

MEMPERTAHANKAN BISNIS DI ERA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2021 STUDY DI TOKO ROTI SARI RASA DAN MORENA BAKI

Levia Madana, M Agnes Retnowati, Rizal Rifai, Aris Prio Agus Santoso
Jurusan Manajemen Bisnis, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan bisnis dalam mempertahankan bisnis di era pandemi Covid-19. UMKM adalah kegiatan usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. Pengertian serta aturan lengkap terkait UMKM telah dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha, mikro, kecil, dan menengah. salah satu contoh UMKM adalah Usaha Kuliner, Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan sebagai contoh adalah TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan field study atau juga yang disebut meninjau langsung kelapangan, dengan pengumpulan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara pemilik TOKO SARI RASA dan MORENA. Dalam melakukan strategi penjualan TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA masih menggunakan sistem manual, apa adanya dan masih tergantung dengan SDM (Sumber Daya Manusia). Dan seiring berjalan waktu apabila TOKO SARI RASA dan MORENA tidak menambahkan beberapa variasi dalam menu, menambah e-commerce kedalam aplikasi online dan menyediakan delivery order maka toko roti tersebut akan mengalami penurunan omset.

ABSTRACT

This research was conducted to determine business developments in maintaining business in the era of the Covid-19 pandemic. MSMEs are business activities or businesses run by individuals, households, and small business entities. The definition and complete rules related to MSMEs have been formulated in Law Number 20 of 2008 concerning businesses, micro, small, and medium enterprises. One example of MSMEs is the Culinary Business, one of the MSME businesses that is most loved even by young people. Armed with innovation in the food sector and not too large a capital, this business is quite promising considering that everyone needs food every day, for example, TOKO BREAD SARI RASA and MORENA. The research method used is a field study approach or also called direct review of the field, with secondary data collection obtained through interviews with SARI RASA and MORENA TOKO owners. In carrying out the sales strategy of TOKO ROTI SARI RASA and MORENA, they still use the manual system, as it is and still depend on HR (Human Resources). And over time, if TOKO SARI RASA and MORENA don't add some variations to the menu, add e-commerce to the online application and provide delivery orders, the bakery will experience a decrease in turnover.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi dimulai dalam lingkungan sosial, politik dan teknologi yang mendukung *keaktivitas* wirausaha. Bahwa dalam lingkungan yang mendorong kreativitas, akan melahirkan beberapa wirausahawan perintis yang mencoba mengimplementasikan ide-ide baru dalam bisnis. Kemandirian ekonomi merupakan salah satu faktor terpenting bagi pembangunan ekonomi, yaitu dengan merangsang jumlah wirausahawan dan meningkatkan kegiatan dalam bentuk dan usaha. Menurut Kementerian

Koperasi dan UKM Jumlah wirausahawan di Indonesia sebesar 3,10% dari total penduduk Indonesia tahun 2019, yaitu 225 juta orang. Angka ini tentunya jauh lebih rendah dibandingkan negara maju seperti Amerika yang pangsa wirausahanya mencapai 11%, sedangkan negara ASEAN Singapura 7% dan Malaysia 5% dari total penduduk. Wirausahawan adalah orang-orang yang akan memunculkan ide-ide baru, memanfaatkan peluang yang ada, bagaimana mereka mengandalkan pengetahuan mereka, mengambil risiko dan melakukan semuanya untuk menghasilkan efisiensi. Era globalisasi saat ini membuat UMKM dapat bertahan dari segala kendala usaha, terutama tingkat persaingan yang cukup tinggi. Meningkatkan inovasi produk dan layanan, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas bidang pemasaran adalah beberapa langkah tailor-made yang dilakukan UMKM saat ini. Pada pertengahan Maret 2020, Indonesia yang dilanda pandemi COVID-19, patut dicatat bahwa pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan sosial. Tentunya dengan terbatasnya ruang yang tersedia untuk aktivitas manusia khususnya aktivitas di luar ruangan, hal ini berdampak pada pergerakan perekonomian. Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu sektor perekonomian yang penjualannya menurun bahkan banyak yang terpaksa harus menutup proses produksinya karena terhambatnya distribusi hasil produksinya. Konsep pemberdayaan meliputi konsep pengembangan masyarakat dan pembangunan berbasis *community development*. Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan seseorang atau kelompok agar dapat melaksanakan tugas dan wewenangnya selama tugas itu dilaksanakan. Dengan kata lain, pemberdayaan berarti memberdayakan dan memperkuat masyarakat, meningkatkan harkat dan martabat masyarakat sehingga dapat lepas dari instrumen kemiskinan dan keterbelakangan. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian untuk mengidentifikasi peluang, masalah dan peluang usaha UKM, diketahui bahwa pentingnya modal manusia tidak kalah pentingnya, dengan manusia sebagai operator perangkat teknologi. Pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh tim pengabdian biasanya akan mendukung UMKM dalam pengelolaan usaha di bidang produksi, pemasaran, organisasi dan keuangan. Hal ini dilakukan dalam upaya mengembangkan pola pikir pelaku pasar menjadi wirausahawan mandiri yang tahu bagaimana berbisnis dan berbisnis yang menghasilkan keuntungan bagi diri mereka sendiri. Melalui kegiatan pemberdayaan ekonomi, masyarakat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang nantinya berguna dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pelaku UMKM membutuhkan perhatian pemerintah dari instansi yang tepat, keterampilan manajemen manajemen dan keterampilan bisnis lainnya, strategi pemasaran untuk membantu. Semakin banyak UKM berkembang, semakin baik lapangan kerja dan pendapatan masyarakat. UMKM berperan penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi, karena UMKM berperan dalam mengatasi pengangguran, untuk meningkatkan penyerapan tenaga kerja, sehingga pada akhirnya menjadi *erwardass by wisierd erwardass*. Mengingat pentingnya peran UMKM, penguatan masyarakat menjadi sangat penting untuk mempercepat pembangunan nasional. Kegiatan amal hendaknya memperhatikan kesesuaian materi pemberdayaan dengan permasalahan masyarakat, dalam hal ini UKM. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa kegiatan nirlaba mencapai tujuan yang diharapkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses ekonomi dan pembangunan. Untuk dapat bertahan di era persaingan, setiap pelaku UMKM harus memiliki keterampilan yang dapat diperoleh melalui pelatihan. Sasaran hasil dapat diukur sebelum dan sesudah pelatihan jika kegiatan pengabdian dilakukan dalam bentuk pelatihan bagi mitra

UMKM. Dalam suatu organisasi, pemberdayaan harus dilakukan untuk mencapai sumber daya manusia yang berkomitmen untuk maju dan loyal terhadap pencapaian tujuan bisnis. Pemberdayaan masyarakat juga melibatkan pengembangan masyarakat dalam arti bahwa metode pendampingan merupakan upaya yang sangat efektif dalam mencari solusi permasalahan khususnya permasalahan ekonomi di masyarakat. Pemberdayaan menggambarkan kemampuan seseorang, terutama kelompok lemah, untuk mengakses sumber daya produktif, meningkatkan pendapatannya, dan berpartisipasi dalam proses pembangunan. Persepsi pemberdayaan harus dioptimalkan agar partisipasi manusia dalam aktivitas suatu sistem juga dapat meningkat. Salah satu bisnis yang masih bisa dikembangkan di era new normal ini adalah kuliner, karena makanan adalah kebutuhan semua orang, namun kita harus bisa membaca kemungkinan kuliner mana yang masih bisa diterima oleh semua kalangan masyarakat. Contohnya adalah roti, sumber karbohidrat di dalamnya bisa membuat kita cepat merasa kenyang jika makan nasi. sekarang banyak orang lebih memilih sarapan dengan roti karena dianggap lebih nyaman. Para pelaku usaha roti juga sudah mulai berinovasi untuk mengembangkan usahanya agar lebih diterima oleh masyarakat, tua maupun muda, untuk menikmatinya. Sebagai contoh, TOKO SARI RASA dan MORENA, TOKO SARI RASA telah menjadi salah satu perusahaan bakery dengan pertumbuhan tercepat selama 7 tahun dari 2014 hingga 2021. awal pembukaan toko di wilayah Jatinom dengan nama "SARI RASA", semakin lama toko dibangun, semakin berkembang. Pada awalnya mulai berkembang pesat, membuka 21 toko, setelah beberapa lama mengalami penurunan akibat kelalaian manajemen di toko, maka ada 14 toko yang bertahan sendiri yaitu Toko Morena 3, Toko Sari Rasa 9 dan yang baru. Nama memiliki 2 cabang. Pada tahun 2017, mulai berkembang dan mulai mengembangkan nama baru yang disebut TOKO BREAD MORENA. TOKO ROTI MORENA terletak di desa. Seiring berjalannya waktu, TOKO MORENA ROTI mulai mengalami kemajuan dengan dibukanya gerai baru di Gawok, Klaten, Pati. Ketika memulai sebuah toko roti, satu orang menjadi sentral, kemudian pemilik mengajak teman-teman untuk membuka usaha bersama. Dengan menggabungkan beberapa orang dalam manajemen yang sama kemudian membangun bisnis bakery "Sari Rasa dan Morena". Tujuan dari survei ini adalah untuk menilai banyak pelaku usaha yang bangkrut selama Covid 19 dibandingkan sebelum Covid 19 masuk ke Indonesia. SARI RASA dan MORENA SHOP juga merasakan dampak dari Covid 19. Cara mereka mempertahankan bisnis di masa pandemi adalah dengan mengurangi produksi kue dan roti. Karena pendapatan yang menurun dan kebutuhan untuk mempertahankan bisnis agar tidak bangkrut, TOKO SARI RASA dan MORENA mulai mengurangi jumlah dan biaya produksi.

2. METODE PENELITIAN :

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan field study atau juga yang disebut meninjau langsung lapangan, dengan pengumpulan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara pemilik *TOKO SARI RASA dan MORENA*. Yang berlokasi di desa Baki Sukoharjo, data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif. Untuk mengetahui seperti apa upaya yang dilakukan *TOKO ROTI SARI RASA DAN MORENA* untuk mempertahankan bisnis di era pandemi Covid 19.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN :

Dari hasil yang dilakukan pada 15 Oktober 2021 wawancara dengan pemilik *TOKO SARI RASA dan MORENA* dalam mempertahankan bisnis di era pandemi Covid 19 tahun 2021 sebagai hasil :

1. Melakukan inovasi produk berdasarkan kebutuhan

Didalam usaha umkm toko Sari Rasa dan Morena belum terdapat inovasi baru yang mampu menarik lebih banyak minat pembeli. Akan tetapi untuk menu yang biasanya ditawarkan sudah mencukupi kebutuhan pasar dikalangan kelas bawah sampai kelas atas dalam segi ekonomi.

Seharusnya *TOKO SARI RASA dan MORENA* lebih menambah inovasi dalam penjualan kue dan roti. Terutama kue yang tengah dibicarakan masyarakat contohnya rainbow cake, kue bertema coklat, varian baru roti bertema kue kering seperti brownies kering, bolu kering, kue lapis kering, dan lain lain.

2. Mempertahankan standar kualitas produk

Untuk standar kualitas produk di *TOKO SARI RASA dan MORENA* sudah bagus dan terjamin aman sampai tujuan. Dengan pengemasan yang rapat dan kualitas produk yang mengutamakan kebersihan menurut peneliti sudah cukup mumpuni untuk diedarkan dimasyarakat luas. Kebersihan dalam pembuatan kue, dan pengemasan dalam bungkus makanan sudah cukup menarik perhatian masyarakat.

3. Memaksimalkan layanan pengiriman di hari yang sama (same day delivery)

Di *TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA* belum menyediakan layanan jasa pengiriman, Toko roti ini masih mengharapkan pembeli akan datang. Dan belum ada inovasi untuk jasa delivery order atau pemesanan lewat media online

Seharusnya di era teknologi yang sudah maju ini *TOKO SARI RASA dan MORENA* menyediakan jasa pesan antar seperti restoran Pizza hut, KFC, Mcd, dll. Supaya masyarakat dipermudah dalam memesan suatu produk roti.

4. Memanfaatkan e-commerce dan fitur-fiturnya

Untuk Toko Roti Sari Rasa dan Morena masih menggunakan cara manual, dan masih belum ada rencana untuk menggunakan layanan e-commerce seperti grab, gofood, shopeefood, dll. Sehingga masyarakat luas belum mengenal *TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA* Seharusnya untuk *TOKO SARI RASA dan MORENA* menggunakan apk masa kini yang banyak digunakan oleh masyarakat luas seperti Grab, gojek, dan shopeefood. Diharapkan toko Sari Rasa dan Morena lebih dikenal oleh masyarakat umum dan sekitarnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan, maka kesimpulan yang didapat sehubungan dengan hasil penelitian, sebagai berikut:

Dalam melakukan strategi penjualan *TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA* masih menggunakan sistem manual, apa adanya dan masih tergantung dengan SDM (Sumber Daya Manusia). Dan seiring berjalan waktu *apabila TOKO SARI RASA dan MORENA* tidak menambahkan beberapa variasi dalam menu, menambah e-commerce kedalam aplikasi online dan menyediakan delivery order maka toko roti tersebut akan mengalami penurunan omset. Dalam segi inovasi *produk TOKO SARI RASA dan MORENA* masih belum menamahkan inovasi teraru dan masih menggunakan menu yang dijual seperti baisanya.

Untuk kualitas produk roti dari *TOKO SARI RASA dan MORENA* sudah cukup baik dan terawat. Dari segi kebersihan toko, kualitas produk roti yang mampu bertahan satu sampai dua minggu. Dalam proses pembuatan roti juga mengutamakan kebersihan dalam pembuatan tahap awal roti sampai akhir.

Dalam segi pengantaran dihari yang sama *TOKO SARI RASA dan morena* belum memiliki konsep delivery order, masih menggunakan sistem manual yaitu menunggu pembeli datang langsung ke toko.

Dalam segi pemanfaatan e-commerce dan fitur-fitur berbasis online *TOKO SARI RASA dan MORENA* masih belum hadir dalam aplikasi online seperti GOFOOD, GRABFOOD, SHOPEEFOOD yang bisa dijangkau masyarakat luas. Oleh karena itu dalam era pandemi Covid-19 *TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA* masih tertinggal jauh seperti toko roti lain. Omset pendapatannya menurun dalam era pandemi Covid-19. Sehingga menyebabkan beberapa Cabang dari *TOKO ROTI SARI RASA dan MORENA* mengalami gulung tikar.

4.2. SARAN

Berdasarkan pengamatan peneliti mengenai strategi pemasaran produk yang diterapkan UMKM Toko Roti Sari Rasa dan Morena maka adapun saran yang ingin peneliti sampaikan adalah berikut:

1. Diharapkan *TOKO SARI RASA dan MORENA* dapat menambah variasi menu berupa contohnya rainbow cake, kue bertema coklat, varian baru roti bertema kue kering seperti brownies kering, bolu kering, kue lapis kering, dan lain lain.
2. Menambahkan opsi layanan delivery order atau pesan antar untuk mempermudah konsumen dalam membeli produk yang disediakan *TOKO SARI RASA dan MORENA*. Supaya produk roti dikenal dimasyarakat luas tidak hanya masyarakat sekitar tetapi juga masyarakat pada umumnya yang sering menggunakan layanan pesan antar.
3. menambahkan fitur layanan pemesanan online melalui media aplikasi online seperti GOFOOD, GRABDOOD, SHOPEEFOOD, dan lain lain. Demi mempermudah konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Konsumen tidak perlu datang langsung ketempat akan tetapi bisa memesan melalui media aplikasi online.

5. DAFTAR PUSTAKA :

- Sukendar, Aris Prio Agus Santoso, Raden Ade Rifai, Risma Dewi Hermawan, “Kebebasan Berdagang Di Tengah PPKM Darurat Ditinjau Dari Sudut Pandang Sosiologi Jurisprudence Dan Konsep Keadilan, Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), Vol. 5 No.3 Juli 2021
- Boge Triatmanto, Anwar Sanusi, dan Aris Siswati,“(Strategies for Maintaining Business and Increasing the Role of the Community during the Covid-19 pandemic in Zheng Batik Community Economic EmpowermentActivities)”, JAST : Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi, 4(2), 2020, page 142-152 November 2020
- Eva Dwi Astutika , Chyntia Fiorika Silalahib , Ana Insyafiatul Azizahc , Elvika Nur Anjanid , Syeren Al Gistae , Ramadhan Alfarizif, “STRATEGI BISNIS “CEJE DW FROZEN FOOD” PADA MASA PANDEMI COVID-19”, Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Volume 5 Nomor 1, 2021
- Wan Laura Hardilawati, “The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic”, Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Vol. 10 No. 1, Juni 2020
- Ningtyas, P. K., Sunarko, B., & Jaryono. (2015). “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm Oleh”. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm Oleh, 2, 95–107.
- Hardilawati, W. L. (2019).” Model Pemasaran Hubungan Pelanggan, Inovasi Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Ukm Di Pekanbaru”, Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 9(2), 213–222.
- Prabowo, W. A. (2018). “Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur”, Jurnal Manajemen Pemasaran, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>
- Pradana, M. (2016). “Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia”, Modus, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Aris Prio Agus Santoso, et.all, “Legal Protection of Health Workers in the Task Force for the Acceleration of Handling Covid-19 from a State Administrative Law point of View”, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Pendidikan, Vol. 5, No. 2, 2021-12-31

Aris Prio Agus Santoso, dan Tatina Siska Wardani, " *Pemutusan Hubungan Kerja Di Tengah Pandemi Covi-19 Ditinjau Dari Sudut Pandang Hukum Ketenagakerjaan*", UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum Ekonomi, Vol. 6, No. 1, 202