanya dan mengembangkan usahanya.

c. Bagi institusi pendidikan dan pembaca/mahasiswa IAIN Kediri

Kajian ini dapat dijadikan sebagai kontribusi yang berharga dan dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan pengetahuan tentang UMKM.

E. Telaah Pustaka

Sebelum peneliti membahas lebih lanjut mengenai analisis strategi usaha mikro kecil dan menengah bidang kuliner dalam mempertahankan eksistensi usaha dimasa pandemi covid-19 di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri, Peneliti memeriksa beberapa karya ilmiah yang dapat dijadikan referensi referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Untuk beberapa penelitian telah ditemukan :

1. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM di Desa Gondang Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara* oleh Ahmad Fadli (2021) Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Mataram

Penelitian ini fokus pada pendapatan UMKM yang terkena dampak dari covid-19. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dilakukan dengan memperoleh data primer dan sekunder terkait UMKM di lokasi penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar, namun tidak semua, UMKM di wilayah Desa Gondang mengalami dampak penurunan pendapatan selama pandemi COVID-19. Adapun beberapa UMKM yang tidak berdampak pada pendapatan di masa pandemi ini, antara lain tukang pangkas rambut, food seller, dan workshop. Selain UMKM tersebut, rata-rata pendapatan juga mengalami penurunan selama pandemi COVID-19.

2. *Strategi Pemasaran UD. Jati Bening Desa Jatipandak Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan Perspektif Syariah Marketing* Skripsi oleh Nike Villa Meizy (2020) Mahasiswa IAIN Kediri

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan interview dan dokumen. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran aplikasi UD dapat dijelaskan. Jati Bening menjunjung aturan pemasaran Syariah yang dibuktikan dengan karakter realisme (Al Waqiiyyah) dan humanisme (Al Insaniyyah). Namun untuk sifat teistik (Raaniyah) dan akhlak (Akhlakiyyah) hal tersebut tidak terwujud karena UD. Jati Bening uys kayu jati Perhutani tanpa izin yang sah. Itu tidak sesuai dengan Syariah karena penjual tidak memiliki kekuatan untuk menegosiasikan barang

3. *Pengelolaan UMKM Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus di UMKM Tahu Kuning Milik Bapak Suyadi di Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri)* oleh Sari Anggun Cahya (2018)

Mahasiswa IAIN Kediri Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan UMKM Tahu milik bapak Suyadi. Penelitian ini menggunakan studi kualitatif. Prosedur pengumpulan informasi yang digunakan oleh peneliti diamati dan dokumentasi wawancara. Analisis informasi telah mencoa mengurangi presentasi dan dapat menarik kesimpulan. Para peneliti telah memperluas observasi dan meningkatkan evaluasi validitas informasi. Hasil penelitian ini (1) Pengelola UKM Tahu dilimpahkan kepada Bapak ThuyAdi di Desa Jatirejo Kecamatan Banyakan Kaupaten Kediri. Ada sesi khusus untuk perencanaan motivasi dan kontrol organisasi. Semuanya erjalan lancar karena perencanaan keuangan elum dipertimangkan secara detail karena anggaran teratas pada ekuitas langkah-langkahnya saling terkait dan dilakukan dengan enar untuk mencapai tujuan industri. (2) Pengelolaan UMKM Tahu dalam pengelolaan Syariah mengikuti anjuran ayat-ayat Al-Quran untuk menyelenggarakan setiap kegiatan mengalokasikan tanggung jawa sesuai dengan moilisasi keahlian dan manajemen. Tidak ada kegiatan lain dengan Syariah. Proses material dan manufaktur dilakukan dengan halal

4. *Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto)* oleh Khofifah Nur Ihza (2020), Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1325-1330

Kajian ini berfokus pada dampak Covid19 terhadap upaya usaha mikro kecil dan menengah untuk meningkatkan pendapatan dari periode pandemi. Hal ini telah dilakukan untuk menentukan tingkat dampak Covid19 dan pada saat yang sama upaya pengusaha untuk meningkatkan pendapatan mereka di tengah-tengah pandemi Covid19. Metode penelitian yang digunakan adalah metode

deskripsi kualitatif dengan pengumpulan data dalam bentuk wawancara yang membahas dengan agen perdagangan dan beberapa sumber lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Covid19 memiliki dampak signifikan pada perusahaan IKHWA Comps terutama mengurangi pendapatan dan daya beli masyarakat.. Perusahaan dagang telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan pendapatan antara lain pemahaman teknologi yang lebih baik melayani konsumen dan fokus pada kualitas barang yang dijual kepada konsumen

5. *Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta* oleh Dewi Ayu Kusumaningrum¹, Nicolaus Dwi Pangestu², Desy

Kajian ini bertujuan untuk menyatukan bagaimana strategi UMK kuliner di Jakarta dalam menghadapi pandemi Covid19 dari analisis kinerja perencanaan strategis bidang bisnis eksternal dan internal dan sesi evaluasi yang telah dicoba UMK selama pandemi. Strategi UMKM bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya energi manusia dengan menjajaki berbagai bentuk pelatihan selama pandemi. Harga produk kuliner selalu sama selama masa pandemi. Dari segi promosi pemasaran UMKM secara strategis meningkatkan proporsi iklan bisnis online menggunakan media sosial dan aplikasi layanan pengiriman online ternyata konsumen dan pemerhati bisnis kuliner sangat terbantu dengan kehadiran aplikasi online yang menghadapi pertumbuhan pesat dan peningkatan popularitas selama pandemi berkat dorongan dari media. Minta layanan pengiriman online

Kesamaan antara penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian lain menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Kedua, membahas strategi dan dampak COVID19 terhadap UMKM.

Sedangkan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian itu sendiri. Penelitian dalam penelitian ini berfokus bagaimana strategi UMKM bidang kuliner di Desa Mlati Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri dalam mempertahankan eksistensinya dimasa pandemi covid-19.