

## STRATEGI BERTAHAN USAHA KULINER DI MASA PANDEMI COVID-19

Salsabila Priska Adiristi<sup>1</sup>, Yudan Hermawan<sup>2\*</sup>

<sup>1, 2</sup>Pendidikan Luar Sekolah Universitas Negeri Yogyakarta  
yudan\_hermawan@uny.ac.id\*

Diterima: 22 Februari 2022 Revisi: 5 Juni 2022 Diterbitkan: 30 Juni 2022

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi wirausaha kuliner dalam situasi pandemi covid-19, dimana covid-19 sangat berdampak pada seluruh lapisan masyarakat termasuk para wirausaha. Dalam fokus penelitian ini adalah strategi seorang wirausaha kuliner Bu. Rena di Kabupaten Klaten pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif diskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pemilihan usaha kuliner berupa susu segar dilatarbelakangi oleh tingkat konsumsi pada masyarakat Klaten yang cukup tinggi pada susu segar dengan harga yang relative murah dan ramah bagi masyarakat Klaten, hal tersebut membuat Bu Rena memutuskan terjun di bidang usaha kuliner. Pandemi covid-19 berdampak pada usaha yang dijalankan Bu Rena seperti adanya pembatasan kerumunan dan jam operasional mengharuskan Bu Rena berpikir untuk menjalankan usaha yang dapat dilakukan di rumah. Strategi yang dilakukan Bu Rena dalam mengembangkan usahanya yaitu dengan tidak hanya berfokus pada penjualan susu segar namun juga pada penjualan masakan rumahan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bu Rena dalam menjalankan usahanya yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial atau secara online melalui Whatsapp, Instagram dan media social yang lain. Selanjutnya melalui konvensional dengan strategi menyebar informasi secara “getok tular” atau dalam Bahasa Indonesia memiliki arti “dari mulut ke mulut”. Strategi selanjutnya yaitu pengantaran masakan yang dijual Bu. Rena secara online ini dapat dilakukan dengan sistem COD (*Cash On Delivery*) dan mengantar langsung makanan ke rumah pembeli namun dalam area atau yang masih berdekatan.

**Kata kunci :** *strategi wirausaha, dampak pandemic covid-19, wirausaha, kuliner, susu segar*

### Abstract

*This research aims to look at culinary entrepreneurial strategies in the situation of covid-19 emigrants, where covid-19 is severely affected in all levels of society including entrepreneurs. In the focus of this research is the strategy of kulinary entrepreneur Ma'am. Rena in Klaten Regency during the covid-19 pandemic. The study uses a qualitatively described approach with data collection techniques using interview, observation and documentation methods. The results of this study found that the selection of culinary business in the form of fresh milk was motivated by the level of consumption in the Klaten community which is quite high in fresh milk at a relatively cheap and friendly price for the klaten community, this made Mrs. Rena decide to jump in the culinary business. The covid-19 pandemic has an impact on businesses run by Bu Rena such as crowd restrictions and operating hours require Mrs. Rena to think about running a business that can be done at home. The strategy carried out by Mrs. Rena in developing her business is to not only focus on the sale of fresh milk but also on the sale of*

*home cooking. The marketing strategy carried out by Mrs. Rena in running her business is to optimize the use of social media or online through Whatsapp, Instagram and other social media. Furthermore, through conventional with the strategy of spreading information in a "tular getok" or in Indonesian has the meaning of "word of mouth". The next strategy is the delivery of food sold by Mom. This online rena can be done with a COD (Cash On Delivery) system and deliver food directly to the buyer's home but in an area or still nearby.*

**Keywords :** *entrepreneurial strategy, impact of pandemic covid-19, entrepreneurship, culinary, fresh milk*

## **PENDAHULUAN**

Pandemi covid-19 telah membuat banyak hal berubah karena terpaksa menyesuaikan dengan keadaan. Berbagai bidang seperti pendidikan, sosial, budaya, hingga bisnis mau tidak mau terkena imbasnya. Sektor bisnis usaha terutama jenis usaha mikro kecil dan menengah menjadi sektor yang paling terdampak pandemi yang belum juga usai ini. Inovasi harus dilakukan demi keberlangsungan usaha agar tetap dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Covid-19 atau yang juga sering disebut virus korona membatasi gerak usaha mikro dan menengah mengingat sifatnya yang begitu mudah menular dari satu individu ke individu lain. Belum lagi peraturan social distancing dan PSBB dari pemerintah yang harus ditaati. Dampak covid-19 ini nampaknya berimbas pada semua sektor kehidupan manusia. Utamanya dampak terhadap ekonomi negara yang berimbas pada ekonomi masyarakat, tidak sedikit mereka yang kehilangan mata pencaharian, Ekonomi banyak dari masyarakat (Hermawan, 2020) Tentu hal ini menimbulkan kerugian bagi para pelaku usaha. Bahkan beberapa di antaranya terpaksa gulung tikar karena bangkrut.

Usaha mikro adalah usaha dengan skala kecil atau bisnis mandiri yang dilakukan perorangan atau keluarga yang biasanya pada jaman ini memanfaatkan teknologi sederhana baik dalam proses produksi maupun pemasaran produknya. Dalam melakuka usaha, usaha berskala kecil ini cukup mudah didirikan, namun potensi untuk ditiggalkan tak kalah besar. Penghasilannya pun relatif kecil yang kebanyakan terbatas pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari saja. Wirausaha adalah kegiatan usaha atau bisnis yang dapat dilakukan dalam berbagai bidang, seperti fashion, estetika skincare, furniture, kuliner, dan lainnya. Suryana dan Bayu (2011) mendefinisikan bahwa wirausaha merupakan orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha mengumpulkan serta memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan tepat guna memastikan kesuksesan. Wirausaha kuliner merupakan bentuk usaha yang dijalankan dalam bidang kuliner. Jenis usaha inilah yang terkena dampak besar akibat pandemi, terutama pada usaha kuliner rumahan. Meski tidak menutup kemungkinan bahwa usaha kuliner bisa saja lebih pesat berkembang di kala pandemi. Para pelaku usaha kuliner dituntut selalu menyesuaikan situasi dengan melakukan sebuah strategi untuk bisa bertahan dengan terus berinovasi dalam menjalankan usahanya agar terhindar dari kebangkrutan. Menurut Rangkuti (2013:183) strategi merupakan suatu rencana komprehensif dimana menguraikan mengenai cara perusahaan yang ingin mencapai seluruh tujuan yang telah ditentukan berdasarkan tujuan yang sudah dirancang sebelumnya. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan yang memiliki sifat incremental atau selalu meningkat dan terus meneru, serta

dijalankan pada pandangan mengenai hal yang diharapkan pelanggan di masa depan.

Bu Rena, adalah seorang pelaku usaha kuliner yang mulanya berjualan susu segar dengan mendirikan tenda di pinggir jalan tepat di depan Kantor Kecamatan Klaten Utara. Dampak pandemic covid-19 yang terjadi beliau harus menaati aturan PSBB dari pemerintah di mana usaha susu kulinernya mengalami penurunan omset yang cukup besar. Bu Rena merupakan pelaku wirausaha yang mampu bertahan dengan menerapkan strategi yang dijalankan. Ibu Rena mencari cara agar usahanya tetap bertahan dengan branding Dapur Cik Na, berjualans secara online dan pengembangan usaha berjualan kuliner berupa seafood dengan berbagai varian rasa yang menarik. Strategi Bu Rena berbuah manis dimana beliau tak hanya dapat mempertahankan bisnis kulinernya namun juga dapat berinovasi dengan sangat baik. Beliau berhasil menciptakan peluangny sendiri. Berdasarkan hal diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha kuliner Bu Rena.

## **METODE**

Penelitian ini bertujuan mendapatkan gambaran tentang strategi bertahan usaha kuliner di masa pandemi covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif diskriptif. Emzir (2010) menyatakan studi kasus merupakan penelitian kualitatif yang berusaha menemukan sebuah makna, menyelidiki suatu proses, juga memperoleh pengertian dan pemahaman mendalam dari seseorang atau individu, kelompok ataupun situasi tertentu. Rincian unit analisisnya yaitu bagaimana strategi bertahan usaha kuliner bu Rena di masa pandemi covid-19. Lokasi penelitian terletak di usaha Kuliner Bu. Rena Kecamatan Klaten Utara Kabupaten Klaten.. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Maret sampai Juli 2021. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Instrumen pengumpul data disiapkan oleh peneliti itu sendiri atau instrumen utamanya. Penelitian ini peneliti berada pada posisi sebagai intrumen kunci (Cuba & Lincoln, 1985). Keabsahan data penelitian menggunakan teknik ketekunan dalam pengamatan lapangan juga triangulasi. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis model interaktif seperti yang di dinyatakan oleh Milles & Huberman (2014) terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Diskripsi Usaha Susu Segar Bu. Rena**

Pada masa sebelum pandemi, Bu Rena mengoprasikan usaha berupa susu segar yang berlokasi di pinggir jalan. Susu adalah sebuah paket lengkap untuk menyehatkan tubuh. Minuman ini mengandung vitamin, protein, dan fosfor yang baik untuk tubuh. Daya tarik tersebut ketika diolah menjadi strategi marketing yang menarik, akan menghasilkan materi promosi yang bombastis. Pangsa pasar susu segar bisa dibilang sangat luas. Dari mulai anak-anak hingga orang tua, semuanya bisa mengkonsumsi susu segar. Pelaku bisnis hanya tinggal fokus kepada pemasaran dan bahan baku saja.

Pemilihan usaha kuliner berupa susu segar dilatarbelakangi oleh tingkat konsumsi pada masyarakat Klaten yang cukup tinggi pada susu segar ditambah dengan harga susu segar yang

relative murah dan ramah bagi masyarakat Klaten membuat Bu Rena memutuskan terjun di bidang usaha kuliner berupa susu segar. Namun, karena terkendala kondisi pada saat pandemi seperti adanya PSBB maupun PPKM yang membatasi kegiatan masyarakatnya serta para pelaku usaha mikro kecil menengah untuk menutup usahanya pada pukul 20.00 malam, mengharuskan Bu Rena berpikir untuk menjalankan usaha yang dapat dilakukan di rumah serta mengurangi kerumunan seperti pada warung susu segar serta mengingat pula biaya yang tidak sedikit untuk mengeluarkan modal usaha susu segar beserta dengan tenda yang digelar untuk menunjang usahanya.

Oleh karena adanya virus covid – 19, Bu Rena memilih untuk mendirikan usaha kuliner berupa masakan rumahan yang dijual di rumah tanpa mendirikan tenda di pinggir jalan. Wirausaha yang dapat selalu berinovasi dan tidak pernah mati adalah wirausaha kuliner. Wirausaha kuliner terdapat di setiap sudut kota dalam skala mikro, menengah, maupun makro dimana mereka menjual makanan maupun minuman kepada masyarakat. Wirausaha kuliner merupakan usaha yang dapat memberikan keuntungan besar bagi para pelaku usaha kuliner.

### **Strategi Bertahan di masa Pandemi Covid-19**

Usaha mikro adalah aktivitas ekonomi berbasis lingkup kecil yang dilakukan oleh individu atau keluarga, namun teknologi yang digunakan masih sederhana. Dalam melakukan usaha, lapangan usaha mudah untuk dilakukan, dan ditinggalkan. Penghasilan yang didapatkan dari penjualan pun relatif sedikit, sebagian besar penghasilan digunakan untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari – hari. Laporan belajar ini akan membahas mengenai usaha skala mikro yang dijalankan oleh seorang wirausaha yang bergerak di bidang kuliner.

Wirausaha merupakan aktivitas menjalankan bisnis secara mandiri dimana pelaku usaha memenuhi berbagai aspek sumber daya yang dibutuhkan dalam kegiatan bisnisnya. Dalam berwirausaha, pelaku usaha harus memiliki upaya untuk mengidentifikasi suatu produk yang baru, menentukan metode produksi dan pemasaran, serta mengelola manajemen modal dan keuangan usaha. Wirausaha kuliner adalah salahsatu dari banyak usaha yang ada dan berkembang di Indonesia dan dapat selalu berkembang baik di masa sulit sekali pun. Wirausaha kuliner selalu berkembang dikarenakan pelaku usaha yang menjual makanan atau minuman yang merupakan kebutuhan pokok dari manusia yang harus dipenuhi, sehingga wirausaha kuliner dapat selalu berkembang karena produk usahanya selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Pada masa pandemi saat ini juga, para pelaku usaha kuliner dituntut untuk selalu berinovasi pada bidang usahanya agar tidak mengalami kerugian bahkan gulung tikar.

Salah satu wirausaha kuliner yang peneliti temui dan menarik untuk diteliti adalah wirausaha milik Bu Rena. Bu Rena merupakan seorang wirausaha yang menggerakkan usahanya dibidang kuliner dengan mengandalkan bakat dan kemampuannya dalam mengolah bahan mentah menjadi makanan yang siap dinikmati oleh pelanggannya. Usaha kuliner milik Bu Rena ini bernama Dapur Cik Na di mana menjual berbagai macam olahan daging ayam, sayuran, serta makanan laut atau seafood dengan berbagai macam bumbu.

Pandemi virus corona di mata Bu Rena menyerang berbagai lapisan masyarakat termasuk juga para pedagang kaki lima yang mencari rejeki melalui jalanan, oleh sebab itu karena keterbatasan sarana dalam melakukan usaha di jalanan seperti pada saat sebelum covid yaitu dengan berjualan secara online. Bu Rena mengembangkan usahanya dimana beliau tidak hanya berfokus pada penjualan susu segar namun juga pada penjualan masakan rumahan secara online. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bu Rena dalam menjalankan usahanya yang bernama Dapur Cik Na melalui via whatsapp dan informasi mengenai usaha Bu Rena menyebar

secara “getok tular” dalam bahasa jawnnya atau dalam Bahasa Indonesia memiliki arti “dari mulut ke mulut”.

Modal usaha adalah aspek yang harus ditemui dalam kegiatan usaha dan sama pentingnya dengan aspek lain yaitu SDM atau tenaga kerja, legalitas, serta teknologi. Modal usaha merupakan dana yang diperlukan dan digunakan untuk melangsungkan kegiatan usaha. Modal usaha dapat disebut juga dengan modal awal usaha atau modal pertama kali yang digunakan untuk membuka suatu usaha, modal untuk mengembangkan usaha, serta modal untuk mengoprasikan usaha.

Dalam menjalankan usahanya, Bu Rena menggunakan modal sendiri untuk mendukung keberlangsungan usaha kulinernya. Modal usaha adalah dana yang telah dipersiapkan oleh pelaku usaha untuk mengawali kegiatan usaha dan mengembangkan usahanya. Modal usaha dapat berasal dari tabungan pelaku usaha yang telah disisihkan dari kegiatan usaha terdahulu yang dapat disimpan dalam bentuk tabungan bank maupun deposito. Modal usaha dapat juga berasal dari hasil menjual aset atau barang yang dimiliki pelaku usaha di rumah ataupun barang-barang berharga lainnya yang disimpan oleh pelaku usaha. Memulai atau mengembangkan usaha dilakukan dengan menggunakan modal milik pribadi akan lebih baik dan aman. Modal usaha yang dimiliki akan menjadi alat ukur untuk mengetahui kapasitas dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola modal usaha tersebut, serta apabila kegiatan berwirausaha mengalami kendala bahkan kegagalan maka tidak akan berurusan dengan pihak lain karena merupakan modal milik pribadi.

Modal yang dikeluarkan oleh Bu Rena untuk usaha susu segar ini sendiri berkisar 10 – 15 juta. Alat-alat dan sarana penunjang usaha kuliner seperti tenda bongkar pasang, gerobak, alat masak, meja, kursi, tikar dan sebagainya. Namun, akibat adanya pandemi covid yang menyebabkan adanya PSBB maupun PPKM dimana membatasi ruang gerak masyarakat di luar terutama untuk makan, hal tersebut membuat Bu Rena memilih untuk membuka usaha susu segarnya di rumah dengan sistem pre-order. Untuk menambah penghasilan usaha, Bu Rena membuka usaha kuliner masakan rumahan yang dipromosikan melalui media sosial berupa whatsapp.

Saat ini, menurut Bu Rena wirausaha yang dijalani akan lebih efisien jika dilakukan secara online di mana tidak terlalu banyak biaya yang dikeluarkan untuk modal sarana dan tempat usaha. Jika usaha Bu Rena dilakukan di jalan dalam artian mendirikan warung tenda di pinggir trotoar maka akan mengeluarkan cukup banyak tenaga untuk mendirikan warung tenda bongkar pasang sehingga akan menambah biaya operasional. Sedangkan jika usaha dilakukan secara online maka akan menekan biaya operasional di mana tidak membutuhkan banyak tenaga yang sebelumnya dikeluarkan jika usaha dilakukan secara offline atau berkegiatan di jalanan serta jika memungkinkan dapat ditangani secara mandiri.

Pemasaran hasil produksi merupakan aspek setelah masa produksi yang merupakan faktor penting dalam kegiatan berwirausaha untuk mengembangkan kegiatan usaha dan menunjang kelancaran berkembangnya suatu usaha. Dalam pemasaran susu segar, harus dilakukan dengan penuh perhitungan, hal ini dikarenakan susu segar merupakan produk segar dan mudah rusak. Kegiatan pemasaran susu segar akan menentukan kualitas dari susu segar dimana kesegarannya harus tetap terjaga sampai ke tangan konsumen. Pengantaran masakan yang dijual oleh Dapur Cik Na secara online ini dapat dilakukan dengan sistem COD (Cash On Delivery) di mana memiliki arti penjual dan pembeli bertemu di satu lokasi yang telah disepakati dan melakukan transaksi secara langsung, dan mengantar langsung makanan ke rumah pembeli namun dalam area atau yang masih berdekatan atau masih dalam satu kelurahan dengan rumah Bu Rena. Dalam pengembangan usaha Dapur Cik Na kedepannya, Bu Rena

berencana untuk mendaftarkan usaha kulinernya pada grab food, go food, maupun shopee food. Namun, saat ini Dapur Cik Na belum dapat sampai pada tahap tersebut karena pemesanan makanan dari via whatsapp sudah cukup banyak di mana pada dasarnya Dapur Cik Na dioperasikan secara mandiri oleh satu orang maka akan cukup kewalahan jika saat ini membuka usaha pada grab food, go food, maupun shopee food. Dapur Cik Na kedepannya berencana melakukan pengrekrutan pegawai untuk melancarkan kegiatan usaha kulinernya melalui grab food, go food, maupun shopee food.

## SIMPULAN

Pandemi covid – 19 telah merubah segalanya tak terkecuali pada pelaku – pelaku usaha mikro kecil menengah. Berbagai inovasi harus dilakukan agar tetap dapat menjalankan usahanya di tengah hadirnya virus korona yang membatasi segala ruang gerak masyarakat. Wirausahawan yang saya teliti dalam artikel ini yaitu seorang wirausaha yang menjalankan usahanya dibidang kuliner bernama Bu Rena. Bu Rena yang sebelumnya berjualan susu segar bernama Sugarilozz dengan mendirikan tenda di pinggir jalan saat ini harus membatasi usahanya di jalan serta menambah penghasilan lain dengan melakukan inovasi pada usaha kulinernya berupa usaha masakan bernama Dapur Cik Na. Akibat adanya pandemi covid, Bu Rena memilih untuk membuka usaha susu segarnya di rumah dengan sistem pre – order. Saat ini, menurut Bu Rena wirausaha yang dijalani menurutnya akan lebih efisien jika dilakukan secara online di mana tidak terlalu banyak biaya yang dikeluarkan untuk modal sarana dan tempat usaha. Bu Rena mengembangkan usahanya dimana beliau tidak hanya berfokus pada penjualan susu segar namun juga pada penjualan masakan rumahan secara online. Pengantaran masakan yang dijual oleh Dapur Cik Na secara online ini dapat dilakukan dengan sistem COD, di mana memiliki arti penjual dan pembeli bertemu di satu lokasi yang telah disepakati dan melakukan transaksi secara langsung. Pengembangan usaha Dapur Cik Na kedepannya, Bu Rena berencana untuk mendaftarkan usaha Dapur Cik Na pada grab food, go food, maupun shopee food.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Jufri, A., Anggadwita, G., & Putri, M. K. (2017). Pengaruh Karakteristik Entrepreneur Terhadap Kesuksesan Usaha Kuliner Di Kabupaten Bandung (studi Kasus: Usaha Kuliner Kecamatan Bojongsoang). *eProceedings of Management*, 4(2).
- Ardianti, P. N. H., Suwandewi, P. A. M., & Danini, D. A. R. (2020). Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19. *Prosiding Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati 2020*, 122-130.
- Cuba, E., & Lincoln, Y. (1985). *Naturalistic inquiry*. California: Beverly Hills.
- Emzir, E. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif analisis data*. Jakarta: Raja Grasindo.
- Handayani, S. M., & Nurlaila, I. (2011). Analisis pemasaran susu segar di Kabupaten Klaten. *Sains Peternakan: Jurnal Penelitian Ilmu Peternakan*, 9(1), 41-52.
- Hermawan, Yudan. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Proses Pembelajaran Jarak Jauh di Pendidikan Anak Usia Dini. *PROSIDING Web Seminar Nasional (Webinar) Fakultas Ilmu Pendidikan: “Kebijakan Pendidikan Nasional: Pendidikan Non-Formal dan*

Pendidikan Anak Usia Dini”. Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP)-Universitas Negeri Malang (UM), 1-11.

Juliasty, S. (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*. PT Balai Pustaka (Persero).

Milles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tahirs, J. P., & Kannapadang, R. S. (2018). Membangun Model Pembukuan Usaha Mikro di Kabupaten Tana Toraja (Studi Kasus Usaha Kuliner). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 89-96.