

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP
RESILIENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
KEDAI KOPI DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh :

SALSA RACHMA AGUSTINA

NIM : G71218052



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
SURABAYA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsa Rachma Agustina

NIM : G71218052

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi

Judul Skripsi : Analisis Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi
Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di
Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 05 Mei 2022

Saya yang menyatakan,



Salsa Rachma Agustina

NIM. G71218052

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul, “Analisis Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Kota Surabaya” yang ditulis oleh Salsa Rachma Agustina NIM. G71318052 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 05 Mei 2022

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Kafabih', written over a horizontal line.

Abdullah Kafabih, M.S.E.

NIP. 199108072019031006

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Salsa Rachma Agustina NIM G71218052 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada Senin, 11 Juli 2022 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi.

Majelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I




Abdullah Kafabih, M.S.E.
NIP. 199108072019031006

Penguji II



Hj. Nurlailah, S.E., M.M.
NIP. 196205222000032001

Penguji III,



Ana Toni Roby Candura Yudha, M.S.E.I.
NIP. 201603311

Penguji IV,



Debby Nindya Istiandari, M.E.
NIP. 199512142022032002

Surabaya, 11 Juli 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Syariful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsa Rachma Agustina
NIM : G71218052
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
E-mail address : salsarachma08@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

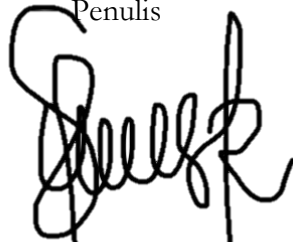
**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP RESILIENSI
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KEDAI KOPI DI KOTA
SURABAYA**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2022

Penulis

(
Salsa Rachma Agustina
)

ABSTRAK

Skripsi penelitian dengan judul “Analisis Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Kota Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai dampak COVID 19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya dan strategi yang dilakukan pemilik kedai kopi di Surabaya terhadap resiliensi usaha di masa pandemi.

Analisis data penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dengan cara observasi, serta melakukan wawancara dan dokumentasi. Sumber pada penelitian ini yaitu pemilik atau karyawan kedai kopi di Kota Surabaya Informan dalam penelitian ini adalah pemilik kedai kopi, konsumen dan aparat kepolisian, serta informan pendukung penelitian ini.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi para pelaku ekonomi, salah satunya yaitu pebisnis kedai kopi yang memiliki keserupaan dampak yang dirasakan, di antaranya yaitu berkurangnya kuantitas penjualan, sehingga berpengaruh terhadap jumlah pendapatan. Timbulnya dukungan dari diri sendiri, sehingga pemilik kedai kopi menentukan strategi resiliensi di masa pandemi COVID 19 adalah dengan mengutamakan kualitas produk dan pelayanan, menggunakan teknologi dengan optimal, mengupayakan *Customer Relationship Marketing* (CRM), dan memaksimalkan perkembangan usaha. Memanfaatkan sosial media guna memasarkan suatu produk merupakan salah satu tindakan yang tepat untuk memecahkan suatu permasalahan, sehingga UMKM kedai kopi di Kota Surabaya dapat mempertahankan usahanya dan dapat menstabilkan pendapatan di masa pandemi COVID 19.

Adanya hasil penelitian ini diharapkan untuk pelaku UMKM kedai kopi harus dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, memanfaatkan sosial media, meningkatkan literasi digital, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen agar UMKM dapat bertahan dan menyesuaikan dengan kondisi pandemi COVID 19.

Kata Kunci : Kedai Kopi, UMKM, Pendapatan, Resiliensi, Strategi

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Kajian Pustaka	11
E. Tujuan Penelitian.....	24
F. Kegunaan Hasil Penelitian.....	24
G. Definisi Operasional.....	25
H. Metode Penelitian	26
I. Sistematika Pembahasan	32
BAB II LANDASAN TEORI	35
A. Kedai Kopi.....	35
B. <i>Coronavirus Disease 19</i> (COVID 19)	36
C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	38

D. Pendapatan.....	41
E. Resiliensi	44
F. Kerangka Berpikir Teoritis.....	52
BAB III DATA PENELITIAN	53
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
B. Dampak Pandemi COVID 19 serta Strategi Pemilik Kedai Kopi di Kota Surabaya terhadap Resiliensi Usaha di Masa Pandemi	57
BAB IV ANALISIS DATA	65
A. Dampak Pandemi COVID 19 terhadap UMKM Kedai Kopi di Kota Surabaya .	65
B. Strategi Pemilik Kedai Kopi di Surabaya terhadap Resiliensi Usaha di Masa Pandemi	69
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kendala UMKM Jawa Timur.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Teoritis.....	52
Gambar 3. 1 Peta Kota Surabaya.....	54



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kontribusi UMKM terhadap PDRB Jawa Timur.....	3
Tabel 1. 2 Data Kedai Kopi.....	28
Tabel 3. 1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya Menurut Umur dan Jenis Kelamin 2020.....	56
Tabel 4.1 Pendapatan UMKM Kedai Kopi di Kota Surabaya Sebelum dan Saat Pandemi COVID 19.....	68
Tabel 4.2 Hasil Penelitian.....	72



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia mengalami kendala ditengah tumbuh dan berkembangnya perekonomian domestik. Menurut Badan Pusat Statistik pertumbuhan laju perekonomian Indonesia sepanjang tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 2,07 persen dibanding dengan tahun 2019.¹ Penurunan tersebut disebabkan munculnya pandemi *Coronavirus disease 2019* (COVID 19). COVID 19 merupakan salah satu penyakit menular yang dapat menyebabkan infeksi saluran pernafasan seperti batuk, flu, demam hingga lebih parahnya dapat mengakibatkan kematian.

COVID 19 dideteksi pertama kali pada akhir tahun 2019 di kota Wuhan, China.² Hanya selang beberapa bulan setelah kasus pertama ditemukan, penyebaran virus ini meningkat pesat sehingga menyebabkan 213 negara terinfeksi. COVID 19 ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) menjadi wabah Internasional pada 30 Januari 2020. Selepas adanya pengesahan dari WHO pada tanggal 2 Maret 2020 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) menyatakan bahwa COVID 19 menjadi pandemi nasional. Bersumber pada data Kemenkes RI total penduduk yang positif terinfeksi COVID 19 sejak kasus awal hingga per tanggal 4 Januari 2022 bertambah sebanyak 299 kasus, tersebar di seluruh provinsi

¹ “Badan Pusat Statistik,” *accessed February 15, 2022*, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>.

² Andi Amri, “Dampak COVID 19 terhadap UMKM di Indonesia,” *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (June 29, 2020): 123–31.

Indonesia dengan total 4.263.732 jiwa, dengan jumlah kesembuhan pasien 4.114.969 jiwa dan kematian pasien berjumlah 144.105 jiwa penduduk Indonesia.³

Virus COVID 19 yang sudah menyebar di seluruh dunia telah memberikan pengaruh yang begitu besar terhadap situasi perekonomian global, begitupun perekonomian di Indonesia. Terlihat dari nilai investasi, bisnis dan pariwisata yang mengakibatkan pendapatan negara berkurang dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang menurun. Pemerintah Indonesia telah memutuskan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) guna memotong gelang rantai penyebaran COVID 19 yang sedang diterapkan terutama di Kota Surabaya. Meski tingkat pasien terus bertambah dan angka pada kematian bertambah dengan cepat disertai dengan hadirnya berbagai macam keluhan, yang menyebabkan adanya ketidakpastian terhadap laju perekonomian Indonesia.

COVID 19 berpengaruh begitu besar terutama pada sektor UMKM. di Indonesia UMKM mempunyai kriteria khusus terkait omzet di antaranya yaitu usaha mikro yang memiliki omzet per tahun maksimal Rp 300juta, di sisi lain omzet usaha kecil mulai Rp 300juta hingga Rp 2,5 miliar, sedangkan omzet dari usaha menengah mulai Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar. Pada umumnya pengunjung yang berdatangan ke tempat wisata akan membeli oleh-oleh pada para pedagang kecil seperti UMKM, namun dengan adanya PPKM yang sudah diberlakukan berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang berkurang sehingga pendapatan para UMKM juga berkurang. UMKM memiliki kedudukan terpenting dalam perekonomian. Pada tahun 2016, Bank Indonesia menyatakan bahwa UMKM

³ Website Resmi Penanganan COVID-19, "Beranda," COVID19.go.id, *accessed February 5, 2022*, <https://COVID19.go.id/>.

menempati urutan pertama dalam daftar unit usaha di Indonesia serta merupakan bentuk yang paling banyak menarik tenaga kerja di sektor usaha mikro.⁴ Sehingga pemerintah Indonesia perlu memberikan perhatian penuh kepada sektor UMKM. Dalam menaikkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur, UMKM mempunyai kontribusi terhadap perubahan PDRB Jawa Timur dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 1
Kontribusi UMKM terhadap PDRB Jawa Timur Tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah PDRB (Triliun) (Rp)	Persentase (%)
2016	1.855,04	54,42%
2017	2.019,19	56,62%
2018	2.189,78	56,93%
2019	2.345,79	57,26%
2020	2.299,46	57,25%

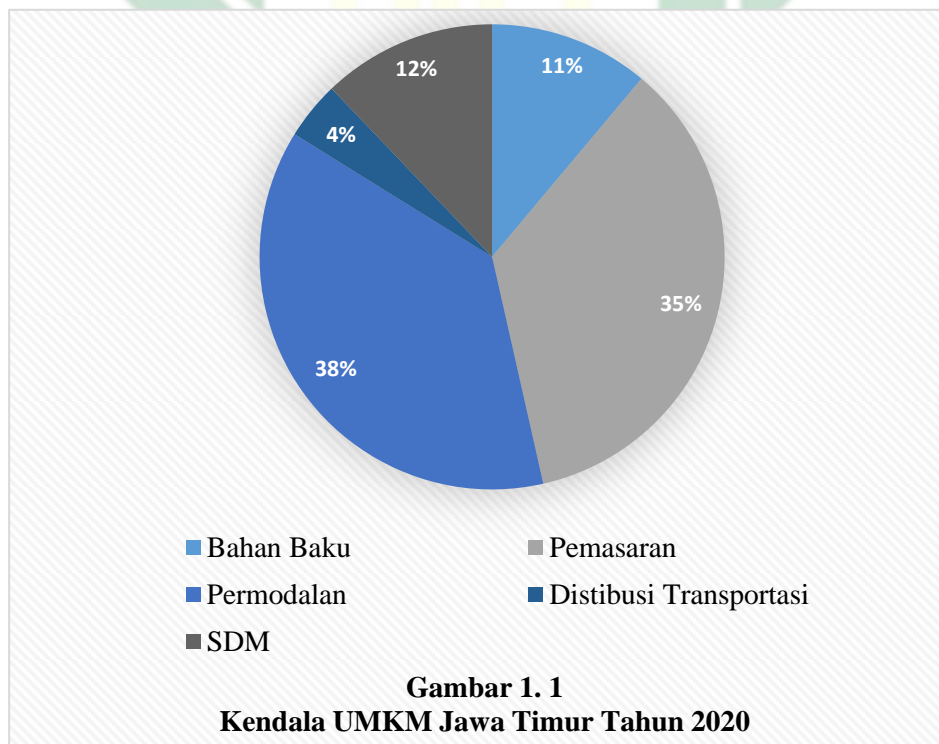
Sumber : Dinas Koperasi & UKM Jatim BPS 2021

Berdasarkan tabel 1.1, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur dari tahun 2016-2020 mengalami perubahan. Pada tahun 2016 sebesar 54,42%. Pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 56,62%, selisih dengan tahun sebelumnya sebanyak 2,2%. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 56,93%, selisih dengan tahun sebelumnya sebanyak 0,31%. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebanyak 57,26%, selisih dengan tahun sebelumnya sebanyak 0,33%. Pada tahun 2020 mengalami penurunan terhadap

⁴ “Buku BI 5_Kajian Potensi Penerapan Sekuritisasi Aset Kredit UKM_REV.Pdf,” *accessed February 5, 2022*, https://www.bi.go.id/id/UMKM/penelitian/Documents/Buku%20BI%205_Kajian%20Potensi%20Penerapan%20Sekuritisasi%20Aset%20Kredit%20UKM_REV.pdf.

kontribusi PDRB sebanyak 2.299,46 triliun atau 57,25%, selisih dari sebelumnya sebanyak 0,01%.⁵

Fenomena terjadinya COVID 19 telah merubah kegiatan UMKM, yang semestinya kegiatan tersebut membutuhkan kehadiran fisik, namun dengan adanya fenomena ini membuat banyak kegiatan UMKM yang terkendala dikarenakan adanya kebijakan PPKM. Dampaknya yaitu terjadi pengurangan terhadap permintaan produk, maka pendapatan UMKM juga mengalami penurunan. Sehingga kebijakan yang diambil oleh pemilik suatu usaha dalam mempertahankan usahanya dengan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh beberapa UMKM di antaranya yaitu :



Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Jatim Tahun 2020

⁵ Dinas Koperasi & UKM, "Satu Data - Dinas Koperasi dan UKM Jatim," accessed February 5, 2022, https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/.

Gambar 1.1 menggambarkan kendala yang dihadapi oleh UMKM saat terjadi pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi antara lain yang berdominan dari segi permodalan sebanyak 37 persen dan pemasaran sebanyak 35 persen.⁶ Sehingga muncul permasalahan yang ada pada setiap usaha, antara lain adanya penurunan dalam produksi sebuah usaha serta pengurangan tenaga kerja, bahkan terdapat usaha yang rela untuk gulung tikar disebabkan adanya kebijakan PPKM guna memotong gelang rantai penyebaran COVID 19 yang saat ini sedang berkembang. Fenomena adanya pandemi COVID 19 ini berpengaruh besar terhadap pendapatan suatu usaha di Kota Surabaya. Namun dampak tersebut dirasakan berbeda oleh setiap UMKM salah satunya yaitu usaha kedai kopi, di mana terdapat keuntungan serta kerugian yang terjadi dari adanya fenomena ini.

Kedai kopi merupakan industri yang membutuhkan banyak tenaga kerja dengan kemampuan yang berkualitas, sehingga dapat menciptakan pelayanan yang terbaik. Kedai kopi tidak sebatas tempat yang menyajikan produk seperti minuman dan makanan, namun kedai kopi saat ini berlomba untuk menjual penyajian fasilitas seperti *live music*, wifi, tayangan film, televisi, bahkan terkadang terdapat perpustakaan dengan desain yang menarik agar konsumen dapat bersantai dan nyaman di kedai kopi tersebut. Namun, dengan adanya pandemi COVID 19 membuat operasional usaha suatu kedai kopi berubah, yang awalnya kedai kopi mulai melayani konsumen dari pagi hingga larut malam, berubah jam operasionalnya yang mengikuti sesuai aturan pemerintah yang berlaku yaitu hanya

⁶ Dinas Koperasi & UKM, "Satu Data - Dinas Koperasi dan Ukm Jatim," accessed February 6, 2022, https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/.

sampai pukul 09.00 malam saja. Begitu juga dengan jumlah konsumen, dengan adanya peraturan yaitu sebuah larangan terjadinya kerumunan maka jumlah konsumen dari kedai kopi dibatasi, yang membuat pendapatan dari usaha tersebut tidak mencapai target, sehingga pihak kedai kopi melakukan pengurangan terhadap tenaga kerjanya. Namun, pihak kedai kopi tetap melakukan langkah agar dapat mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID 19 ini dengan melakukan pemasaran melalui media sosial, seperti Instagram, facebook dan media sosial lainnya. Adapun pelayanan melalui ojek terhadap, sehingga nama dari suatu kedai kopi tidak redup dan dapat sedikit menambah pendapatan untuk mencapai target.

Penelitian yang dilakukan oleh Betty Silfia Ayu Utami menjelaskan tentang dampak pandemi COVID 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia ini, yang bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia dan melihat upaya pemerintah saat mengakomodasikan UMKM agar bisa mempertahankan usaha saat menghadapi COVID 19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data referensi menggunakan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID 19 berpengaruh besar pada perekonomian seluruh negara, terutama di Indonesia. UMKM yang mempunyai tingkatan teratas dalam perekonomian juga menuai pengaruh COVID 19 sehingga menyebabkan kinerja daya beli dan konsumsi (permintaan) masyarakat berdampak pada sisi persediaan yang memutus relasi kerja dan risiko pembayaran kredit menjadi macet.⁷

⁷ Betty Silfia Ayu Utami, "Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Sektor UMKM di Indonesia," no. 1 (June 30, 2021): 1-7.

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Amri menjelaskan tentang dampak COVID 19 terhadap UMKM di Indonesia ini, yang bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID 19 terhadap UMKM di Indonesia. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data tambahan maka menggunakan teknik arsip. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID 19 berpengaruh besar pada perekonomian, terutama di Indonesia. UMKM yang mempunyai tingkatan teratas dalam perekonomian juga menuai pengaruh COVID 19 sehingga menyebabkan terjadinya pengurangan kinerja, bermula dari pembuatan hingga imbalan pun mengalami pengurangan. Sehingga dibutuhkan adanya kebijakan agar UMKM tetap berjalan dengan wajar walaupun di masa pandemi COVID 19 ini.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Endang tentang resiliensi usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan kebijakan pemerintah di masa pandemi COVID 19. Menjelaskan bahwa Indonesia sedang menghadapi kembali krisis ekonomi, yang disebabkan oleh pandemi COVID 19. Sehingga nyaris semua UMKM mengalami gulung tikar, terdapat berbagai strategi yang dilakukan oleh pemilik UMKM agar usahanya tetap berjalan meskipun adanya kendala dari pandemi COVID 19 ini. Memanfaatkan berbagai macam platform *terhadap* untuk memasarkan dan menjual sebuah produk merupakan salah satu strategi yang dilakukan, sehingga sangat

⁸ Amri, "Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia."

dibutuhkan peran pemerintah dalam membantu keuangan UMKM, seperti anggaran pinjaman, bahkan bantuan sosial berupa modal usaha.⁹

Setiap individu pasti memiliki kesulitan yang berbeda dalam proses kehidupannya, dan jika individu tidak bisa menerima maka akan mendapatkan sesuatu yang membuat kecewa. Hal itu bisa dihindari dengan cara mengalahkan emosional yang ada dalam diri sendiri, serta diperlukan juga adanya resiliensi yang dapat membuat individu bangkit kembali dan menjadikan kesulitan sebagai tantangan bukan ancaman. Namun, jika tidak adanya sebuah resiliensi maka seseorang akan tetap dalam kondisi terpuruk dan tidak akan mempunyai sifat pemberani serta rasionalitas yang tinggi. Resiliensi akan muncul ketika seseorang dihadapkan dengan berbagai masalah dan pengalaman yang sulit agar mampu beradaptasi dengan semua itu. Resiliensi diartikan sebagai kemampuan dalam menghadapi tantangan, di mana dapat digunakan untuk beradaptasi dengan situasi yang mengancam. Resiliensi menurut Jordan dan Javernick-Will adalah kesanggupan seseorang yang dipunya ketika menjumpai dampak dari adanya suatu masalah atau bencana, sehingga dapat berusaha dalam menangani suatu dampak agar situasi dapat kembali normal seperti sebelum adanya masalah atau bencana tersebut.

Strategi resiliensi UMKM sebagai penguji kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan bisnisnya pada kondisi yang tidak nyaman. Kondisi pandemi membuat ujian terberat bagi para pelaku UMKM, di mana jika dalam diri seseorang

⁹ Dewi Amaliah Nafati Raharjo and Endang Sri Mulyani, "Resiliensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi COVID 19," *Jurnal Utilitas* 6, no. 2 (October 26, 2020): 1–8, <https://doi.org/10.22236/utilitas.v6i2.5250>.

tidak tertanam dengan kuat tentang unsur “*why*” akan menjadi suatu masalah dan penghalang ketika berbisnis. Bagi penggerak UMKM harus menggunakan mental dan *mindset* yang kuat disertai dengan memiliki jiwa seseorang *entrepreneur* yang mampu berpikir tanpa adanya sikap emosional tinggi. Selain itu, pelaku UMKM harus bisa mempertahankan bisnis dengan cara menciptakan kualitas produk yang tidak merugikan bagi konsumen. Sehingga akan memunculkan ide-ide kreatif dalam bisnis dan mampu mengatasi permasalahan untuk dicarikan sebuah solusi paling baik agar bisnis tetap bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, penggerak UMKM dianggap paling penting karena dijadikan sebagai strategi baru untuk tetap bisa bertahan dan mampu mengatasi berbagai kendala yang telah terjadi selama COVID 19 berlangsung.

Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID 19 terhadap UMKM, yang di mana terdapat pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID 19. Penggunaan pendekatan studi kasus kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan dengan yang lain yaitu terletak pada objek penelitian yang akan dikerjakan di bidang kedai kopi. Pada umumnya riset mengenai dampak pada sektor UMKM telah banyak dibahas. Namun, riset mengenai UMKM yang berfokus pada bidang kedai kopi belum ada peneliti yang membahasnya, maka dari itu pembahasan ini menarik perhatian peneliti serta

diangkat sebagai topik dalam penulisan ini dengan judul “**Analisis Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya**”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran tulisan peneliti di atas, maka teridentifikasi masalah yang akan muncul antara lain yaitu :

- a. Terdapat aturan dari pemerintah mengenai larangan berkerumun serta jam aktivitas yang dibatasi.
- b. Jumlah konsumen menurun akibat berkurangnya kegiatan masyarakat di luar rumah.
- c. Pendapatan UMKM kedai kopi menurun akibat pandemi COVID 19.
- d. Keterbatasan strategi UMKM kedai kopi dalam mengembangkan usahanya akibat pandemi COVID 19.
- e. Kekurangan antara jaringan interaksi dengan konsumen melalui media sosial.

2. Batasan Masalah

Sebagaimana permasalahan yang sudah dipaparkan pada identifikasi diatas, agar peneliti fokus pada penulisan skripsi serta tidak keluar dari pembahasan, maka peneliti membatasi permasalahan yang akan dibahas menjadi :

- a. Analisis terhadap aturan pemerintah mengenai keterbatasan jam aktivitas yang mengakibatkan jumlah konsumen menurun serta berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kedai kopi.
- b. Analisis keterbatasan strategi UMKM kedai kopi dalam mengembangkan usahanya akibat pandemi COVID 19.
- c. Analisis kekurangan antara jaringan interaksi dengan konsumen melalui media sosial.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan di atas, maka terdapat rumusan masalah pada penulisan skripsi ini yaitu :

1. Bagaimana dampak COVID 19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan pemilik kedai kopi di Surabaya terhadap resiliensi usaha di masa pandemi?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan upaya untuk memperoleh data yang sudah ada. Terdapat beberapa data penelitian yang telah dianalisis sehingga mampu membantu dalam penulisan skripsi tentang dampak COVID 19 terhadap UMKM sehingga dapat dijadikan patokan dan referensi di antaranya yaitu sebagai berikut :

1. Betty Silfia Ayu Utami melakukan penelitian tentang “Dampak Pandemi COVID 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia dan melihat upaya pemerintah saat

mengakomodasikan UMKM agar bisa mempertahankan usaha saat menghadapi COVID 19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data referensi menggunakan teknik dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID 19 berpengaruh besar pada perekonomian seluruh negara, terutama di Indonesia. UMKM yang mempunyai tingkatan teratas dalam perekonomian juga menuai pengaruh COVID 19 sehingga menyebabkan kinerja daya beli dan konsumsi (permintaan) masyarakat berdampak pada sisi persediaan yang memutus relasi kerja dan risiko pembayaran kredit menjadi macet.¹⁰ Berdasarkan penjabaran penelitian Betty Silfia Ayu Utami mengenai “Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Sektor UMKM di Indonesia” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID 19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

¹⁰ Utami, “Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Sektor UMKM di Indonesia.”

2. Andi Amri melakukan penelitian tentang “Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID 19 terhadap UMKM di Indonesia. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data tambahan maka menggunakan teknik arsip. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh besar pada perekonomian, terutama di Indonesia. UMKM yang mempunyai tingkatan teratas dalam perekonomian juga menuai pengaruh COVID-19 sehingga menyebabkan terjadinya pengurangan kinerja, bermula dari pembuatan hingga imbalan pun mengalami pengurangan. Sehingga dibutuhkan adanya kebijakan agar UMKM tetap berjalan dengan wajar walaupun di masa pandemi COVID-19 ini.¹¹ Berdasarkan penjabaran penelitian Andi Amri mengenai “Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

¹¹ Amri, “Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia.”

3. Sharfina Nabilah, Muhammad Nursan, Pande Komang Suparyana melakukan penelitian tentang “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food di Kota Mataram)”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak yang relevan mengenai pandemi COVID-19 terhadap UMKM seafood dan cara apa yang dilakukan oleh pemilik usaha agar bisnis dapat meningkat serta tetap berjalan di masa pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data tambahan maka menggunakan teknik wawancara secara langsung dengan pemilik usaha . Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh cukup besar pada perekonomian. Pada umumnya, pandemi membawa pengaruh buruk sehingga terjadi pengurangan dalam hal apapun pada bisnis, namun berbanding terbalik pada usaha ini, di mana terjadi adanya kenaikan penghasilan sebanyak 60% di masa pandemi seperti ini. Penyebab utama zeo food dapat mengalami kenaikan penghasilan di masa pandemi COVID-19 yaitu menjalankan penjualannya melalui media sosial, serta memperbaiki CRM, kualitas produk dan pelayanan.¹² Berdasarkan penjabaran penelitian Sharfina Nabilah, Muhammad Nursan, Pande Komang Suparyana mengenai “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food di Kota Mataram)” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas

¹² Sharfina Nabilah, Muhammad Nursan, and Pande Komang Suparyana, “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food xjDi Kota Mataram),” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 12 (April 28, 2021): 2655–60, <https://doi.org/10.47492/jip.v1i12.438>.

mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

4. Khofifah Nur Ihza melakukan penelitian tentang “Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesrejo, Kemlegi, Mojokerto)”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID 19 terhadap UMKM serta usaha apa yang dilakukan guna pendapatan suatu bisnis tetap meningkat di masa pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data tambahan maka dilakukannya wawancara langsung dan menggunakan teknik arsip. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 sangat berpengaruh besar pada UMKM ikhwa comp. Salah satu dampak yang terjadi yaitu adanya penurunan dalam tingkat daya beli sehingga berpengaruh kepada pendapatan. Maka ikhwa comp melakukan usaha untuk meningkatkan kembali pendapatannya dengan mempelajari lebih dalam mengenai penjualan di media sosial, serta memperbaiki kualitas produk dan

pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.¹³ Berdasarkan penjabaran penelitian Khofifah Nur Ihza mengenai “Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesrejo, Kemlegi, Mojokerto)” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

5. Nancy Diera Hamanay, Luh Dina Ekasari, Ahmad Mukoffi melakukan penelitian tentang “Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan UMKM Pada Pabrik Usaha Tahu Amda”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID-19 dan membantu untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh pabrik usaha tahu amda. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data tambahan dengan menggunakan beberapa teknik yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian

¹³ Khofifah Nur Ihza, “Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto),” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 7 (November 25, 2020): 1325–30, <https://doi.org/10.47492/jip.V1i7.268>.

menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh besar sehingga menyebabkan terjadinya pengurangan hasil pada pendapatan pabrik usaha tahu amda sebesar 36,03%. Sehingga menyebabkan terjadinya pengurangan gaji pada karyawan, dan mengurangi jumlah produksi pada pabrik.¹⁴ Berdasarkan penjabaran penelitian Nancy Diera Hamanay, Luh Dina Ekasari, Ahmad Mukoffi mengenai “Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan UMKM pada Pabrik Usaha Tahu Amda” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

6. Nova Yanti Maleham Imelda Saluza, Bagus Setiawan melakukan penelitian tentang “Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Desa Sugih Waras Kec. Teluk Gelam Kab. OKI”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kondisi pendapatan para pedagang saat terjadinya pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode

¹⁴ Nancy Diera Hamanay, Luh Dina Ekasari, and Ahmad Mukoffi, “Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan UMKM pada Pabrik Usaha Tahu Amda,” *Jurnal Akuntansi Kompetif* 4, no. 3 (September 26, 2021): 263–69, <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v4i3.717>.

pada penelitian ini, untuk mendapatkan beberapa data tambahan dengan menggunakan beberapa teknik yaitu observasi serta melakukan wawancara secara langsung. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh besar pada perekonomian. Setiap dampak dari pandemi COVID-19 terhadap beberapa pedagang kecil di Desa Sugih Waras tidak semua mengalami kerugian, namun ada juga yang mengalami keuntungan. Sehingga hal ini menjadi tugas untuk para lembaga terutama pada pemerintah agar adil dalam membantu memberi bantuan modal kepada pedagang kecil yang mengalami dampak buruk dari adanya pandemi COVID-19 ini.¹⁵ Berdasarkan penjabaran penelitian Nova Yanti Maleham Imelda Saluza, Bagus Setiawan mengenai “Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Desa Sugih Waras Kec. Teluk Gelam Kab. OKI” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan

¹⁵ Nova Yanti Maleha, Imelda Saluza, and Bagus Setiawan, “Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Desa Sugih Waras Kec. Teluk Gelam Kab. OKI | Maleha | Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,” *Accessed February 4, 2022*, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3476>.

dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

7. Siti Nuzul Laila Nalini melakukan penelitian tentang “Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak pandemi COVID-19 pada keberadaan UMKM di Indonesia dan penyelesaian untuk UMKM agar dapat bertahan di masa pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan data peneliti hanya menggunakan teknik studi literatur dari berbagai sumber referensi yang relevan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh besar pada perekonomian, terutama di Indonesia. UMKM yang mempunyai tingkatan teratas dalam perekonomian juga menuai pengaruh COVID-19 sehingga dibutuhkan adanya pengelolaan siklus bisnis dengan mencermati 4 siklus yaitu puncak siklus, resesi, palung dan pemulihan. Maka diharapkan para UMKM dapat menghadapi pandemi COVID-19 dengan menerapkan pengelolaan siklus bisnis tersebut.¹⁶ Berdasarkan penjabaran penelitian Siti Nuzul Laila Nalini mengenai “Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang

¹⁶ Siti Nuzul Laila Nalini, “Dampak Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah,” *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (January 9, 2021): 662–69, <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>.

dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

8. Ayu Indah Sari, Shabrina Ria Ardelilla, Linda Hetri Suriyanti melakukan penelitian tentang “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pekanbaru”. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dampak pada pendapatan saat pandemi COVID-19 terhadap UMKM tekad tiga dara dan usaha yang dikerjakan supaya bisa bertahan saat pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan data maka peneliti menggunakan teknik wawancara secara langsung dengan pemilik toko tekad tiga dara serta data tambahan didapat dari studi literatur. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh sangat besar terhadap pendapatan UMKM tekad tiga dara. Dampak pandemi sendiri yaitu adanya penurunan pada daya beli warga, sehingga pemilik toko mengupayakan berbagai cara guna mempertahankan usahanya, salah satunya mempelajari lebih dalam lagi mengenai pemasaran produk di media sosial dan memberikan pelayanan dengan lebih baik lagi.¹⁷ Berdasarkan penjabaran

¹⁷ Ayu Indah Sari, Shabrina Ria Ardelilla, and Linda Hetri Suriyanti, “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pekanbaru,”

penelitian Ayu Indah Sari, Shabrina Ria Ardelilla, Linda Hetri Suriyanti mengenai “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pekanbaru” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

9. Rosa Nindia Sari, Alwiyah melakukan penelitian tentang “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM Batik di Kabupaten Sumenep”. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan mengenai dampak UMKM batik saat pandemi COVID-19, usaha apa yang dikerjakan agar usahanya tetap bertahan dan kebijakan pemerintah di masa pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk mendapatkan data maka peneliti menggunakan pendekatan studi kasus melalui berbagai macam teknik yang dikerjakan secara langsung dengan pemilik toko. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID-19 berpengaruh sangat besar terhadap UMKM batik di kabupaten sumenep. Dampak yang

terjadi yaitu penurunan pada permintaan daya beli konsumen, secara terpaksa terjadi pengurangan tenaga kerja. Namun pemilik toko beserta tenaga kerja yang tersisa berupaya agar usahanya tetap berjalan dengan menggunakan media sosial, melakukan pemasaran produk secara *online*.¹⁸

Berdasarkan penjabaran penelitian Rosa Nindia Sari, Alwiyah mengenai “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM Batik di Kabupaten Sumenep” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID-19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID-19.

10. Noorma Yunia melakukan penelitian tentang “Dampak COVID-19 terhadap Pelaku UMKM”. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai dampak pada pelaku UMKM saat pandemi COVID-19 dan strategi apa supaya usahanya tetap bertahan di masa pandemi COVID-19. Deskriptif kualitatif merupakan metode pada penelitian ini, untuk

¹⁸ Rosa Nindia Sari, “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM Batik di Kabupaten Sumenep,” *Ristansi: Riset Akuntansi* 1, No. 1 (2020): 45–53, <https://doi.org/10.32815/Ristansi.V1i1.347>.

mendapatkan data maka peneliti menggunakan beberapa teknik seperti observasi, wawancara dan dokumentasi secara langsung dengan pelaku usaha. Hasil penelitian menjelaskan bahwa COVID 19 berpengaruh sangat besar terhadap pelaku UMKM di Desa Kadu Agung, Cibadak. Dampak yang terjadi yaitu adanya kebijakan PPKM yang membuat usaha menjadi terhalang, sehingga terjadi pengurangan pada minat beli dan berpengaruh besar terhadap pendapatan setiap UMKM, yang menyebabkan pengurangan pada karyawan.¹⁹ Berdasarkan penjabaran penelitian Noorma Yunia mengenai “Dampak COVID 19 terhadap Pelaku UMKM” di atas, maka mempunyai kesamaan serupa dengan yang akan saya teliti yaitu membahas mengenai dampak dari adanya pandemi COVID 19 terhadap UMKM, penggunaan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan perbedaan penelitian yang saya lakukan adalah menganalisis dampak pandemi COVID 19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya, yang akan ada pengurangan maupun penambahan tenaga kerja pada kedai kopi, yang berdampak pada pendapatan dan akan menganalisis upaya apa yang akan dilakukan UMKM dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi COVID 19.

¹⁹ Noorma Yunia, “Dampak COVID-19 terhadap Pelaku UMKM (Studi Kasus Lebak, Banten),” *Aksioma Al-Musaqoh : Journal Of Islamic Economics And Business Studies* 4, No. 2 (December 30, 2021): 91–98.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka terdapat tujuan dalam penulisan skripsi yaitu :

1. Untuk mengetahui dampak COVID 19 terhadap UMKM kedai kopi di Surabaya.
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan pemilik kedai kopi di Surabaya terhadap resiliensi usaha di masa pandemi.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan permasalahan penulisan skripsi mengenai Analisis Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya, maka diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi hasil keterlibatan yang tampak pada kemajuan ilmu pengetahuan serta sebagai penambah wawasan khususnya didalam menganalisis dampak pandemi COVID 19 terhadap resiliensi usaha mikro kecil menengah (UMKM) kedai kopi di Surabaya, sehingga dapat dijadikan acuan penganalisis berikutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberi ilmu yang berhubungan dengan dampak pandemi COVID 19 terhadap resiliensi UMKM kedai kopi di Surabaya, untuk kedepannya apabila ada keinginan dari beberapa masyarakat membuka usaha di masa pandemi.

G. Definisi Operasional

Berdasarkan penulisan skripsi, definisi operasional dijadikan objek petunjuk penganalisis saat mengerjakan skripsi. Maka penulis menggolongkan pada ketentuan pikiran yang merupakan objek acuan dalam penulisan skripsi yaitu :

1. Pandemi COVID 19

Pandemi COVID 19 merupakan penyakit yang berasal dari kota Wuhan, Tiongkok, akhir tahun 2019. Pada 9 Maret 2020 WHO menyiarkan secara resmi bahwa COVID 19 telah menyebar luas di berbagai negara. COVID 19 adalah salah satu virus yang dapat menularkan sehingga menyebabkan infeksi saluran pernafasan seperti batuk, flu, demam, dengan gejala ringan dapat sembuh dengan hitungan minggu, namun ada pula gejala yang beresiko tinggi seperti orang yang memiliki penyakit menahun, hingga lebih parahnya dapat mengakibatkan kematian.²⁰

2. UMKM

UMKM merupakan singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah. UMKM memiliki peran utama pada bidang perekonomian yang ada di Indonesia. UMKM adalah usaha yang berdiri sendiri, biasa dikerjakan oleh individu, bisa juga dengan sebuah badan usaha diseluruh bidang perekonomian. Terdapat perbedaan yang ada pada usaha mikro (UMI), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM) serta usaha besar (UB). Kebanyakan adanya saran terhadap nilai aset pertama (terkecuali bangunan dan tanah), total pegawai permanen, atau hasil penjualan tiap tahun. Namun,

²⁰ Website Resmi Penanganan COVID-19, "Tanya Jawab," COVID19.Go.Id, Accessed February 15, 2022, <https://COVID19.Go.Id/Tanya-Jawab?Search=Pandemi+COVID>.

pengertian UMKM tiap Negara berbeda, yang disebabkan tiga media ukur tersebut. Maka dari itu, pada lintas Negara terdapat kesulitan untuk membandingkan antara peran serta guna UMKM sendiri.²¹

3. Kedai Kopi

Kedai kopi merupakan industri yang membutuhkan banyak tenaga kerja dengan kemampuan yang berkualitas, sehingga dapat menciptakan pelayanan yang terbaik. Kedai kopi merupakan tempat yang bukan sebatas menyajikan produk seperti minuman dan makanan, namun kedai kopi saat ini berlomba untuk menjual penyajian fasilitas seperti *live music*, wifi, tayangan film, televisi, bahkan terkadang terdapat perpustakaan dengan desain yang menarik agar konsumen dapat bersantai dan nyaman dengan kedai kopi tersebut.

4. Resiliensi

Resiliensi merupakan kesanggupan individu agar tidak mudah menyerah dalam menghadapi fenomena atau kejadian buruk yang sedang terjadi, sehingga dapat bertahan dan berusaha untuk selalu belajar serta beradaptasi dengan fenomena yang sedang terjadi, kemudian bangkit dari keterpurukan dan memecahkan sebuah fenomena tersebut.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

²¹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), Hal.11

Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan pada penulisan skripsi ini. Metode yang menggambarkan suatu pendekatan yang berhubungan dengan masalah, fenomena, situasi, atau suatu perilaku khusus sebagai pokok penelitian yang menghasilkan jawaban berupa penjelasan dalam bentuk kalimat yang bermakna menjabarkan suatu pembahasan yang lebih spesifik.²²

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan penelitian yang dipilih terletak di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur.

3. Data yang dikumpulkan

Terdapat 2 kategori data yang mendukung dalam penulisan skripsi ini, yaitu data primer dan data sekunder

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui sesi wawancara bersama orang-orang disekitar beserta pengamatan secara langsung terhadap masyarakat di lokasi. Data utama dalam penulisan skripsi ini adalah hasil tanya jawab bersama pemilik kedai kopi di Surabaya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh penulis melalui subjek penelitian, dapat dianggap informasi yang basi, seperti bahan bacaan di perpustakaan yang berkaitan pada penulisan ini. Data sekunder dapat dikumpulkan dari arsip dokumen semacam buku,

²² Sonny Leksono, Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dari Metodologi ke Metode (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), Hlm.181.

artikel, literatur, jurnal penelitian, serta referensi lain yang mampu mendukung dan menyempurnakan data primer.

4. Sumber Data

Terdapat 2 kategori sumber data pada penulisan skripsi ini, yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapatkan dari studi lapangan, dilakukan dengan cara sesi wawancara secara tatap muka dengan beberapa pihak di lokasi, sehingga dapat memberi informasi yang relevan dan sesuai dengan permasalahan pada penulisan skripsi ini. Sumber data primer yang utama pada penulisan skripsi ini adalah hasil wawancara bersama pemilik kedai kopi di Surabaya. Berikut data yang menjadi narasumber penelitian saya yaitu:

Tabel 1. 2
Data Kedai Kopi di Kota Surabaya

No	<i>Brand</i> Kedai Kopi	Alamat
1	Tanah Kopi	Jalan Margorejo No. 60e, Kecamatan Wonocolo
2	Jokopi	Jalan Niaga Gapura No.9 Lidah Kulon, Lakarsantri
3	<i>Dot Coffee</i>	Jalan Nginden IV No.39, Kecamatan Sukolilo
4	<i>Rocketman Coffee</i>	Jalan Ketintang Baru No. 3, Kecamatan Gayungan

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Tabel 1.2 merupakan data kedai kopi yang diambil berdasarkan tempat yang menarik perhatian konsumen di Kota Surabaya. Dapat dilihat dari data diatas, bahwa setiap sudut di kawasan Kota Surabaya

merupakan lokasi yang strategis sehingga mendukung para UMKM untuk membangun sebuah kedai kopi dengan fasilitas yang sesuai sehingga membuat konsumen nyaman.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh sebagai hasil membaca resensi dan meneliti literatur, dokumen atau buku yang berkaitan dengan materi penulisan yang dicari, dari Internet, atau dari dokumen dan arsip, serta laporan yang perlu diklaim perlu dalam penulisan skripsi ini. Sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui studi kepustakaan dan kearsipan, yaitu:

- 1) Data yang berkaitan dengan keadaan umum lokasi secara geografi maupun demografi.
- 2) Data lain dapat diperoleh dari dokumen-dokumen seperti literatur, dokumen-dokumen lain yang berhubungan dalam penulisan skripsi ini.

5. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk memilih subjek yang akan diteliti. Observasi, populasi, sampel serta sampel representatif merupakan istilah umum yang wajib dimengerti pada teknik pengambilan sampel. Artinya kita perlu mengetahui proporsi dari populasi yang dijadikan subjek untuk diteliti. Dalam penulisan skripsi, populasi pada penulisan ini adalah kedai kopi yang ada di Kota Surabaya adalah sebanyak 15.

Selain itu, teknik sampling meliputi pengambilan sampel (Sugiyono, 2001: 56). Menurut Margono (2004 : 125), pengertian teknik sampling adalah cara menentukan jumlah sampel menurut besarnya sampel yang akan digunakan sebagai sumber data yang sebenarnya dengan memperhatikan karakteristik dan sebaran populasi untuk mendapatkan sampel yang representatif. Dalam penelitian ini, untuk menentukan sampel digunakan teknik non-probability sampling. Teknik *non-probability sampling* ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang masih belum jelas dalam studi pendahuluan, untuk mendapatkan gambaran umum tentang himpunan pengamatan yang menjadi dasar penerapan sampel non-probabilitas agar lebih tepat dan presisi. Ada beberapa jenis *non-probability sampling* meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, dan *snowball*. Dalam penelitian ini digunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel purposif ini merupakan salah satu narasumber yang paling tahu mengenai data yang dibutuhkan. Kriteria pada penelitian ini yaitu berdasarkan rata-rata harga jual di kedai kopi. Untuk mencapai tujuan penelitian, teknik ini juga didukung dengan teknik wawancara dan survei lapangan.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung untuk mengamati dengan teliti dan cermat dalam suatu kejadian. Sehingga data observasi tersebut memuat poin-poin sebagai subyek dari

suatu kejadian yang diteliti. Penulis akan melakukan survei apa saja Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi UMKM Kedai Kopi di Kota Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui sesi tanya jawab, sehingga melibatkan informan dan orang lain yang mempunyai hubungan kontekstual dengan masalah dan subjek penelitian untuk memperjelas atau mengkonfirmasi suatu informasi. Teknik wawancara digunakan apabila penganalisis sedang menggali ilmu mengenai pendahuluan, terutama untuk mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Wawancara akan dilakukan penulis untuk mendapatkan data-data yang relevan, secara langsung melakukan tatap muka dengan pemilik UMKM kedai kopi di Surabaya.

c. Dokumen dan Arsip

Dokumentasi atau arsip adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari informasi seperti buku dan jurnal. Dokumen dan arsip merupakan bagian terpenting dalam melakukan penelitian, yang artinya data berupa teks, foto atau gambar, materi audiovisual, karya ilmiah dan laporan sebelumnya.

d. Informasi Penelitian

Informasi penelitian adalah metode pengumpulan data dari individu atau kelompok atau pelaku ekonomi yang memiliki pengetahuan lebih mengenai permasalahan yang akan diteliti dalam sebuah penulisan skripsi,

yang akhirnya dapat meringankan dan menginformasikan data yang diperlukan dalam penelitian. Penulisan skripsi ini, informan adalah pemilik kedai kopi di Surabaya.

e. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang dibutuhkan untuk membantu menjawab pada permasalahan penelitian, sehingga pada penulisan skripsi ini data akan dikumpulkan terlebih dahulu kemudian dianalisis melalui pendekatan studi kasus kualitatif. Dalam pendekatan studi kasus kualitatif ini, dengan bantuan pengalaman seseorang terhadap fenomena yang akan dibahas pada skripsi ini yang bertujuan mendapatkan gambaran untuk memahami apa saja Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Kota Surabaya. Metode kualitatif merupakan metode yang dipakai dalam penelitian ini, sehingga menghasilkan data secara langsung dari narasumber yang diteliti berupa kata-kata atau kalimat yang tertulis. Mengumpulkan data secara langsung terjun ke lapangan berupa observasi, wawancara, serta dokumen. Kemudian, hasil dari data sekunder yang didapatkan dari penelitian sebelumnya seperti jurnal dan dokumen lainnya yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penulisan skripsi tentang **“Analisis Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya”** ini terdapat lima bab penyusunan yang

digunakan oleh peneliti agar memudahkan pembaca untuk memperoleh data di antaranya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab yang berisi tentang masalah yang melatarbelakangi, identifikasi dan batasan permasalahan, perumusan masalah, penelitian sebelumnya, tujuan dari penulisan skripsi, manfaat hasil penulisan skripsi, definisi operasional, metode penelitian yang akan digunakan dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIS

Bab yang berisi tentang uraian berupa teori-teori yang relevan dengan kerangka pemikiran mengenai Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya, yang bersumber dari beberapa dokumen seperti karya ilmiah, buku dan jurnal .

BAB III : DATA PENELITIAN

Bab yang berisi mengenai gambaran umum objek penulisan skripsi, serta mendeskripsikan data sesuai fakta, lengkap dan jelas yang relevan dengan Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya.

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab yang berisi mengenai beberapa dari hasil metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menanggapi permasalahan pada penulisan skripsi, sehingga dapat dianalisis dan digabungkan dalam beberapa

temuan yang telah relevan, dan menghasilkan teori baru mengenai Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya.

BAB V : PENUTUP

Bab yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan mengenai Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Resiliensi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi di Surabaya beserta saran penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kedai Kopi

Secara umum masyarakat mengenal kedai kopi sebagai tempat yang menyajikan serta menjual minuman dari biji kopi yang diproses agar dapat dinikmati oleh konsumen. Namun tidak hanya olahan biji kopi yang dijadikan minuman saja, tetapi kedai kopi juga menyediakan berbagai macam makanan mulai dari makanan ringan hingga berat. Menurut Nurazizi (2013), kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan kopi beserta produk turunannya, sebagai minuman utama dan berbagai jenis minuman (sampingan) lainnya seperti the dan coklat, selain menyediakan jenis makanan ringan yang juga ditawarkan sebagai kudapan pendamping minum kopi. Kedai kopi juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktifitas (ringan) lainnya, seperti diskusi atau obrolan, membaca media cetak *online* atau buku, menyelesaikan beberapa tugas akademik atau non-akademik hingga bersenang-senang dengan hiburan yang ditawarkan.

Sedangkan, Menurut Fahrizal (2014), saat ini pengunjung kedai kopi tidak lagi didominasi oleh kalangan paruh baya (orang tua) saja yang memang menyukai kopi, tapi budaya mengkonsumsi kopi kini juga telah menjadi bagian dari kehidupan anak muda hingga orang dewasa seperti pembisnis, karyawan, dan lain-lain. Animo pengunjung kedai kopi tidak mutlak muncul oleh rasa dan aroma kopi yang disajikan, tetapi lebih kepada keinginan untuk berinteraksi dengan kehidupan sosial, dengan sesama pengunjung atau pembeli di kedai kopi dengan kopi sebagai media interaksi antar masyarakat dari berbagai stratifikasi sosial.

B. Coronavirus Disease 19 (COVID 19)

1. Pengertian COVID 19

Coronavirus disease 2019 (COVID 19) merupakan salah satu penyakit menular yang dapat menyebabkan infeksi saluran pernafasan seperti batuk, flu, demam hingga lebih parahnya dapat mengakibatkan kematian. COVID 19 dideteksi pertama kali pada akhir tahun 2019 di kota Wuhan, China.²³ Hanya selang beberapa bulan setelah kasus pertama ditemukan, penyebaran virus ini meningkat pesat sehingga menyebabkan 213 negara terinfeksi. COVID 19 ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) menjadi wabah Internasional pada 30 Januari 2020. Selepas adanya pengesahan dari WHO pada tanggal 2 Maret 2020 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) menyatakan bahwa COVID-19 menjadi pandemi nasional. Bersumber pada data Kemenkes RI 4 Januari 2022 bertambah sebanyak 299 kasus, tersebar di seluruh provinsi Indonesia dengan total 4.263.732 jiwa, dengan jumlah kesembuhan pasien 4.114.969 jiwa dan kematian pasien berjumlah 144.105 jiwa penduduk Indonesia.²⁴ Virus COVID-19 yang sudah menyebar di seluruh dunia telah memberikan pengaruh yang begitu besar terhadap situasi perekonomian global, begitupun perekonomian di Indonesia. Terlihat dari nilai investasi, bisnis dan pariwisata yang mengakibatkan pendapatan negara berkurang dan berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang menurun. Pemerintah Indonesia telah memutuskan adanya PPKM guna memotong gelang rantai penyebaran COVID

²³ Andi Amri, “Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia,” *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (June 29, 2020): 123–31.

²⁴ Website Resmi Penanganan COVID-19, ‘Beranda’, COVID19.go.id, accessed 5 February 2022, <https://COVID19.go.id/>.

19 yang sedang diterapkan terutama di kota Surabaya. Meski tingkat pasien terus bertambah dan angka pada kematian bertambah dengan cepat disertai dengan hadirnya berbagai macam keluhan, yang menyebabkan adanya ketidakpastian terhadap laju perekonomian Indonesia.

2. Dampak COVID 19

COVID 19 menimbulkan banyak dampak mulai dari banyaknya macam penyakit, sehingga mengganggu aktivitas keseharian. Dampak dari COVID 19 tidak hanya dirasakan di Indonesia saja, namun dampaknya juga dirasakan di seluruh dunia. COVID 19 mengganggu kegiatan aktivitas seluruh bidang, terutama pada bidang perekonomian, sehingga pemerintah mengambil tindakan dari adanya dampak yang dirasakan dengan memberi larangan beraktivitas di luar rumah, jika ada hal yang perlu dilakukan di luar rumah, maka pemerintah mewajibkan masyarakat untuk memakai masker sebagai alat perlindungan diri.

Pemerintah Indonesia telah mengambil keputusan adanya PPKM, guna memotong gelang rantai penyebaran COVID 19. Untuk usaha kedai kopi, diwajibkan menerapkan protokol new normal. Standar baru pelayanan kedai kopi itu saja ditujukan untuk konsumen, tetapi juga dilakukan oleh internal pelayanan dan berlaku sejak kedatangan konsumen, proses penyajian hidangan sampai meninggalkan lokasi kedai kopi. Mengecek suhu tubuh pengunjung sebelum masuk, menggunakan masker, *face shield* dan sarung tangan latex, memasang sekat kaca di setiap meja, meningkatkan sistem kebersihan kedai

kopi, hingga menerapkan konsep social distancing dengan membatasi jumlah pengunjung.²⁵

C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp300 juta.

²⁵ Eziziwita dan Tri Sukma, "Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi beradaptasi di Era New Normal," Volume 23 No.1, Januari 2021, hlm. 53

- b. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp50 juta sampai dengan paling banyak Rp500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta hingga maksimum Rp2.500.000.000,00.
- c. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.10 milyar. Hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

2. Ciri-ciri UMKM

UMKM tentunya memiliki ciri-ciri yang berbeda dari usaha besar. Berikut ini merupakan ciri-ciri dari UMKM :

a. Ciri-ciri Usaha Mikro

- 1) Jenis barang yang dijual tidak tetap, artinya sewaktu-waktu dapat berubah.
- 2) Tingkat SDM cenderung rendah. Dan jiwa kewirausahaan SDM belum mumpuni.
- 3) UMKM biasanya belum menerapkan administrasi, kerap menggabungkan uang usaha dengan uang milik pribadi.
- 4) Biasanya belum memiliki surat izin usaha, legalitas ataupun NPWP.
- 5) Tempat untuk menjalankan usahanya bisa berpindah-pindah.
- 6) Umumnya belum akses kepada perbankan, tapi sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank.²⁶

²⁶ Siska Maya, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah guna Menghadapi Tantangan di Era Mea, (Jurnal: Ekonomika dan Manajemen Vol. 6 No. 2 Oktober 2017), hlm. 160

b. Ciri-ciri Usaha Kecil

- 1) Jenis barang/komoditas yang diusahakan umumnya sudah tetap, tidak gampang berubah.
- 2) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap, tidak berpindah-pindah.
- 3) Pada umumnya salah melakukan administrasi keuangan, walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.
- 4) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- 5) Pengusahanya sudah memiliki pengalaman dalam berwirausaha.
- 6) Sebagian sudah akses ke bank dalam hal keperluan modal.
- 7) Sebagian besar belum dapat membantu manajemen usaha dengan baik.²⁷

c. Ciri-ciri Usaha Menengah

- 1) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.
- 2) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan system akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
- 3) Telah melakukan aturan dan pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan, dan lain-lain.²⁸

²⁷ Ibid.

²⁸ Andi Sulfani, "Efektivitas Pembangunan Usaha Mikro di Indonesia", (Jurnal: Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Vol 2, No. 2 April, 2018), hlm. 64

D. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Menurut N. Gregory bahwa pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit.²⁹ Sedangkan Menurut Budiono, bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.³⁰

Sedangkan menurut Winardi pendapatan adalah hasil berupa uang atau materi lainnya yang dapat dicapai dari pada penggunaan faktor-faktor produksi.³¹ Dari beberapa penjabaran teori mengenai pendapatan di atas maka dapat di tarik kesimpulan bahwa Pendapatan adalah hasil penerimaan bersih seseorang maupun perusahaan, baik berupa uang kontan maupun natura. Pendapatan atau juga disebut juga *income* dari seorang masyarakat (konsumen)

²⁹ Gregory Mankiw, Pengantar Ekonomi Jilid 2, (Erlangga, Jakarta, 2000) h. 130

³⁰ Munandar, M., Pokok-pokok Intermediate Accounting. (Yogyakarta, Gajah Mada, 2006)

³¹ Budiono, Makroekonomi Mikroekonomi, (Yogyakarta, Bagus Kencana, 2010), h.22

adalah hasil penjualan barang produksi maupun hasil penjualan jasa yang diterima dalam kurun waktu tertentu.

2. Faktor yang mempengaruhi tingkat Pendapatan

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah antara lain yaitu :

- a. Permintaan. Permintaan menunjukkan jumlah produk yang diinginkan dan mampu dibeli konsumen. Faktor lain yang bisa mempengaruhi permintaan antara lain pendapatan konsumen, harga barang yang berkaitan, ekspektasi konsumen, dan selera konsumen.
- b. Penawaran. Penawaran menunjukkan seberapa banyak produsen suatu barang mau dan mampu menawarkan ke periode pada berbagai kemungkinan tingkat harga.
- c. Tenaga kerja bukan saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian. Akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. dibedakan menjadi 3 golongan, yaitu:
 - 1) Tenaga kerja kasar merupakan tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau rendah tingkat pendidikannya dan tidak memiliki keahlian dalam bidang pekerjaan.
 - 2) Tenaga kerja terampil merupakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja seperti montir mobil, tukang kayu, dan ahli mereparasi TV dan radio.

- 3) Tenaga kerja terdidik, merupakan tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup dan ahli dalam bidang tertentu seperti dokter, akuntan, ahli ekonomi, dan insinyur.
- d. Modal. Modal adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan suatu usaha perusahaan. Modal juga dapat dari dalam perusahaan atau yang penambahan dari pihak pemilik perusahaan dan juga pemilik lain. Modal juga merupakan segala sesuatu yang diberikan dan dialokasikan dalam suatu usaha.³²
- e. Lama Usaha. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera atau perilaku konsumen.³³
- f. Lokasi Usaha. Pemilihan letak lokasi perdagangan harus strategis agar mudah dijangkau dan dikenali oleh konsumen.
- g. Teknologi. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi. Pemanfaatan internet

³² Sukirno, Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro, (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana, 2010) h .67

³³ Sadono Sukirno, Pengantar Teori Makro Ekonomi Ed.1. Cet.13, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002), H. 49

memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas.

E. Resiliensi

1. Pengertian Resiliensi

Secara etimologi istilah resiliensi berasal dari kata latin “resilire” yang berarti melambung kembali. Awal mula istilah ini digunakan pada konteks fisik maupun ilmu fisika, yang dapat diartikan pulih kembali dari keadaan dengan cara ditekan, diregangkan agar dapat kembali setelah dibengkokkan. Dan secara psikologi resiliensi berarti kemampuan setiap individu untuk memulihkan kembali dari perubahan keadaan, sakit, kemalangan dan kesulitan. Resiliensi dikatakan sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang untuk bertahan dalam menghadapi sebuah permasalahan yang sudah terjadi.³⁴

Menurut Devina Calista dan Garvin, resiliensi adalah kemampuan individu untuk menghadapi tantangan dalam kehidupannya. Yang mana individu itu merasa memiliki kekuatan untuk mengatasi stres dan tekanan sehingga bisa bangkit kembali serta dapat menjadikan kenyamanan dalam berinteraksi dengan diri sendiri maupun orang lain. Resiliensi sebagai kemampuan individu agar mampu bertahan dalam kondisi apapun dan menyesuaikan diri saat menghadapi suatu masalah. Seseorang yang memiliki resiliensi tinggi tentu mengetahui cara untuk menghadapi masalah dan menentukan solusi penyelesaiannya.³⁵

³⁴ Jusmiati, “Membangun Pola Komunikasi Keluarga untuk Meningkatkan Resiliensi Anak Pasca Bencana,” *Jurnal Al- mishbah* 15, no. 2 (2019): 322.

³⁵ Devina Calista dan Garvin, “Sumber-Sumber Resiliensi pada Remaja Akhir yang Mengalami Kekerasan dari Orang Tua pada Masa Kanak-Kanak,” *Jurnal Psibernetika* 11, no. 1 (2018): 70.

Jalaluddin mendefinisikan resiliensi sebagai kemampuan seseorang yang tetap bertahan meskipun dalam situasi merugikan bahkan adanya rasa tertekan, sengsara dan traumatis. Resiliensi juga memiliki beberapa faktor yaitu, faktor dari dalam individu sendiri, faktor sosial dan faktor lingkungan. Dengan adanya faktor tersebut membuat seseorang mampu mengatasi masalah dan hambatan bahkan menurunkan emosional yang negatif. Hal itu dapat digambarkan bahwa resiliensi bukan hanya bersumber dari setiap pribadi seseorang tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan.³⁶ Berdasarkan beberapa yang sudah dijelaskan mengenai resiliensi dapat diambil kesimpulan bahwa resiliensi merupakan kemampuan setiap individu untuk tetap bertahan, menghadapi masalah, meningkatkan diri dan terus mencari solusi untuk menyelesaikan masalah serta mampu mengubah kondisi menjadi yang lebih baik dan dapat menetralisasi suatu tekanan atau ancaman dari pihak manapun.

2. Sumber yang membentuk resiliensi

Untuk mencegah adanya keterpurukan dan mengembangkan kondisi setiap individu agar kembali bangkit terdapat tiga sumber dalam pembentukan resiliensi, yaitu:

- a. *I am* (aku ini). *I am* bisa diartikan sebagai istilah yang berasal dari dalam diri, meliputi perasaan, tingkah laku dan kepercayaan dalam diri seseorang. Berbagai faktor yang mempengaruhi, yaitu bangga terhadap diri sendiri, mempunyai perasaan untuk dicintai dan sikap menarik, sebagai seorang yang dipenuhi akan suatu harapan, memiliki iman dan kepercayaan serta tanggung

³⁶ Jalaluddin, "Resiliensi Pendidikan Diniyah dalam Menghadapi COVID-19 selama Bulan Ramadhan 2021," *Jurnal Pendidikan Sosial dan Kebudayaan* 8, no. 1 (2021): 45-46

jawab dengan apa yang telah diperbuat. Seseorang resiliensi mempunyai karakter menarik dan penyayang terhadap sesama, lebih mengerti tentang apa yang diinginkan oleh orang lain. Setiap individu akan merasakan memiliki sikap peduli kepada orang lain dengan peristiwa yang terjadi saat itu. Seseorang resiliensi juga akan merasa bangga atas diri sendiri, di mana mampu mengatasi dan menyelesaikan suatu permasalahan yang terjadi disertai dengan rasa percaya diri yang tinggi.

- b. *I have* (aku punya). *I have* dapat diartikan sebagai istilah yang berasal dari luar individu, meliputi dukungan sosial, keluarga dan role model. Mengenai dukungannya dapat berupa hubungan yang baik dengan keluarga, lingkungan sekolah yang menyenangkan dan hubungan sesama orang dewasa di luar keluarga. Dengan melalui *I have* menjadikan seseorang mempunyai rasa kepercayaan penuh dengan orang tua, anggota keluarga lain, guru dan teman.
- c. *I can* (aku dapat). *I can* merupakan istilah yang menjelaskan hubungan kompetensi dan interpersonal setiap individu melalui berbagai faktor resiliensi. Mengenai faktor yang mempengaruhi yaitu kemampuan dalam mengendalikan suatu perasaan, kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya, keterampilan untuk berkomunikasi dan mengatasi sebuah masalah.

Individu yang memiliki resiliensi dapat memecahkan suatu masalah dengan baik dan mampu mengendalikan pikiran sesuai hati. Individu yang resiliensi juga bisa memahami mengenai karakter orang lain, yang pada akhirnya cepat

untuk mengambil tindakan, seberapa banyak waktu yang digunakan sebagai komunikasi dan untuk mengatasi berbagai peristiwa yang terjadi.³⁷

3. Strategi Resiliensi UMKM di Masa Pandemi COVID 19

Pandemi COVID 19 membuat seluruh isi dunia menjadi kacau, hal itu tidak bisa dihindari namun harus dihadapi dengan strategi resiliensi yang tinggi supaya mampu bertahan dan beradaptasi dengan krisis tersebut. Tidak semua UMKM terkena dampaknya dan merasakan penurunan omzet penjualan yang mengharuskan untuk menutup bisnisnya. Namun, masih banyak UMKM yang memanfaatkan teknologi dan komunikasi untuk memperlancar dalam jejaring bisnis *online* di masa pandemi COVID 19. Meskipun, ada sebagian masyarakat yang belum mengetahui dan memahami tentang pemasaran yang berbasis *online*. Sistem pemasaran *online* itu sudah menjadi salah satu kekuatan UMKM sehingga mampu mempertahankan bisnisnya. Strategi Resiliensi UMKM dalam menghadapi pandemi COVID 19 adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan kualitas produk dan pelayanan

Pelaku UMKM harus mengutamakan kualitas produk dan pelayanan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta dapat mengkomunikasikan produk kembali. Mengutamakan kualitas produk bisa dilakukan dengan cara melakukan kontrol mutu produk dengan lebih detail dan menjamin kebersihan serta keamanan produk. Tidak hanya dengan cara memperbaiki mutu produk saja dalam meningkatkan pelayanan konsumen. Namun, pelaku UMKM juga menyediakan layanan

³⁷ Fhobie Claudia dan Shanty Sudarji, "Sumber-Sumber Resiliensi pada Remaja Korban Perundungan di SMK Negeri X Jakarta," Jurnal Psibernetika 11, no. 2 (2018): 105-106

pembelian dan pengiriman berbasis *online* agar bisa membentuk loyalitas dan kepuasan konsumen tersebut.

2. Menggunakan teknologi dengan optimal

UMKM harus bisa meningkatkan operasional usaha dengan membuat pencatatan keuangan melalui teknologi yang lebih modern. Mengubah pembayaran gaji yang semula manual menjadi sistem gaji otomatis. Lalu, untuk strategi *marketing* bisa juga dilakukan melalui sistem *delivery* yang dapat memudahkan seseorang untuk membeli produk tersebut. Contoh penggunaan teknologi dengan optimal yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM, yaitu:

- a. *E-commerce*. Selama COVID 19 bagi UMKM yang menjual secara langsung mengalami penurunan dalam proses penjualan karena banyak yang tidak keluar rumah. UMKM banyak yang menutup toko atau bisnisnya sejak mulai diberlakukan PSBB oleh pemerintah. Namun, dengan adanya *e-commerce* bisa digunakan untuk menghilangkan hambatan penjualan produk. Pelaku UMKM menggunakan ini sebagai jangkauan memperluas pangsa pasar dan membangun hubungan memakai system *marketing* yang maksimal. Dengan adanya itu, dapat memudahkan konsumen untuk memilih barang maupun jasa yang dibutuhkan. Meskipun belum sepenuhnya, *E-commerce* juga memiliki dampak yang dapat berhubungan secara langsung dengan perusahaan ataupun pelaku usaha dengan pemasok, pelanggan, pesaing serta dapat lebih mudah dalam melakukan proses

pemasaran produk. Pelaku UMKM tidak perlu membuat katalog karena konsumen secara langsung dapat melihat produk dengan cara mengunjungi website. Selain itu, pelaku usaha dapat juga meningkatkan omzet pendapatan, menjangkau pasar yang lebih luas dan dalam menjalankan bisnis bisa lebih efisien waktu sehingga mampu bertahan selama masa pandemi.³⁸

- b. *Digital marketing*. Pelaku UMKM masa pandemi COVID 19 terjadi penurunan omzet dalam penjualan. Oleh karena itu, UMKM harus bisa menggunakan teknologi agar system *marketing* dapat berjalan lebih efisien, serta memilih media dan komunikasi yang baik sesuai dengan pangsa pasar. Apalagi saat pandemi seperti itu UMKM harus bisa bertahan dengan cara menggunakan *digital marketing* melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan lain-lain. *Digital marketing* sebagai sasaran utama dalam bisnis yang memiliki manfaat dalam memasarkan produk. Semua itu, dapat dilihat dari penggunaan *digital marketing* yang sangat mudah dalam menjangkau pangsa pasar. Sehingga menjadikan konsumen tertarik untuk membeli produk dan pelaku UMKM semakin terbuka tentang adanya teknologi yang terus berkembang. Dalam penggunaan *digital marketing*, pelaku usaha harus mengetahui mengenai situasi yang telah terjadi. Pengusaha harus mempunyai ide-ide yang unik dalam proses maketing produk disesuaikan dengan kelompok umur di

³⁸ Wan Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19," 93.

media sosial. Selain itu, pelaku UMKM dituntut untuk selalu belajar dan berpikir terbuka terhadap teknologi yang semakin berkembang. Pemasaran secara digital juga membutuhkan pertimbangan dalam memilih suatu media yang cocok dan cara komunikasi yang tepat sesuai dengan segmen atau pangsa pasar yang telah dipilih. Sehingga agen komunikasi dan pemasaran dapat beradaptasi dengan target pasar sesuai yang telah diinginkan dan proses digital *marketing* secara berkelanjutan dapat berjalan dengan efektif dan berorientasi pada target.

3. Mengupayakan *Customer Relationship Marketing* (CRM)

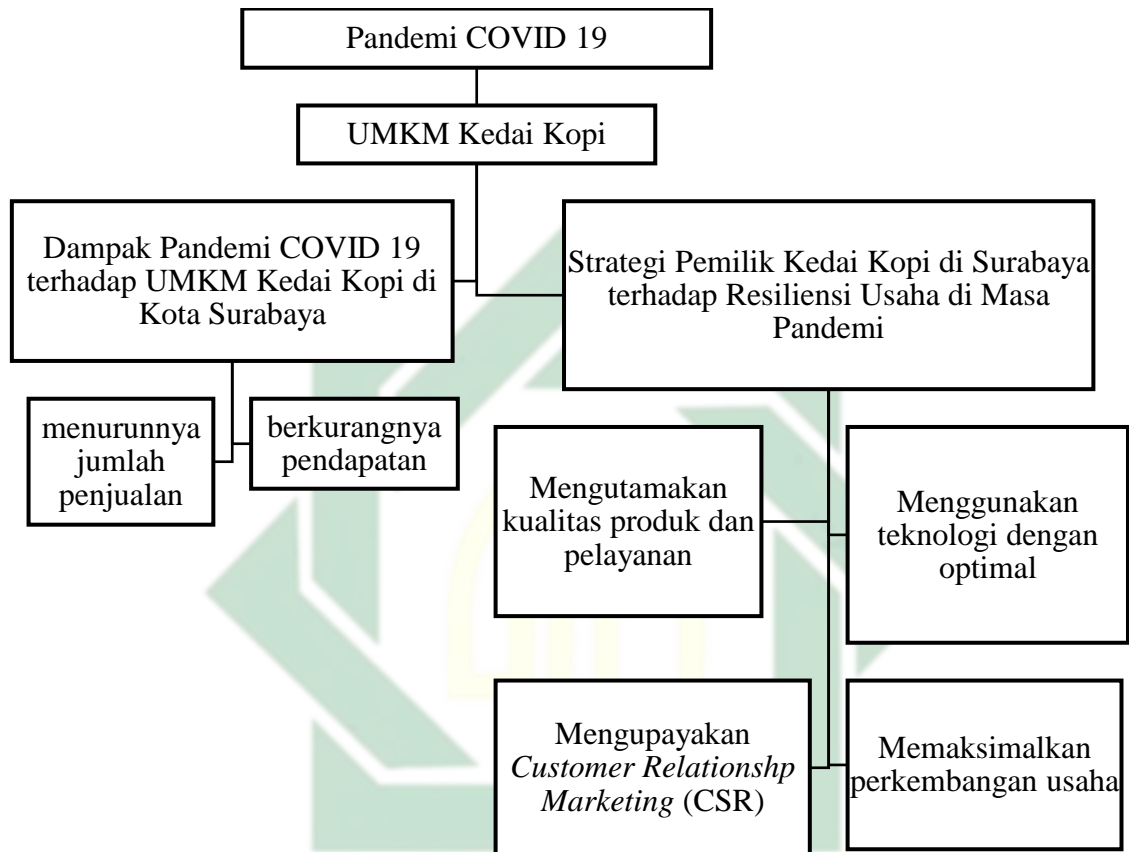
CRM merupakan strategi pemasaran yang berupaya menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Pelaku bisnis mengupayakan CRM sebagai strategi agar bisa mengetahui konsumennya secara detail sehingga mengakibatkan adanya kontrak hubungan jangka panjang yang lebih baik antara pelaku usaha dan konsumen. Hubungan kerjasama bisa berhasil dengan baik tergantung strategi yang dijalankan serta pengelolaan usaha yang dapat memberikan profit. Dalam kondisi pandemi COVID 19 diharapkan ada hubungan yang tingkat kepeduliannya mengarah pada konsumen. Karena semakin baik kualitas hubungan pelaku UMKM dengan konsumen, pemasok dan lainnya, akan menjadikan semakin baik juga kemampuan kinerja dalam

pemasarannya. Hal itu dapat dilakukan dengan cara merespon jawaban konsumen tentang penjualan melalui media sosial. Dengan adanya CRM dapat juga digunakan untuk menjalin hubungan pemasaran yang mampu membuat loyalitas konsumen semakin tinggi. Selain itu, pelaku usaha sendiri akan menjadi lebih berani dalam mengambil resiko, lebih fleksibel terhadap bisnis dan mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap konsumen yang sudah membeli produk itu merasa puas dan berkeinginan untuk membeli produk kembali.

4. Memaksimalkan perkembangan usaha

Setiap bisnis pasti memiliki Sumber Daya Manusia yang skill-Nya berbeda untuk setiap individu. Dalam meningkatkan perkembangan bisnis, operasi bisnis harus bisa berjalan lebih cepat dari sebelumnya. Pandemi COVID 19 tidak sama dengan krisis keuangan pada tahun 2008 yang berakibat menurunnya daya beli masyarakat. Namun, saat itu disebabkan karena health crisis di mana masyarakat harus menahan untuk membeli, bukan tidak mampu dalam membeli. Jika kondisi sudah mulai mereda, pelaku bisnis dipastikan harus mampu bertahan dan tetap berjalan selama pandemi. UMKM juga diwajibkan mempelajari dan memahami mengenai sistem *marketing* secara digital yang telah dikembangkan melalui platform marketplace dan wajib setiap UMKM memiliki itu sendiri.

F. Kerangka Berpikir Teoritis



Gambar 2. 1

Kerangka Berpikir Teoritis

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

BAB III

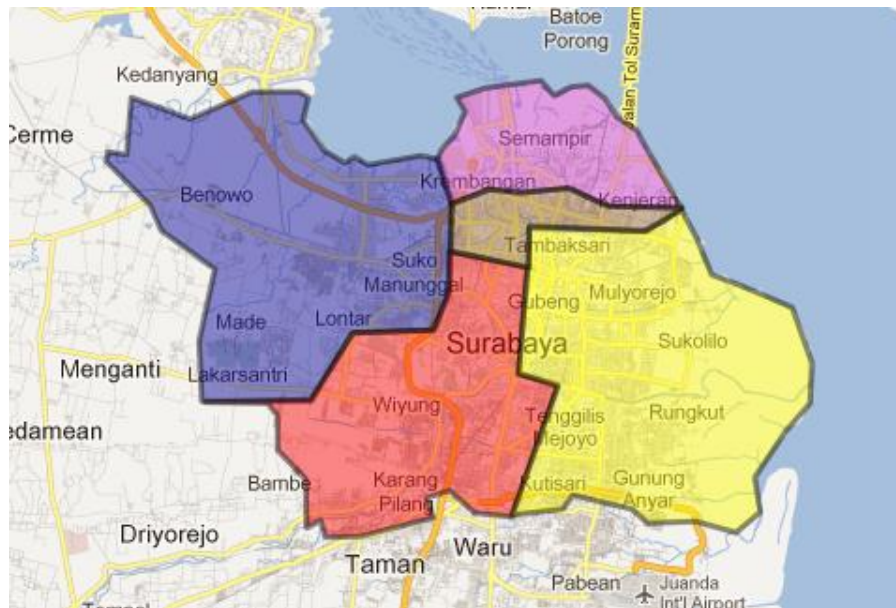
DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Kota Jakarta. Kota Surabaya menjadi ibukota Provinsi Jawa Timur dengan letak $07^{\circ}9'$ sampai dengan $07^{\circ}21'$ lintang selatan dan $112^{\circ}36'$ sampai dengan $112^{\circ}54'$ Bujur Timur, yang memiliki ketinggian tanah antara 0-20 meter di atas permukaan laut, sedangkan daerah pantai memiliki ketinggian antara 1-2 meter di atas permukaan laut. Secara topografi, Kota Surabaya sebagian besar merupakan dataran rendah dengan ketinggian 3-6 meter di atas permukaan laut pada kemiringan kurang dari 3 persen. Wilayah barat Kota Surabaya memiliki kemiringan sebesar 12,77 persen dan sebelah selatan sebesar 6,52 persen. Kedua wilayah tersebut merupakan daerah perbukitan landai dengan ketinggian 25-50 meter di atas permukaan laut dan pada kemiringan 5-15 persen.³⁹ Secara geografis Kota Surabaya terletak di hilir sebuah Daerah aliran sungai brantas yang bermuara di selat Madura. Beberapa sungai besar yang berasal dari hulu mengalir melintasi Kota Surabaya, yaitu Kali Surabaya, Kali Mas, Kali Jagir, dan Kali Lamong. Batas wilayah kota Surabaya yaitu sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Laut Jawa Dan Selat Madura
2. Sebelah Selatan : Kabupaten Sidoarjo
3. Sebelah Barat : Kabupaten Gresik
4. Sebelah Timur : Selat Madura

³⁹ Admin, 'RPJMD 2021-2026', Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya, *Accessed 1 July 2022*, <https://www.bappeko.surabaya.go.id/dokumen/item/109-rpjmd-2021-2026>.



Gambar 3. 1
Peta Kota Surabaya

Sumber : Pengadilan Negeri Surabaya Tahun 2021

Secara administrasi kota Surabaya memiliki perkiraan luas wilayah sebesar 326,36 km² dan terbagi dalam 31 Kecamatan, 154 Kelurahan, 1368 Rukun Warga (RW) dan 9118 Rukun Tetangga (RT). Kota Surabaya dibagi menjadi 5 wilayah, yaitu :

1. Wilayah Surabaya Barat, terdiri dari 5 (lima) kecamatan, yaitu :
 - a. Kecamatan Tandes
 - b. Kecamatan Asemworo
 - c. Kecamatan Sukomanggal
 - d. Kecamatan Benowo
 - e. Kecamatan Pakel
 - f. Kecamatan Lakarsantri
 - g. Kecamatan Sambikerep

2. Surabaya Selatan,

- a. Kecamatan Sawahan
- b. Kecamatan Wonokromo
- c. Kecamatan Dukuh Pakis
- d. Kecamatan Karangpilang
- e. Kecamatan Wiyung
- f. Kecamatan Wonocolo Jambangan
- g. Kecamatan Gayungan
- h. Kecamatan Jambangan

3. Surabaya Timur,

- a. Kecamatan Tambaksari
- b. Kecamatan Gubeng
- c. Kecamatan Rungkut
- d. Kecamatan Tenggilis Menjoyo
- e. Kecamatan Gunung Anyar

- f. Kecamatan Sukolilo
- g. Kecamatan Mulyorejo

4. Surabaya Utara,

- a. Kecamatan Pabean Cantikan
- b. Kecamatan Semampir
- c. Kecamatan Krembangan
- d. Kecamatan Kenjeran
- e. Kecamatan Bulak

5. Surabaya pusat

- a. Kecamatan Genteng
- b. Kecamatan Tegalsari
- c. Kecamatan Bubutan
- d. Kecamatan Simokerto

Berdasarkan data pada tahun 2020 maka diperoleh hasil jumlah penduduk Kota Surabaya menurut umur dan jenis kelamin, yaitu :

Tabel 3. 1
Jumlah Penduduk Kota Surabaya
Menurut Umur dan Jenis Kelamin 2020

No	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	0-4	106.096	101.785	207.881
2	5-9	106.192	102.441	208.633
3	10-14	98.710	94.735	193.445
4	15-19	108.057	117.814	225.871
5	20-24	145.046	147.368	292.414
6	25-29	138.428	136.003	274.431
7	30-34	125.760	125.530	251.290
8	35-39	115.853	117.878	233.731
9	40-44	105.416	108.898	214.314
10	45-49	95.330	101.506	196.836
11	50-54	87.930	96.000	183.930
12	55-59	73.813	82.107	155.920
13	60-64	53.836	54.715	108.551
14	65-69	37.547	35.425	72.972
15	70-74	20.109	21.331	41.440
16	75+	17.030	26.062	43.092
	Jumlah	1.435.153	1.469.598	2.904.751

Sumber : BPS, Proyeksi Penduduk Kota Surabaya (Surabaya, 2022)

Berdasarkan tabel 3.1 menurut umur dan jenis kelamin berdasarkan sensus penduduk tahun 2020, jumlah penduduk Kota Surabaya sebanyak 2.874.314 jiwa. Hampir seluruh penduduk Surabaya berdominan pada jenis kelamin perempuan

sebanyak 1.469.598 jiwa atau 50,42% penduduk Surabaya, dibanding dengan jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.435.153 jiwa atau 49,58% penduduk Surabaya. Namun jika dilihat pada tabel diatas, kelompok umur 0-14 tahun, 25-34 tahun serta 65-69 tahun di mana pada kelompok umur tersebut jumlah penduduk berdominan pada jenis kelamin laki-laki dibanding dengan jenis kelamin perempuan. Jika dilihat dari jenis kelamin penduduk, maka jumlah penduduk dengan jenis kelamin perempuan secara keseluruhan masih berdominan lebih banyak dibanding dengan jenis kelamin laki-laki yang ada di Kota Surabaya.

B. Dampak Pandemi COVID 19 serta Strategi Pemilik Kedai Kopi di Kota Surabaya terhadap Resiliensi Usaha di Masa Pandemi

Kota Surabaya memiliki jumlah penduduk yang sangat padat, sehingga mudah untuk para pedagang mengembangkan usahanya dalam segala jenis usaha, salah satunya yaitu kedai kopi. Usaha yang diminati dari berbagai kalangan, tidak hanya orang dewasa, tapi juga dari anak-anak muda hingga tua yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk berkumpul bersama dengan teman-temannya, terutama pada kalangan mahasiswa, kedai kopi dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas, berdiskusi dengan sekelompok untuk membahas suatu masalah, bahkan hanya sekedar mengobrol santai. Dengan fasilitas serta pelayanan terbaik yang diberikan kedai kopi, sehingga membuat para konsumen nyaman, dan dapat meningkatkan daya tarik pembeli. Namun, pada bulan Maret tahun 2020, di mana Indonesia mengalami penurunan terhadap perekonomian yang disebabkan adanya COVID 2019. Sehingga mengancam pendapatan dari segala perdagangan, termasuk kedai

kopi yang ada di Kota Surabaya juga merasakan dampak dari adanya pandemi COVID 19 tersebut.

Berikut hasil wawancara peneliti dengan informan yang merupakan karyawan atau pemilik dari beberapa kedai kopi di Kota Surabaya mengenai dampak pandemi COVID 19 terhadap resiliensi UMKM kedai kopi di Kota Surabaya. Hasil wawancara dengan Mbak April selaku karyawan yang menjabat sebagai barista di kedai *Rocketman Coffee*, yang berada di Jalan Gayungan Kota Surabaya. Menurut Mbak April dampak pandemi COVID 19 terhadap kedai *Rocketman Coffee* ini perubahannya sangat terasa, mulai dari jumlah konsumen yang menurun. Sebelum pandemi penjualan bisa sekitar 100 cup perhari, namun saat pandemi mengalami penurunan sebanyak 75% menjadi 20-30 cup perhari, yang disebabkan adanya peraturan dari pemerintah yang tidak membolehkan konsumen untuk dine in, sehingga kedai *Rocketman Coffee* hanya menerima pesanan melalui take away ojek *online*, serta terjadi pengurangan jam kerja terhadap karyawan, yang seharusnya jam kerja selesai pukul setengah 12 malam, saat pandemi closed order berubah menjadi jam 8 malam. Strategi yang dilakukan kedai *Rocketman Coffee* terhadap resiliensi usaha dimasa pandemi dengan cara memberikan beberapa promo melalui sosial media yaitu instagram dan whatsapp yang disebar oleh karyawan kedai *Rocketman Coffee* dengan potongan harga sebanyak 5000 perorderan, dan tidak dengan syarat tertentu.⁴⁰

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Mbak April selaku barista di kedai *Rocketman Coffee*, pada tanggal 10 Juni 2022

Selanjutnya hasil wawancara dengan Mas Alfian selaku pemilik di kedai Tanah Kopi, yang berada di Jalan Margorejo Kota Surabaya. Menurut Mas Alfian dampak pandemi COVID 19 membuat kedai Tanah Kopi juga merasakan penurunan pesat terhadap pendapatan, di mana sebelum adanya pandemi perkiraan pendapatan kotor setiap bulan bisa didapat sekitar 12-15juta, namun saat pandemi masuk pendapatan tersebut berubah lebih dari 100% yang disebabkan karena jumlah penjualan produk berkurang, sehingga pendapatan yang didapat kedai Tanah Kopi saat pandemi COVID 19 sekitar 2-3juta saja. Untuk mengatasi kekurangan pendapatan tersebut, kedua pemilik dari kedai Tanah Kopi yaitu Mas Alfian dan Mas Krisna mengoprasionalkan kedai Tanah Kopi berdua, mulai dari pelayanan, hingga mengatur segalanya tentang kedai Tanah Kopi tanpa karyawan. Strategi yang dilakukan kedai Tanah Kopi terhadap resiliensi usaha dimasa pandemi dengan cara melakukan evaluasi, menanyakan kepuasan dari konsumen setiap hari, memperbaiki pelayanan dan mendapatkan feedback yang baik dari konsumen melalui media sosial, yang biasanya kosumen setiap berkunjung membuat konten mereview kedai Tanah Kopi di instagram maupun tiktok sehingga menguntungkan kedai Tanah Kopi dan membantu agar konsumen tertarik serta kembali ke kedai Tanah Kopi.⁴¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan Mas Bucky selaku pemilik di kedai Dot *Coffee*, yang berada di Jalan Nginden Kota Surabaya. Menurut Mas Bucky dampak pandemi COVID 19 jelas signifikan penurunannya, yang mana orang mulai parno, jam aktivitas dibatasi, adanya larangan dine in, sehingga membuat kedai Dot *Coffee*

⁴¹ Hasil wawancara dengan Mas Alfian selaku pemilik di kedai Tanah Kopi, pada tanggal 11 Juni 2022

sempat terfikirkan untuk tutup, dikarenakan penjualan setiap hari hanya laku 5-6 cup saja. Pendapatan yang masuk hanya sedikit, sehingga pemilik kedai melakukan pengurangan terhadap tenaga kerja guna mengatur keuangan agar kembali stabil. Peran sosial media sangat membantu terhadap resiliensi kedai *Dot Coffee* dimasa pandemi, yang mana mereka menganggap bahwa harus survive dalam mempertahankan kedai tersebut. Mempergunakan instagram untuk memberi informasi mengenai kedai *Dot Coffee*, agar konsumen dapat kembali dine in, dengan cara memberi penawaran melalui paket harga, dikarenakan pemilik kedai tahu, saat pandemi tersebut perekonomian melemah yang membuat pemasukkan konsumen berkurang.⁴²

Kemudian hasil wawancara dengan Mas Wisnu selaku Side Manager di kedai Jokopi, yang berada di Jalan Gwalk Kota Surabaya. Menurut Mas Wisnu pandemi COVID 19 terhadap kedai Jokopi ini sangat berdampak, terutama pada jumlah transaksinya, yang mana sebelum adanya pandemi COVID 19 perhari dapat menjual 100 cup, ketika adanya pandemi kedai Jokopi hanya menjual setengah menjadi 50-60 cup saja perhari, maka pendapatan yang didapat berkurang hampir 50%. Sehingga dimasa pandemi tersebut kedai Jokopi mempergunakan peran sosial media untuk membantu dalam resiliensi kedai Jokopi. Tidak hanya kedai Jokopi saja, namun hampir semua pelaku usaha mempergunakan fasilitas sosial media untuk mempertahankan penjualannya. Terutama pada bidang *FnB*, yang mana mereka memakai peran sosial media untuk mempromosikan produk mereka, dengan

⁴² Hasil wawancara dengan Mas Bucky selaku pemilik di kedai *Dot Coffee*, pada tanggal 19 Juni 2022

memberikan potongan harga, dan mengikuti event yang ada di platform digital seperti shopeefood, grabfood, gofood, serta mempergunakan instagram untuk memberi informasi mengenai kedai Jokopi ini. Sehingga dapat menstabilkan pendapatan seperti semula.⁴³

Selanjutnya terdapat hasil wawancara dengan satu konsumen di setiap 4 kedai kopi di Kota Surabaya, mengenai dampak dari adanya COVID 19 yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen, sebagai bahan keabsahan data penelitian ini. Pertama konsumen kedai jokopi yang bernama Mbak Anisa, guna memperkuat data informasi yang didapat sebelumnya. Menurut Mbak Anisa menjadi salah satu konsumen setia kedai Jokopi dari tahun 2019 sebelum adanya pandemi COVID 19, hingga saat ini. Dampak dari adanya pandemi COVID 19 itu sangat mengganggu terhadap kegiatan jual beli, terutama pada kedai Jokopi ini, yang seharusnya konsumen dapat menikmati fasilitas yang diberikan kedai untuk konsumen, namun terhalang dikarenakan adanya larangan berkegiatan di luar rumah. Namun larangan itu tidak menjadi hambatan Mbak Anisa sebagai konsumen untuk menikmati produk yang ada di kedai Jokopi. Dengan mempergunakan media sosial, untuk memantau informasi yang ada di instagram kedai Jokopi, maka konsumen bisa mendapatkan promo yang ada di platform digital seperti shopeefood, grabfood dan gofood. Perkembangan yang ada dari kedai Jokopi seperti perubahan package, dari yang awalnya biasa sekarang lebih aman untuk dinikmati dan dipesan melalui ojek *online*, sehingga membuat konsumen bertahan dan kembali memesan.⁴⁴

⁴³ Hasil wawancara dengan Mas Wisnu selaku SM di kedai Jokopi, pada tanggal 20 Juni 2022

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Anisa selaku konsumen di kedai Jokopi, pada tanggal 20 Juni 2022

Kedua, hasil wawancara dengan Mas Roni selaku konsumen kedai Rocketman *Coffee*. Menurut Mas Roni yang menjadi konsumen tetap di kedai Rocketman *Coffee* sebelum pandemi sampai saat ini. Mendapatkan informasi dari teman bahwa terdapat kedai yang nyaman untuk nongkrong sambil ngerjain tugas, yaitu rocketman *Coffee* itu. Sehingga alasan yang membuat Mas Roni menjadi pengunjung tetap, pertama jika ingin menikmati kopi mencari tempat yang nyaman, dan rocketman *Coffee* merupakan tempat nongkrong yang sesuai, dengan harga menu yang relatif terjangkau dan rocketman *Coffee* selalu mengadakan promo setiap bulan serta give away, yang dibagikan di *social media* rocketman *Coffee* tersebut. Ketika pandemi COVID 19 Mas Roni menikmati kopi dengan memesan melalui gofood. Terdapat keuntungan serta kerugian dalam memesan melalui *online*. Keuntungannya apabila memesan melalui *online* akan didapat banyak promo sehingga harga lebih murah dari biasanya. Ruginya kebanyakan cita rasa dari kopi berbeda dikarenakan es yang sudah mencair, namun Mas Roni mengatasinya dengan meminta agar minuman yang dipesan untuk diberi sedikit es agar tidak terlalu berubah rasanya.⁴⁵

Ketiga, hasil wawancara dengan Mbak Shofi selaku konsumen di kedai Dot *Coffee*. Menurut Mbak Shofi yang selalu berkunjung ke kedai dot *Coffee*, dari sebelum adanya pandemi hingga saat ini. Alasan Mbak Shofi masih menjadi konsumen di kedai Dot *Coffee* dikarenakan tempat yang nyaman sekali, harga terjangkau dan tidak terlalu mahal dan juga karena tempatnya berada di dalam

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Mas Roni selaku konsumen di kedai Rocketman Coffee, pada tanggal 20 Juni 2022

kampung sehingga tidak banyak suara bising dari kendaraan di jalan raya, karena Mbak Shofi sering mengerjakan tugas di kedai *Dot Coffee*. Saat berlangsungnya pandemi COVID 19 Mbak Shofi lebih sering memesan melalui shopeefood, dikarenakan terdapat banyak *event* sehingga mendapatkan banyak potongan harga.⁴⁶

Terakhir, hasil wawancara dengan Mas Dwiki selaku konsumen di kedai Tanah Kopi. Menurut Mas Dwiki yang mendapatkan informasi kedai Tanah Kopi dari rekan komunitas motor di Surabaya. Kedai Tanah Kopi selalu digunakan untuk perkumpulan rutin dari komunitas motor tersebut. Dari Tahun 2020 sebelum adanya COVID 19 hingga saat ini Mas Dwiki menjadi konsumen kedai Tanah Kopi. Alasan menjadi konsumen tetap dikarenakan tempat yang jauh dari keramaian, sehingga membuat konsumen nyaman, serta alasan utama Mas Dwiki yakni kedai Tanah Kopi berada di dekat kampus, dengan harga yang terjangkau untuk anak perkuliahan sehingga dijadikan lokasi untuk kumpul dengan teman perkuliahan sebagai lokasi rapat atau diskusi masalah tugas dan sekedar ngopi.⁴⁷

Adapun hasil wawancara dengan Bapak Akp. Widodo, S.E mengenai dampak COVID 19, sehingga pemerintah membuat keputusan PPKM yang berlaku saat pandemi COVID 19. Menurut Bapak Widodo terdapat beberapa kedai kopi yang tidak menaati peraturan. Dalam kegiatan penyekatan polsek juga melaksanakan dengan tiga pilar antara lain polsek, koramil, maupun petugas dari salpol kecamatan, dengan dilaksanakan patrol gabungan di setiap kedai kopi yang tidak sesuai dengan

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Shofi selaku konsumen di kedai *Dot Coffee*, pada tanggal 20 Juni 2022

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Mas Dwiki selaku konsumen di kedai Tanah Kopi, pada tanggal 20 Juni 2022

proses, langsung dilaksanakan swab dilokasi, bagi pengunjung yang terkonfirmasi dari COVID 19 langsung diarahkan ke puskesmas dan ditindaklanjuti. Namun untuk warkop sendiri selalu diberikan himbauan terus, dengan tujuan masyarakat dapat terhindar dari adanya COVID 19. Terdapat ketentuan dari inmendagri, bahwa ketika terdapat kedai kopi yang mengulangi kesalahan tidak taat peraturan, akan dilaksanakan penindakan sesuai dengan aturan yang ada, melakukan pengambilan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dilakukan oleh satpol, selanjutnya akan diajukan sidang di tempat yang sudah disepakati oleh pihak pemerintah kota Surabaya.⁴⁸



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Akp. Widodo, S.E selaku Wakapolsek Wiyung, pada tanggal 05 Juli 2022

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Dampak Pandemi COVID 19 terhadap UMKM Kedai Kopi di Kota Surabaya

Pandemi COVID 19 sangat berdampak besar terhadap berbagai macam bidang, tidak hanya pada bidang kesehatan, namun juga berdampak pada bidang perekonomian yang ada di Indonesia. Permasalahan yang dihadapi para pelaku ekonomi salah satunya yaitu pebisnis kedai kopi yang memiliki keserupaan dampak yang dirasakan, di antaranya yaitu berkurangnya kuantitas konsumen, sehingga berpengaruh terhadap jumlah pendapatan. Menurut pebisnis kedai kopi, konsumen memiliki peran terpenting dalam membangun suatu usaha, apabila tidak ada munculnya konsumen dalam suatu usaha, maka usaha tersebut tidak akan jalan sebagaimana mestinya. Di awal pandemi COVID 19 adanya keterbatasan yang berkaitan dengan kegiatan masyarakat di luar rumah. Sehingga hal tersebut mengganggu aktivitas masyarakat, terutama pada operasional kedai kopi yang berpengaruh terhadap aspek penjualan kedai kopi. Kuantitas penjualan yang menurun selama pandemi COVID 19 berbeda dengan penjualan sebelum adanya pandemi COVID 19 menjadi pengaruh mendasar yang membentuk kecemasan perihal perkembangan setiap kedai kopi. Apabila tidak ada penjualan produk kedai kopi, maka dapat mempengaruhi keberlangsungan kedai kopi kedepannya.

Sejatinya, kedai kopi dikenal sebagai tempat yang menjual kopi untuk dinikmati bersama rekan, sekedar berdiskusi atau berbincang santai. Namun dengan adanya Peraturan Pemerintah No. 21 tahun 2020, yang membahas mengenai pembatasan sosial berskala besar yang bertujuan untuk adanya larangan berkerumun, serta

membatasi pergerakan antara barang dan orang, sehingga berdampak pada kuantitas pengunjung. Maka dari itu, tidak sedikit pula kedai kopi yang mengambil keputusan untuk menutup kedai kopi saja dikarenakan pendapatan yang tidak memadai. Namun, ada juga kedai kopi yang masih nekat untuk tetap berjuang menjalankan usaha kedai kopinya ditengah peraturan yang diberikan oleh pemerintah guna memotong gelang rantai penyebaran COVID 19. Menerapkan protokol kesehatan dengan mengikuti peraturan yang diberikan oleh pemerintah dengan cara membatasi jarak antar manusia dan antar barang, baik konsumen maupun karyawan diwajibkan untuk memakai masker, membawa hand sanitizer individu atau menyiapkan wadah untuk mencuci tangan, sehingga dapat mengurangi jumlah penularan COVID 19. Penerapan protokol kesehatan di kedai kopi dapat membuat kenyamanan terhadap pengunjung, serta mengantisipasi mengenai penyebaran COVID 19 dengan besar harapan pandemi kunjung usai serta kembali seperti keadaan normal. Tidak sedikit kedai kopi yang merasakan berkurangnya pengunjung yang datang selama pandemi COVID 19, disebabkan konsumen yang tidak berani berkegiatan di luar rumah dan tidak berkerumun dengan orang lain guna menghindari penularan COVID 19.

Menurut hasil wawancara dengan 4 karyawan atau pemilik kedai kopi mengenai penurunan jumlah penjualan yang berpengaruh terhadap jumlah pendapatan sebelum dan selama pandemi COVID 19 berjalan. Hasil wawancara dengan mbak april selaku barista di kedai *Rocketman Coffee* yang menjelaskan bahwa rata-rata jumlah penjualan sebelum adanya pandemi COVID 19 sebanyak 100 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp1.500.000,00 perhari, sedangkan saat berjalannya pandemi jumlah penjualan rata-rata hanya sebanyak 20-30 cup dengan rata-rata pendapatan

sebesar Rp300.000,00 perhari. Hasil wawancara dengan mas alfian selaku pemilik dari kedai Tanah Kopi yang menjelaskan bahwa rata-rata jumlah penjualan sebelum adanya pandemi COVID 19 sebanyak 50 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp500.000,00 perhari, sedangkan saat berjalannya pandemi jumlah penjualan rata-rata hanya sebanyak 5-10 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp100.000,00 perhari. Hasil wawancara dengan mas bucky selaku pemilik dari kedai *Dot Coffee* yang menjelaskan bahwa rata-rata jumlah penjualan sebelum adanya pandemi COVID 19 sebanyak 40 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp500.000,00 perhari, sedangkan saat berjalannya pandemi jumlah penjualan rata-rata hanya sebanyak 5-6 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp100.000,00 perhari. Hasil wawancara dengan mas wisnu selaku side manager dari kedai Jokopi yang menjelaskan bahwa rata-rata jumlah penjualan sebelum adanya pandemi COVID 19 sebanyak 100 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp1.800.000,00 perhari, sedangkan saat berjalannya pandemi jumlah penjualan rata-rata hanya sebanyak 50-60 cup dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp900.000,00 perhari. Hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan di 4 kedai kopi di Kota Surabaya mengalami penurunan terhadap jumlah penjualan dan jumlah pendapatan. Berikut ini adalah tabel mengenai dampak dari adanya pandemi COVID 19 yang berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kedai kopi di Kota Surabaya.

Tabel 4. 1
Pendapatan UMKM Kedai Kopi di Kota Surabaya
Sebelum dan Saat Pandemi COVID 19

No.	Nama Narasumber	Brand Kedai Kopi	Rata-Rata Pendapatan perhari			
			Sebelum Pandemi	Saat Pandemi	selisih penurunan	persen penurunan (%)
1	Mbak April	Rocketman Coffee	Rp1.500.000,00	Rp500.000,00	Rp1.000.000,00	67%
2	Mas Alfian	Tanah Kopi	Rp500.000,00	Rp100.000,00	Rp400.000,00	80%
3	Mas Bucky	Dot Coffee	Rp500.000,00	Rp100.000,00	Rp400.000,00	80%
4	Mas Wisnu	Jokopi	Rp1.800.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00	50%
Jumlah			Rp4.300.000,00	Rp1.600.000,00		
			Rata-Rata Selisih Penurunan		Rp2.700.000,00	69%
Perhitungan Selisih Penurunan (%)						
SELISIH PENURUNAN / SEBELUM PANDEMI x 100%						

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan bahwa pandemi COVID 19 sangat berdampak pada pendapatan kedai kopi, sehingga menyebabkan adanya selisih penurunan pendapatan rata-rata sebanyak 69%. Menurut teori dari Sadono Sukirno mengenai faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah permintaan. Permintaan menunjukkan jumlah produk yang diinginkan dan mampu dibeli konsumen. Faktor lain yang bisa mempengaruhi permintaan antara lain pendapatan konsumen, harga barang yang berkaitan, ekspektasi konsumen, dan selera konsumen.

Penyebab Penurunan tersebut disebabkan karena jumlah permintaan yang berkurang yang berpengaruh terhadap jumlah pendapatan disebabkan banyaknya Peraturan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dari pemerintah mulai dari jam aktivitas operasional dari pelaku usaha dibatasi, adanya pembatasan jumlah pengunjung kedai kopi, yang membuat jumlah pengunjung kedai kopi juga semakin

berkurang. Sebelum pandemi COVID 19 mengganggu pelaku usaha kedai kopi yang buka sampai pukul 12.00 malam, dengan jam buka yang tidak sama. Namun, dengan hadirnya COVID 19 adanya PPKM yang mana kedai kopi diwajibkan untuk tutup kedai lebih awal. Jumlah pengunjung kedai juga dapat dilihat berdasarkan jam operasionalnya. Tidak semua konsumen memiliki waktu yang sama dalam menikmati kopi atau sekedar datang ke kedai kopi. Kebanyakan orang akan memilih menikmati kopi atau datang ke kedai kopi pada malam hari setelah mereka melakukan aktivitas seharian. Tidak menutup kemungkinan kedai kopi yang buka dari pagi hari tidak memiliki pelanggan. Tidak sedikit masyarakat yang memilih menikmati kopi dipagi hari atau sekedar datang ke kedai kopi untuk take away segelas kopi. Pemilihan jam operasional kedai kopi sangatlah penting, apalagi ditengah kondisi pandemi seperti ini. Namun pemilik dalam menentukan jam operasional tidak dapat asal-asalan, karena harus berdasarkan target konsumen masing-masing kedai. Pemilihan jam operasional yang tidak tepat akan berdampak pada pengeluaran biaya operasional kedai yang lebih besar dibandingkan penerimaan. Jika hal tersebut terus terjadi akan mengakibatkan kedai tidak dapat bertahan dan kemungkinan terburuk kedai dapat berhenti beroperasi.

B. Strategi Pemilik Kedai Kopi di Surabaya terhadap Resiliensi Usaha di Masa Pandemi

Pandemi COVID 19 dengan ketidakjelasannya tidak dapat kita hindari, namun patut untuk kita hadapi dengan semangat resiliensi yang tinggi. Demikian juga dengan pelaku UMKM kedai kopi, yang tidak dapat menghindar dari adanya

pandemi COVID 19, Pebisnis kedai kopi harus beradaptasi dengan kondisi di masa pandemi dan harus bangkit dengan kehidupan normal yang baru. Sehingga diperlukannya strategi dari masing-masing kedai kopi agar usahanya dapat beresiliensi dimasa pandemi COVID 19. Tidak mudah untuk kedai kopi menentukan strategi yang benar, dibutuhkan banyaknya waktu untuk kedai kopi meneliti mengenai minat pembeli serta gaya terbaru dalam pemasaran. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh kedai kopi agar dapat beresiliensi di tengah krisis pandemi COVID 19 adalah dengan memanfaatkan teknologi dan komunikasi berbasis internet atau dengan memanfaatkan sosial media *marketing* dengan baik.

Berikut hasil wawancara dengan pemilik atau karyawan kedai kopi yang ada di kota Surabaya mengenai strategi resiliensi UMKM kedai kopi dimasa pandemi COVID 19 sebagai berikut :

1. Kedai Rocketman *Coffee*, memutuskan untuk mengurangi jam kerja karyawan, guna meminimalisir biaya pemasukkan dan pengeluaran agar kedai kopi dapat bertahan, serta memberi potongan harga setiap pembelian produk, dengan cara memanfaatkan media sosial instagram sebagai wadah penginformasian mengenai kedai Rocketman *Coffee* ini.
2. Kedai Tanah Kopi, strategi dari kedai ini berbeda dengan kedai yang lainnya, pemilik kedai lebih memilih untuk tidak memberikan potongan harga, guna mempertahankan pendapatan dimasa pandemi COVID 19 dengan cara mengoprasionalkan kedainya sendiri tanpa bantuan karyawan, melakukan evaluasi setiap harinya, dan memberikan pelayanan terbaik, sehingga konsumen dapat memberikan masukan yang baik melalui media

sosial instagram, sebagai bahan pendukung untuk menarik konsumen lainnya, sehingga kedai dapat berjalan seperti semula.

3. Kedai *Dot Coffee*, pemilik kedai mengambil strategi dengan cara memberikan potongan harga dan bundling untuk menarik konsumen agar datang ke kedai. Dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai wadah memberi informasi mengenai kedai *Dot Coffee*.
4. Kedai *Jokopi*, mempertahankan usahanya dengan cara memakai sosial media untuk media untuk mempromosikan produk mereka, dengan memberikan potongan harga, dan mengikuti event yang ada di platform digital seperti shopeefood, grabfood, gofood, serta mempergunakan instagram untuk memberi informasi mengenai kedai *Jokopi* ini. Sehingga dapat menstabilkan pendapatan seperti semula.

Jika dilihat dari beberapa kedai kopi di Kota Surabaya sebelumnya, mereka memiliki sebuah strategi tersendiri yang membedakan dengan kedai kopi lain. Alasannya sama, yaitu menyesuaikan dengan kondisi kedai kopi dan target konsumen mereka. Namun, satu strategi yang hampir diterapkan disemua kedai kopi di Kota Surabaya yaitu pemberian promo diskon dan paket bundling. Pembatasan jumlah pengunjung yang dianjurkan pemerintah menjadi salah satu alasan kedai kopi memilih mengencarkan promo diskon dan paket bundling untuk menarik konsumen.

Berikut ini adalah tabel perbandingan mengenai strategi resiliensi UMKM kedai kopi di masa pandemi COVID 19, sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Hasil Penelitian

<i>Brand</i> Kedai Kopi	Kualitas Produk dan Pelayanan		Penggunaan Digital Marketing		Penggunaan <i>E-commerce</i>		Penerapan <i>Customer Relationship Marketing</i> (CSR)		Memaksimalkan perkembangan usaha	
	Ada	Tidak Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	Tidak Ada
<i>Rocketman Coffee</i>	√		√		√		√		√	
Tanah Kopi	√		√			√	√		√	
<i>Dot Coffee</i>	√		√		√		√		√	
Jokopi	√		√		√		√		√	

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan dalam strategi resiliensi UMKM kedai kopi di Kota Surabaya saat menghadapi pandemi COVID 19 adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan kualitas produk dan pelayanan

Dalam memasarkan suatu produk berupa barang maupun jasa, kualitas produk dan pelayanan adalah bagian yang sangat penting. Jika kualitas produk yang ditawarkan bagus serta pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen, maka konsumen tidak segan-segan melakukan pengulangan dalam membeli produk tersebut, akhirnya konsumen menjadi loyal sekaligus terjalinnya hubungan baik antara pemilik bisnis dan konsumennya. Seperti UMKM kedai kopi di Kota Surabaya yang selalu melakukan pengecekan kualitas serta memaksimalkan pelayanan konsumennya.

2. Menggunakan teknologi dengan optimal

Semakin berkembangnya teknologi di zaman sekarang membuat segalanya menjadi mudah diakses. Hampir semua aktivitas sehari-hari tidak terlepas dari pemanfaatan teknologi, terlebih dalam kegiatan bisnis UMKM kedai kopi di Kota Surabaya. Keberadaan teknologi sangatlah penting dalam bidang pemasaran, apalagi di masa pandemi COVID 19 seperti sekarang ini. UMKM kedai kopi di Kota Surabaya menggunakan aplikasi penjualan berbasis *e-commerce* seperti Shopee, Gojek, Grab, selain itu juga ada media sosial berbasis digital *marketing* seperti Instagram. Dengan adanya PSBB yang ditetapkan pemerintah,

komunikasi dengan konsumen lebih intensif dilakukan melalui media *online*, sehingga bisnis UMKM tetap bisa beroperasi, mendapatkan keuntungan serta memudahkan konsumen dalam membeli produk kedai kopi tanpa harus keluar rumah.

3. Mengupayakan *Customer Relationship Marketing* (CRM)

CRM sebagai strategi untuk mengetahui konsumen secara keseluruhan sehingga terjadinya hubungan jangka panjang antara pelaku bisnis dengan konsumennya. Jika hubungan yang terjalin dengan konsumen baik maka selain mendapatkan profit, UMKM juga mendapatkan konsumen yang loyal. Dalam hal ini, CRM yang diterapkan di UMKM kedai kopi di Kota Surabaya yaitu secara offline maupun *online*. Melalui offline, UMKM menjaga hubungan baik dengan konsumen yang membeli produk kedai kopi secara langsung dengan pelayanan yang mudah, cepat dan praktis, sedangkan melalui *online* dilakukan dengan cara merespon pertanyaan-pertanyaan konsumen yang ada di media sosial.

4. Memaksimalkan perkembangan usaha

Di masa pandemi COVID 19 pelaku usaha harus pintar-pintar membuat strategi baru untuk mempertahankan bisnisnya serta tetap menghasilkan profit dengan maksimal. Dengan memaksimalkan perkembangan usahanya melalui inovasi-inovasi produk serta memanfaatkan media sosial agar mempermudah dalam pemasaran serta

memudahkan konsumen untuk mengetahui detail produk dan membelinya tanpa harus keluar rumah.

Memanfaatkan sosial media guna memasarkan suatu produk merupakan salah satu tindakan yang tepat untuk memecahkan suatu permasalahan, sehingga UMKM kedai kopi dapat mempertahankan usahanya dan dapat menstabilkan perekonomian dimasa pandemi COVID 19 yang ada di Surabaya. Di masa sekarang sistem digitalisasi menjadi salah satu kekuatan UMKM agar produknya banyak terserap oleh masyarakat, meningkatkan promosi maupun pemasaran produk dan jasa yang ditawarkan, serta membuka peluang dan meluaskan pangsa pasar yang sebelumnya terbatas oleh jarak, waktu dan cara berkomunikasi. Kemudahan akses internet saat ini telah mendukung agar digital *marketing* berjalan dengan lancar. Apabila implementasi digital *marketing* berjalan dengan lancar maka akan mempermudah proses transaksi dan mampu meningkatkan volume penjualan.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai dampak pandemi COVID 19 terhadap resiliensi usaha mikro kecil menengah (UMKM) kedai kopi di Kota Surabaya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pandemi COVID 19 sangat berdampak besar terhadap berbagai macam bidang, tidak hanya pada bidang kesehatan, namun juga berdampak pada bidang perekonomian yang ada di Indonesia. Permasalahan yang dihadapi para pelaku ekonomi salah satunya yaitu pebisnis kedai kopi yang memiliki keserupaan dampak yang dirasakan, di antaranya yaitu berkurangnya kuantitas penjualan, sehingga berpengaruh terhadap jumlah pendapatan, yang disebabkan banyaknya PPKM dari pemerintah mulai dari jam aktivitas operasional dari pelaku usaha dibatasi, adanya pembatasan jumlah pengunjung kedai kopi, yang membuat jumlah pengunjung kedai kopi juga semakin berkurang.
2. Strategi yang dilakukan terhadap resiliensi UMKM kedai kopi dimasa pandemi COVID 19 adalah dengan memanfaatkan teknologi dan komunikasi berbasis internet atau dengan memanfaatkan *social media marketing* dengan baik. Satu strategi yang hampir diterapkan disemua kedai kopi di Kota Surabaya yaitu pemberian promo diskon dan paket *bundling*. Pembatasan jumlah pengunjung yang dianjurkan pemerintah menjadi salah satu alasan kedai kopi memilih mengencarkan promo diskon dan paket bundling untuk

menarik konsumen. Memanfaatkan sosial media guna memasarkan suatu produk merupakan salah satu tindakan yang tepat untuk memecahkan suatu permasalahan, sehingga UMKM kedai kopi di Kota Surabaya dapat mempertahankan usahanya dan dapat menstabilkan pendapatan dimasa pandemi COVID 19.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diberikan oleh peneliti yaitu :

1. Untuk pelaku UMKM kedai kopi harus dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, memanfaatkan sosial media, meningkatkan literasi digital, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen agar UMKM dapat bertahan dan menyesuaikan dengan kondisi pandemic COVID 19.
2. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai dampak pandemi COVID 19 terhadap resiliensi UMKM kedai kopi di Kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Andi. "Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia." *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2, No. 1 (June 29, 2020): 123–31.
- "Badan Pusat Statistik." Accessed February 15, 2022. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>.
- "Buku Bi 5_Kajian Potensi Penerapan Sekuritisasi Aset Kredit Ukm_Rev.Pdf." Accessed February 5, 2022. https://www.bi.go.id/id/UMKM/penelitian/documents/buku%20bi%205_kajian%20potensi%20penerapan%20sekuritisasi%20aset%20kredit%20ukm_rev.pdf.
- COVID-19, Website Resmi Penanganan. "Beranda." COVID19.Go.Id. Accessed February 5, 2022. <https://COVID19.Go.Id/>.
- . "Tanya Jawab." COVID19.Go.Id. Accessed February 15, 2022. <https://COVID19.Go.Id/Tanya-Jawab?Search=Pandemi+COVID>.
- Hamanay, Nancy Diera, Luh Dina Ekasari, and Ahmad Mukoffi. "Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan UMKM pada Pabrik Usaha Tahu Amda." *Jurnal Akuntansi Kompetif* 4, No. 3 (September 26, 2021): 263–69. <https://doi.org/10.35446/Akuntansikompetif.V4i3.717>.
- Ihza, Khofifah Nur. "Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto)." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 7 (November 25, 2020): 1325–30. <https://doi.org/10.47492/Jip.V1i7.268>.
- Maleha, Nova Yanti, Imelda Saluza, and Bagus Setiawan. "Dampak COVID-19 terhadap Pendapatan Pedagang Kecil di Desa Sugih Waras Kec. Teluk Gelam Kab. Oki | Maleha | Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam." Accessed February 4, 2022. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3476>.
- Nabilah, Sharfina, Muhammad Nursan, and Pande Komang Suparyana. "Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food di Kota Mataram)." *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 12 (April 28, 2021): 2655–60. <https://doi.org/10.47492/Jip.V1i12.438>.
- Nalini, Siti Nuzul Laila. "Dampak COVID-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 4, No. 1 (January 9, 2021): 662–69. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.278>.
- Raharjo, Dewi Amaliah Nafiati, and Endang Sri Mulyani. "Resiliensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi

COVID 19.” *Jurnal Utilitas* 6, No. 2 (October 26, 2020): 1–8.
<https://doi.org/10.22236/Utilitas.V6i2.5250>.

Sari, Ayu Indah, Shabrina Ria Ardelilla, And Linda Hetri Suriyanti. “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pekanbaru.” *Research In Accounting Journal (Raj)* 1, No. 3 (November 27, 2021): 362–69. <https://doi.org/10.37385/Raj.V1i3.303>.

Sari, Rosa Nindia. “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM Batik di Kabupaten Sumenep.” *Ristansi: Riset Akuntansi* 1, No. 1 (2020): 45–53.
<https://doi.org/10.32815/Ristansi.V1i1.347>.

Ukm, Dinas Koperasi &. “Satu Data - Dinas Koperasi dan Ukm Jatim.” *Accessed February 5, 2022*. https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/.

———. “Satu Data - Dinas Koperasi dan Ukm Jatim.” *Accessed February 6, 2022*.
https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/.

Utami, Betty Silfia Ayu. “Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Sektor UMKM di Indonesia.” 03, No. 1 (June 30, 2021): 1–7.

Yunia, Noorma. “Dampak COVID-19 terhadap Pelaku UMKM (Studi Kasus Lebak, Banten).” *Aksioma Al-Musaqoh : Journal Of Islamic Economics And Business Studies* 4, No. 2 (December 30, 2021): 91–98.

Sukirno, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana, 2010) h .67

Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makro Ekonomi Ed.1. Cet. 13*,(Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002), H. 49

Admin, ‘RPJMD 2021-2026’, Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya, *Accessed 1 July 2022*,
<https://www.bappeko.surabaya.go.id/dokumen/item/109-rpjmd-2021-2026>.

Mbak April. Wawancara pada tanggal 10 Juni 2022

Mas Alfian. Wawancara pada tanggal 11 Juni 2022

Mas Bucky. Wawancara pada tanggal 19 Juni 2022

Mas Wisnu. Wawancara pada tanggal 20 Juni 2022

Mbak Anisa. Wawancara pada tanggal 20 Juni 2022

Mas Roni. Wawancara pada tanggal 20 Juni 2022

Mbak Shofi. Wawancara pada tanggal 20 Juni 2022

Mas Dwiki. Wawancara pada tanggal 20 Juni 2022

Bapak Akp. Widodo, S.E. Wawancara pada tanggal 05 Juli 2022



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A