

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

5.1.1 Strategi bertahan pada usaha mikro kecil sambal pecel di kota Blitar yang dilakukan agar bisa terus bertahan dalam menjalankan usaha adalah:

- 1) Faktor utama dan penting dalam pengembangan usaha industri sambal pecel adalah lokasi, modal, dan usaha.
- 2) Agar bisa melakukan pengembangan dalam usahanya, produsen memilih membuka usaha sambal pecel di tempat lain.
- 3) Mengubah harga atau mengadakan diskon agar bisa menjangkau konsumen kembali.
- 4) Mengurangi jam kerja atau efisiensi karyawan

Kemampuan daripada bertahan masing-masing produsen sambal pecel berbeda, bergantung pada orientasi pasar atau ada tidaknya pelanggan tetap dalam usaha yang sedang berjalan. Dari hasil analisis bab sebelumnya bisa diambil kesimpulan, sebagian besar industri kecil yang dijadikan sampel dalam survei lapangan mengalami penurunan aktivitas produksi dan omset yang merupakan dampak dari adanya *Covid-19*.

5.1.2 Strategi bersaing pada usaha mikro kecil sambal pecel di kota Blitar yang dilakukan agar bisa bersaing dalam menjalankan usahanya adalah:

- 1) Melakukan pengenalan produk sambal pecel melalui promosi lewat tetangga, keluarga, menitipkan di warung dan toko oleh-oleh terdekat, dan juga melalui sosial media.
- 2) Agar bisa bersaing dengan produsen lain, dipilih peningkatan dalam kualitas namun tetap memberikan harga yang bersaing agar tidak mengecewakan konsumen.
- 3) Memberlakukan diferensiasi produk dengan menambah jenis barang untuk dapat bersaing dengan produsen sambal pecel yang lain.
- 4) Bersikap adaptif terhadap perubahan lingkungan seperti yang terjadi pada perubahan minat konsumen.

5.1.3 Strategi Pemulihan

Strategi pemulihan yang dilakukan oleh produsen sambal pecel ketika memasuki era adaptasi kebiasaan baru (AKB) agar tetap terus produktif adalah

- 1) Pembukaan kembali usaha yang sempat ditutup selama pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)
- 2) Penambahan jumlah produksi
- 3) Perekrutan kembali tenaga kerja yang sempat dirumahkan

5.2 Saran

Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

5.2.1 Strategi Bertahan

- Lokasi, modal, dan usaha merupakan faktor utama dan penting dalam pengembangan usaha oleh karena itu lebih diperhatikan lagi misalnya dengan pembukaan sambal pecel di lokasi lain.
- Penjangkauan konsumen dengan memberi diskon perlu diperhatikan dari segi protokol kesehatannya agar bisa tetap terjaga.

5.2.2 Strategi Bersaing

- Pengenalan dan promosi produk sebaiknya lebih banyak dilakukan di sosial media saja mengingat sampai saat ini masa pandemi *covid-19*.
- Diferensiasi produk bisa dilakukan dengan menjual oleh-oleh lain khas blitar dapat lebih bersaing dengan produsen yang lain.

5.2.3 Strategi Pemulihan

- Perlu dilakukan peninjauan berkaitan dengan pembukaan kembali usaha yang sempat ditutup dari segi protokol kesehatannya agar tetap terjaga.

5.2.4 Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan suatu kajian mengenai strategi bertahan, strategi bersaing dan strategi

pemulihan dengan metode wawancara mendalam dan FGD (*Focus Group Discussion*) di lokasi lain dan industri yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

a. Jurnal dan Skripsi

- Hardilawati, W.L., (2020), “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, X (1) Juni, hal 89-98
- Komara, B.D., Setiawan, H.C.B., Kurniawan, A., (2020), “Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, XVII (3) Juli, hal 342-359
- Rukmana, A.Y., dan Sukanta, T.A., (2020), “Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Cobleng Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 di Tengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi COVID-19”, *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, XII (1) Mei, hal 37-53
- Saul, E.Y., (2015), “Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan Pada Industri Mikro dan Kecil Bakpia Pathok di Kecamatan Ngampilan Yogyakarta Tahun 2015”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (tidak dipublikasikan).
- Sri Susilo, Y., Sukmawati, Y., dan Wahyu Ariani, D., (2003), “Kemampuan Bertahan Industri Kecil Pada Masa Krisis Ekonomi”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, V (2) Juni, hal. 116-133
- Sri Susilo, Y., (2005), “Strategi Survival Usaha Mikro-Kecil (Studi Empiris Pedagang Warung Angkringan di Kota”, *Jurnal Telaah Bisnis*, VI (2) Desember, hal. 161-177
- Sri Susilo, Y., (2009a), “Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan dan Energi di Kota Yogyakarta”, *Jurnal Ekuitas*, XIV (2) Juni, hal. 225-244

Sri Susilo, Y., (2009b), “Strategi Survival Menghadapi Krisis Ekonomi Global : Kasus Industri Kecil-Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Studi Ekonomi*, IV (2) Juni, hal. 177-190

Sri Susilo, Y., dan Hamid, E.S., (2011), “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, XII (1) Juni, hal. 45-55

b. Referensi yang diakses dari internet

Merina, F., (2019), “Perkembangan UMKM di Indonesia”, *Medium*, 12 Februari 2019 diakses dari <https://medium.com/@fegimerina/perkembangan-umkm-di-indonesia-afbd5ed7787f> pada tanggal 3 Oktober 2020.

Nurita, D., (2020), “2 Kasus Baru Positif Virus Corona Terkait Warga Depok”, *Tempo*, 6 Maret 2020 diakses dari <https://nasional.tempo.co/read/1316394/2-kasus-baru-positif-virus-corona-terkait-warga-depok> pada tanggal 20 September 2020.

Padang, R.C., (2019), “Resep dan Cara Membuat Bumbu Pecel yang Enak Dinikmati Kapan pun!”, *IDNtimes*, 24 September 2019 diakses dari <https://www.idntimes.com/food/recipe/roh-cahaya-padang/resep-membuat-bumbu-pecel/1> pada tanggal 20 September 2020.

Putri, R.D., (2020), “Kronologi Penularan Pasien Positif Corona COVID-19 di Indonesia”, *Tirto.id*, 11 Maret 2020 diakses dari <https://tirto.id/kronologi-penularan-pasien-positif-corona-covid-19-di-indonesia-eD6x> pada tanggal 20 September 2020.

Riady, E., (2020), “UKM Blitar Bergeliat Lagi, Produknya Dibeli Bupati untuk Bansos Dampak Corona”, *Detik*, 20 April 2020 diakses dari <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4983335/ukm-blitar-bergeliat-lagi-produknya-dibeli-bupati-untuk-bansos-dampak-corona> pada tanggal 20 September 2020.



LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

DAFTAR PERTANYAAN

I. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Pendidikan Terakhir :
6. Status Perkawinan :
 - a. Kawin
 - b. Belum kawin
 - c. Duda
 - d. Janda

II. Informasi Kegiatan Usaha

1. Sudah berapa lama anda mengelola usaha sambel pecel ini?
2. Apakah usaha sambel pecel ini dikelola sendiri?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Apakah anda memiliki usaha lain (bukan sambel pecel) sebelumnya? Jika Ya, sebutkan
4. Apakah anda memiliki pegawai dalam usaha ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak
5. Jika ya, berapakah jumlah pegawai yang ada?

III. Permodalan

1. Berasal dari manakah modal awal dalam usaha sambel pecel ini?
 - a. Modal sendiri
 - b. Modal pinjaman / kredit dari Bank
 - c. Bantuan pemerintah
2. Berapa besar modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha mikro kecil sambel pecel ini?
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000
 - c. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
 - d. > Rp 10.000.000
 - e. Lainnya Rp

IV. Pendapatan Usaha

1. Berapa jumlah (dalam kg) sambel pecel yang terjual per hari?
 - a. < 10
 - b. 10-20
 - c. 21-40
 - d. 41-60
 - e. > 60
2. Berapa varian (tingkat kepedasan) sambel pecel yang dijual?
 - a. 3 tingkat (tidak pedas, sedang, pedas)
 - b. 2 tingkat (tidak pedas, pedas)
 - c. Pedas saja
3. Berapa harga untuk satu kilogram sambel pecel yang dijual?
 - a. Tidak pedas Rp.....
 - b. Sedang Rp.....
 - c. Pedas Rp.....
 - d. Semua sama

V. Pengadaan Bahan Baku

1. Darimanakah anda memperoleh bahan baku?
 - a. Dalam kota
 - b. Impor dari luar kota
 - c. Keduanya
2. Apakah pernah mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku? Jika ya, apa kesulitan yang dialami?
3. Apa saja bahan baku yang diperlukan dalam menghasilkan produk sambel pecel?

VI. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha

1. Apakah tingkat produksi/omset penjualan usaha anda mengalami perubahan pada masa pandemi Covid-19?
 - a. Menurun (ke pertanyaan no 3)
 - b. Tetap (ke pertanyaan no 3)
 - c. Meningkatkan (ke pertanyaan no 2)
2. Jika meningkat, berapa persenkah kira-kira kenaikan yang dialami selama pandemi Covid-19?
 - a. 1% - 10%
 - b. 11% - 20%
 - c. 21% - 30%
 - d. Lebih dari 30%
3. Jika menurun, berapa persenkah kira-kira penurunan yang dialami selama pandemi Covid-19?
 - a. 1% - 10%
 - b. 11% - 20%
 - c. 21% - 30%
 - d. Lebih dari 30%

VII. Strategi Bertahan

1. Apakah anda melakukan pengurangan jam kerja/hari kerja di masa pandemi *covid-19* ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Jika anda memiliki karyawan, apakah terdapat pengurangan tingkat upah/gaji yang dibayarkan di masa pandemi ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Untuk dapat bertahan, apakah anda melakukan efisiensi tenaga kerja/PHK?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Apakah anda mengubah komposisi produk yang dihasilkan ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
5. Dalam masa pandemi ini, apakah yang anda lakukan untuk mengembangkan usaha ini ?
 - a. Membuka usaha sambel pecel di tempat lain
 - b. Akan menambah jenis barang dagangan
 - c. Tidak ada
 - d. Menjual barang baru
 - e. Lainnya
6. Apakah anda mengubah/menurunkan harga jual produk perusahaan anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak

VIII. Strategi Bersaing

1. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan produk?
2. Kemana sajakah orientasi utama anda dalam menjual produk usaha anda?
 - a. Dalam kota
 - b. Ekspor keluar kota
 - c. Keduanya
 - d. Lainnya
3. Siapa yang menentukan harga jual barang dagangan anda?
 - a. Sendiri
 - b. Bersama rekan kerja / keluarga
 - c. Lainnya
4. Dalam masa pandemi *Covid-19*, bagaimanakah usaha anda bersaing dengan usaha kecil lainnya yang memproduksi barang atau produk yang sama?
 - a. Harga
 - b. Kualitas
 - c. Pelayanan

- d. Tidak membuat persaingan dengan yang lain
 - e. Lainnya
5. Apakah anda sering melakukan pemotongan harga (diskon) dalam usaha anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 6. Apakah dalam masa pandemi *Covid-19* ini, anda melakukan pemotongan harga (diskon)?
 - c. Ya
 - d. Tidak
 7. Apakah ada pembeli atau pelanggan tetap yang sering membeli barang dagangan anda?
 - a. Ada
 - b. Tidak ada
 8. Apakah dalam masa pandemi ini, pelanggan tersebut tetap membeli barang dagangan anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 9. Apa kira-kira yang menjadi alasan pembeli tersebut berlangganan meskipun dalam masa pandemi?
 - c. Pelanggan tetap tersebut kenal baik dengan Anda
 - d. Barang dagangan yang dijual lebih variatif
 - e. Harga barang dagangan anda lebih terjangkau
 - f. Lainnya
 10. Apa saja strategi yang anda lakukan untuk dapat bersaing dengan produsen sambel pecel yang lain di masa pandemi *covid-19* ini?
 - a. Melakukan promosi di sosial media (WhatsApp, Instagram, Facebook dsb)
 - b. Mempertahankan kualitas produk
 - c. Distribusi produk yang lebih luas lagi
 11. Menurut anda, faktor apakah yang penting dalam mengembangkan usaha sambel pecel ini? (pilih 3 faktor yang menurut anda penting)
 - a. Lokasi usaha
 - b. Modal untuk mengembangkan usaha
 - c. Banyaknya jumlah barang dagangan
 - d. Kenalan
 - e. Jenis/macam barang yang dijual
 - f. Cuaca (hujan dsb)
 12. Apakah anda bekerjasama dengan produsen besar lainnya yang membuat barang yang sama?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 13. Jika ya, sebutkan 3 bentuk kerjasama dengan produsen lainnya yang menurut anda penting untuk dilakukan
 - a. Membagi pesanan
 - b. Bertukar informasi

- c. Mengembangkan jaringan distribusi
- d. Ketersediaan pasokan bahan baku
- e. Tukar menukar informasi teknik
- f. Pemasaran bersama
- g. Patungan menjadi pemasok
- h. Lainnya.....

IX. Strategi Pemulihan

1. Di era adaptasi kebiasaan baru (AKB) ini, apakah anda sudah menyiapkan strategi untuk dapat pulih dari keterpurukan usaha sambel pecel?
 - a. Sudah
 - b. Belum
2. Jika sudah, apa saja yang akan anda lakukan?
 - a. Akan membuka usaha kembali jika sudah memungkinkan (jika sempat menutup usaha)
 - b. Dengan menambah jumlah produksi
 - c. Perekrutan kembali tenaga kerja yang sempat dirumahkan
 - d. Lainnya
3. Jika belum, apa alasan anda belum menyiapkan strategi?
 - a. Omset produk yang dihasilkan tidak menurun/tetap
 - b. Ingin beralih memproduksi produk selain sambel pecel
 - c. Mencari pekerjaan lain (tidak menjadi pengusaha lagi)
 - d. Lainnya

X. Penutup

1. Apakah dalam menjalankan usaha industri rumah tangga sambel pecel ini anda tergabung dalam paguyuban / organisasi?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Jika ya, paguyuban / organisasi apakah?

Lampiran Data Responden

I. Data Identitas Responden

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	8	16%
	b. Perempuan	42	84%
		50	100%
2	Usia		
	a. ≤ 50	39	78%
	b. > 50	11	22%
		50	100%
3	Pendidikan		
	a. SMP	7	14%
	b. SMA	39	78%
	c. S1	4	8%
		50	100%

II. Pengelolaan Usaha

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Berapa lama menjalankan usaha sambal pecel		
	a. < 5 tahun	5	10%
	b. 6-10 tahun	10	20%
	c. 11.20 tahun	34	68%

	d. > 20 tahun	1	2%
		50	100%
2	Status usaha sendiri		
	a. Ya	50	100%
	b. Tidak	0	0%
		50	100%
3	Memiliki pegawai dalam usaha		
	a. Ya	40	80%
	b. Tidak	10	20%
		50	100%
4	Memiliki usaha lain sebelum sambal pecel		
	a. Ya	12	24%
	b. Tidak	38	76%
		50	100%

III. Data Modal Usaha

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Modal awal usaha		
	a. Modal sendiri	43	86%
	b. Pinjaman dari bank/kerabat	7	12%
		50	100%
2	Besar modal awal usaha		
	a. < 1 juta	11	22%
	b. 1-5 juta	24	48%

	c. 5-10 juta	7	14%
	d. > 10 juta	8	16%
		50	100%

IV. Pendapatan

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Jumlah penjualan per hari		
	a. < 10 kg	9	18%
	b. 11-30 kg	11	22%
	c. 31-50 kg	14	28%
	d. 51-100 kg	10	20%
	e. > 100 kg	6	12%
		50	100%

V. Pengadaan Bahan Baku

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Perolehan bahan baku		
	a. Dalam kota	48	96%
	b. Luar kota	0	0%
	c. Dalam dan luar kota	2	4%
		50	100%
2	Kesulitan dalam memperoleh bahan baku		
	a. Ya	0	0%
	b. Tidak	50	100%

	50	100%
--	-----------	-------------

VI. Data Strategi Bertahan

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Strategi bertahan di masa pandemi Covid-19		
	a. Harga tetap dan efisiensi pegawai	43	86%
	b. Menurunkan harga	6	12%
	c. Menurunkan kualitas produk agar harga jual tetap	1	2%
		50	100%
2	Strategi bertahan dengan efisiensi pegawai		
	a. Ya	43	86%
	b. Tidak	7	14%
		50	100%
3	Pengembangan usaha		
	a. Penambahan jenis produk	32	64%
	b. membuka usaha di tempat lain	10	20%
	c. Tidak melakukan pengembangan	6	12%
	d. Menjual produk baru	2	4%
		50	100%

VII. Strategi Bersaing

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
----	------------	------------------	------------

1	Cara penentuan harga jual		
	a. Sendiri	45	90%
	b. Bersama rekan kerja/kerabat	5	10%
		50	100%
2	Usaha dalam persaingan		
	a. Harga	20	40%
	b. Kualitas	13	26%
	c. Pelayanan	9	18%
	d. Ketiganya	3	6%
	e. Tidak membuat strategi bersaing	5	10%
		50	100%
3	Pemberlakuan diskon		
	a. Ya	23	46%
	b. Tidak	27	54%
		50	100%
4	Alasan terdapat pelanggan		
	a. Harga terjangkau	32	64%
	b. Pelanggan kenal baik dengan produsen	10	20%
	c. Barang dagangan variatif	8	16%
		50	100%

IX. Strategi Pemulihan

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Persiapan strategi menghadapi AKB		

	a. Ya	21	42%
	b. Tidak	29	58%
		50	100%
2	Strategi adaptasi kebiasaan baru		
	a. Pembukaan kembali usaha yang ditutup	0	0%
	b. Menambah jumlah produksi	17	80,9%
	c. Merekrut kembali tenaga kerja	4	19,04%
		21	100%
3	Alasan tak menyiapkan strategi		
	a. Omset tidak menurun / tetap	18	62,06%
	b. Ingin produksi selain sambal pecel	11	37,93%
	c. Ingin beralih profesi	0	0%
		29	100%