

**STRATEGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH)
DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS PADA SITUASI COVID-19
DI *GAMPONG BLOK BENGKEL* KECAMATAN KOTA SIGLI
KABUPATEN PIDIE**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

YOGA LAMKARUNA HARMANDA

NIM. 170404034

**Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 dalam ilmu Dakwah

Pengembangan Masyarakat Islam



Diajukan Oleh:

YOGA LAMKARUNA HARMANDA

NIM. 170404034

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

AR-RANIRY

Pembimbing I

Sakdiah, M.Ag

NIP. 197307132008012007

Pembimbing II

Furqan, MA

NIP. 1315098702

SKRIPSI

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Dalam
Ilmu Dakwah Prodi Pengembangan Masyarakat Islam**

Diajukan Oleh:

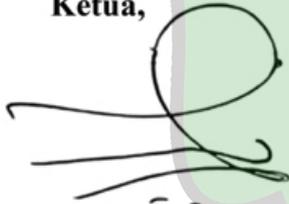
YOGA LAMKARUNA HARMANDA

NIM. 170404034

Pada Hari/Tanggal
Senin, 02 Agustus 2021 M
23 Zulhijah 1442 H

di
Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,



Sakdiah, M.Ag
NIP. 197307132008012007

Sekretaris,



Furqan, MA
NIP. 1315098702

Penguji I,



Dr. T. Lembong Misbah, MA
NIP. 197405222006041003

Penguji II,



Drs. M. Jakfar Puteh, M. Pd
NIP. 195508181985031005

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry



Dr. Fakhri, S. Sos., MA
NIP. 196411291998031001



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Yoga Lamkaruna Harmanda

NIM : 170404034

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulisan yang berjudul “ Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie” tidak terdapat karya pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 27 Juli 2021

Yoga Lamkaruna Harmanda Menyatakan,



Yoga Lamkaruna Harmanda

NIM. 170404034

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Yoga Lamkaruna Harmanda

NIM : 170404034

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulisan yang berjudul “ Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie” tidak terdapat karya pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 27 Juli 2021
Yang Menyatakan,

Yoga Lamkaruna Harmanda
NIM. 170404034

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji serta syukur, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dan kita semua dapat merasakan nikmat hidup yang penuh barokah ini. Sholawat serta salam tidak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita selaku umatnya dari zaman kegelapan ke zaman yang terang –menderang seperti sekarang ini.

Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie”, skripsi ini diajukan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam rangka penyelesaian program studi Stara 1 (S1) di Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

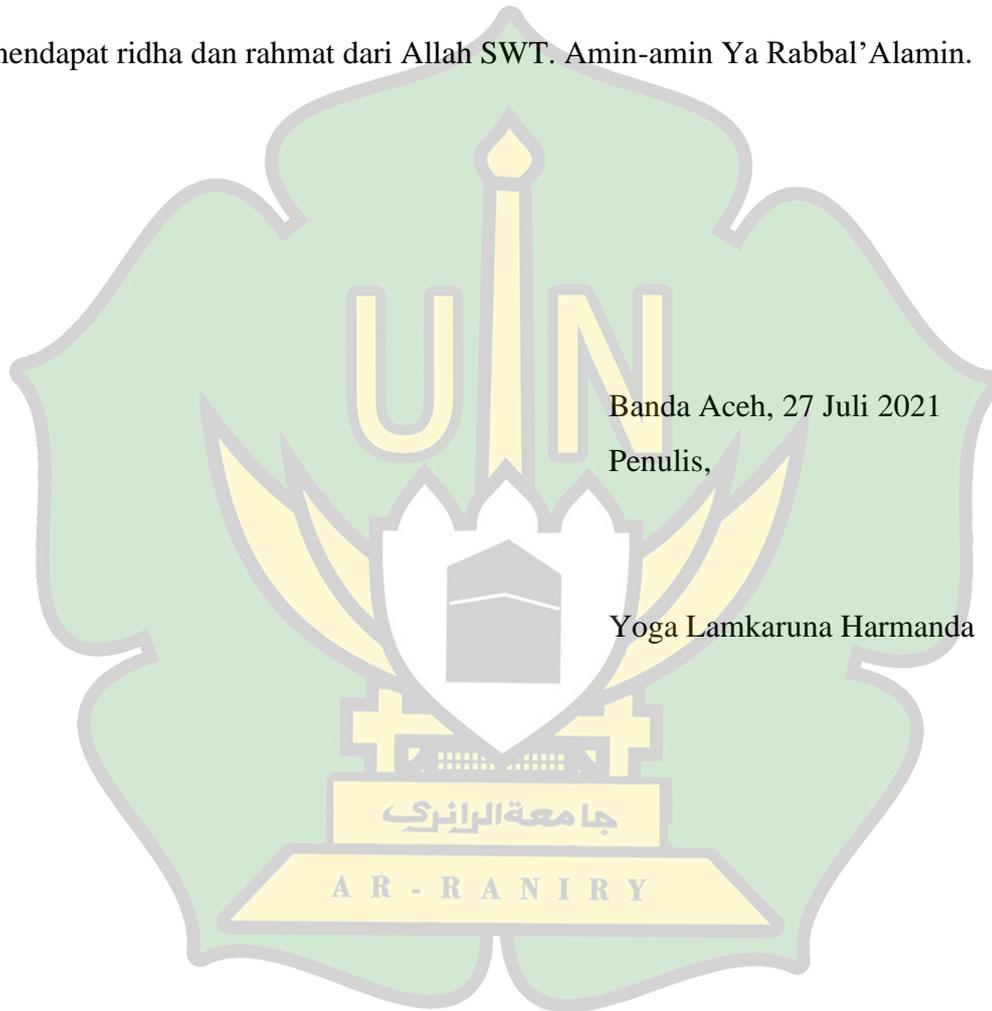
Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa penelitian dan penyusunan skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Bersyukur serta saya ucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, Ayahanda “Harfeni Husin” dan Ibunda “Salamah Daud” yang telah mendukung, memberi kasih sayang, pendidikan, tidak hanya dari segi materi akan tetapi juga untaian doa yang selalu dipanjatkannya, terima kasih berkat dorongan dan doa restu ayah dan ibu, serta terimakasih kepada kakak dan adik tersayang “ Yayang Harmanda dan Yudha Putra Harmanda” yang selalu bahu – membahu saling mendo’akan dan membantu hingga sampai titik ini.

Dengan sepenuh hati penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan penulis sampaikan kepada Ibu Sakdiah, M.Ag, sebagai pembimbing I dan Bapak Furqan, MA, sebagai pembimbing II yang sudah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik walaupun jauh dari kesempurnaan yang diharapkan. Terima kasih Kepada Ibu Dr. Rasyidah, M.Ag, selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah membimbing penulis dari awal hingga sekarang, kepada Bapak Dr. Fakhri, S.Sos., MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, Bapak Drs. Yusri. M.L.I.S, sebagai Wakil Dekan I, Bapak Zainuddin T, M.Si, sebagai Wakil Dekan II, Bapak Dr. T.Lembong Misbah, MA, sebagai Wakil Dekan III. Kemudian Ibu Dr. Rasyidah, M.Ag, selaku Ketua Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, Ibu Sakdiah, M.Ag, selaku Sekretaris Prodi Pengembangan Masyarakat Islam, serta semua dosen yang telah mendidik penulis selama di perkuliahan.

Kemudian penulis ucapkan terimakasih banyak kepada Bapak M. Ashrien selaku aparatur *Gampong* Blok Bengkel, Ibu Teifanur selaku *Tuha Peut*, Bapak Harfeni Husin selaku *Tokoh Adat Gampong* Blok Bengkel yang sudah banyak membantu serta menyempatkan waktu bagi penulis untuk mencari data pagi, siang, sore dan malam, terimakasih juga kepada Bapak dan Ibu Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di *Gampong* Blok Bengkel.

Ucapan terimakasih untuk sahabat-sahabatku Naufal Maskur, Aditya fahreza, dan Arif Prasetya yang telah memberikan tempat tidur selama hampir satu semester. Untuk teman leting 2017 serta sahabat dan teman seperjuangan yang telah membantu do'a, dukungan, saran, kritikan, dan semangat serta memberikan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi tehnik penulisannya maupun dari segi pembahasannya karena keterbatasan ilmu dan literatur yang dimiliki, meskipun telah diusahakan dengan segala kemampuan yang ada. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan ini dimasa yang akan datang, dan diharapkan skripsi ini bermanfaat bagi yang memerlukan dan semoga kita selalu mendapat ridha dan rahmat dari Allah SWT. Amin-amin Ya Rabbal'Alamin.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penjelasan Istilah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan.....	9
B. Strategi.....	12
C. Bisnis.....	14
D. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....	18
E. Covid-19.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian.....	23
B. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	23
C. Informan Penelitian.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	31
B. Hasil Penelitian.....	40
C. Pembahasan.....	52

BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN - LAMPIRAN	63
PEDOMAN WAWANCARA	66
RIWAYAT HIDUP PENULIS	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Wilayah <i>Gampong</i> Blok Bengkel.....	33
Gambar 4.2 Struktur Pemerintahan <i>Gampong</i> Blok Bengkel	33



DAFTAR TABEL

Table 4.1 Luas Wilayah <i>Gampong</i> Blok Bengkel.....	33
Table 4.2 Jumlah Penduduk <i>Gampong</i> Blok Bengkel	34
Table 4.3 Sumber Mata Pencaharian <i>Gampong</i> Blok Bengkel.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keputusan.....	63
Lampiran 2: Surat Keterangan Penelitian	64
Lampiran 3: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	65
Lampiran 4: Dokumen Photo Bengkel Kereta Api	68
Lampiran 5: Dokumentasi Saat Penelitian	70



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di Gampong Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie**“. Adapun pembahasan skripsi ini ditunjukkan untuk menganalisis permasalahan pokok yang pertama faktor apa yang membuat masyarakat *Gampong* Blok Bengkel tetap memilih bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dimasa pandemi Covid-19, kedua bagaimana strategi mempertahankan konsumen, ketiga apa manfaat dari strategi yang baik. Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang membuat masyarakat tetap bertahan dengan bisnis ini dimasa pandemi Covid-19, dan untuk mengetahui bagaimana strategi dan manfaat dari strategi. Dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan tersebut penulis menggunakan metode penelitian lapangan (*Field Research*) untuk membahas fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menggunakan sampel (*purposive sampling*) yang informannya ditetapkan dalam kriteria tertentu. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang membuat masyarakat tetap bertahan pada bisnis UMKM pada masa pandemi Covid-19 ialah latar belakang pendidikan yang rendah dan lowongan kerja yang tidak ada, selanjutnya strategi yang digunakan agar bisnis UMKM tetap berjalan di masa pandemi Covid-19 ialah memanfaatkan internet sebagai digital marketing, dan menggunakan *platform E-commerce* untuk menjual produk. Selanjutnya manfaat dari strategi yang baik ialah, mendapatkan keuntungan yang lebih besar, membuka peluang pasar lebih luas, dan dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan sebuah bisnis.

Kata Kunci : Strategi, Usaha Mikro Kecil Menengah, dan Covid -19



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat semakin meningkat, makin tinggi tingkat pendapatan masyarakat makin tinggi dan canggih pula barang dan jasa yang mereka butuhkan. Era globalisasi sekarang ini sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kemajuan perkembangan ekonomi yang terjadi dan kalau dilihat akhir-akhir ini banyak bermunculan usaha-usaha baru, khususnya usaha mikro dan kecil. Anggapan mereka hanya usaha inilah yang dapat mereka lakukan untuk menopang kebutuhan keluarga yang dari hari ke hari semakin sulit.

Kebanyakan mereka melakukan usaha secara asal-asalan, tanpa banyak pertimbangan dan perencanaan. Sehingga tak heran bila banyak diantaranya yang bagai pepatah, hidup segan matipun tak mau, hanya asal bisa bertahan saja. Banyak kendala yang dihadapi dalam upaya membuat dan mendirikan usaha bisnis sendiri sukses dan berhasil.

Setiap tahun jumlah penduduk di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Ini dikarenakan angka kelahiran lebih besar dari pada angka kematian. Dengan adanya peningkatan penduduk di Indonesia, maka akan terjadi peningkatan akan kebutuhan pangan, papan, pendidikan maupun lapangan pekerjaan yang harus dipenuhi. Sebagian besar penduduk di Indonesia belum bisa memenuhi semua kebutuhan mereka, sehingga masih banyak penduduk mengalami kemiskinan, banyak anak yang berhenti sekolah, pengangguran, dan kesenjangan sosial lainnya.

Adanya tingkat pengangguran yang tinggi sebagai akibat dari krisis ekonomi yang di Indonesia, memberikan pelajaran berharga tentang perlunya kreativitas dari setiap individu untuk tidak mengandalkan pekerjaan dari orang lain, melainkan menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan menghidupkan kembali roda perekonomian Indonesia. Dimana banyak lulusan dari Perguruan Tinggi yang masih nganggur, hal ini juga disebabkan karena kurangnya lapangan pekerjaan yang disediakan. Seperti Firman Allah SWT dalam Al-qur'an Surah An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“ hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu. “

(Q.S An – Nisa : 29).¹

Maksud dari ayat tersebut adalah: Ulama menafsirkan surah An – Nisa Ayat 29 dengan kebolehan melakukan perdagangan atas tiga syarat, pertama perdagangan itu harus dilakukan atas dasar saling rela antara dua belah pihak. Kedua, tidak boleh bermanfaat untuk satu pihak dengan merugikan pihak lain: tidak boleh saling merugikan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain ketiga, tidak boleh adanya paksaan antara pembeli dan penjual.²

¹ Al-Qur'anul Karim Surat An – Nisa Ayat : 29.

² Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics Mengacu pada Al – Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012,) hal 27.

Blok Bengkel merupakan salah satu *Gampong* di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie. Blok Bengkel terletak 112 km disebelah Barat Kota Medan dan 125 km dari sebelah selatan Kota Banda Aceh. Blok Bengkel terletak di wilayah strategis yang dilalui oleh jalan Nasional Lintas Timur Sumatera yang menghubungkan Kota Banda Aceh dan Kota Medan. Wilayah ini dulunya merupakan bengkel kereta api yang menghubungkan dari Seulimum – Kota Sigli – Lhokseumawe dan terbesar di Aceh. Tetapi sejak berhentinya kegiatan perkereta-apian di Aceh, Blok Bengkel tidak seramai dulu.

Gampong Blok Bengkel hampir seperempat penduduknya berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Baik dari pedagang kaki lima yang terdiri dari penjual makanan jajanan Sekolah Dasar, dan ada juga yang menyediakan usaha tempel ban dan sebagainya. Semenjak Covid-19 mulai hadir di Indonesia semua menjadi berubah, yang mana banyak pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berhenti beroperasi serta tidak sedikit juga yang berhasil melewati musibah ini dengan menggunakan bermacam strategi agar bisnis tetap bisa berjalan.

Di awal tahun 2020 banyak di antara pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di *Gampong* Blok Bengkel yang sudah memproyeksikan permintaan akan meningkat di tahun ini, dengan mengambil kredit perbankan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbanyak persediaan, dan di antaranya yang mengambil kredit ialah pedagang kaki lima dan usaha tempel ban namun dibalik itu mereka tidak menghiraukan resiko yang telah mereka ambil, dimana prediksi mereka dipatahkan oleh munculnya Pandemic Covid – 19 ini yang mana turunnya minat pembeli dikalangan masyarakat setempat.

Namun, akhir Februari lalu muncullah Pandemic Covid – 19 hingga saat ini. Anjuran Social Distancing dan Work From Home (WFH), membuat struktur permintaan masyarakat berubah jauh dari sebelumnya. Inilah situasi nyata yang terjadi di Indonesia, dimana menangani wabah COVID-19 adalah sebuah masalah yang nyata ditambah lagi dengan bagaimana mempertahankan strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di seputaran *Gampong* Blok Bengkel mengalami kesulitan yang berat dikarenakan mereka telah menambah stock untuk persediaan di Tahun 2020 ini sebab mereka memprediksikan adanya peningkatan pembeli di tahun ini, namun hasilnya mereka malah keblabasan stock dan malah rugi akibat muncul nya Pandemic Covid – 19 ini sehingga membuat masyarakat yang ingin membeli dagangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) menurun drastis, namun ada juga yang berhasil melewati masa – masa sulit ini dengan menggunakan berbagai strategi tertentu untuk mempertahankan bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Sedikit banyak saya memahami betapa beratnya keputusan yang diambil pemerintah untuk menangani Covid - 19 ini. Di satu sisi jika menerapkan ‘ketegasan penuh, kita mungkin dapat mengontrol penyebaran corona dalam waktu 1-2 bulan, namun itu berarti perlu pengorbanan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sekitar 3-4 minggu untuk vakum. Artinya, tidak ada pendapatan sama sekali, bahkan selalu rugi karena terus-menerus akan ada pengeluaran seperti biaya sewa dan karyawan. Jika UMKM (Usaha Kecil Menengah) memutuskan untuk berhenti, maka akan banyak pengangguran.³

³ Hasil observasi awal penulis dengan Bapak Harfeni Husen, Selaku Salah Satu Pemilik UMKM di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 19 Oktober 2020.

Dengan semakin banyaknya pengangguran, tentunya akan menambah masalah baru. Sebaliknya, jika pemerintah tidak erat dalam penanganan Covid - 19, sudah tentu masa pemulihan akibat Covid - 19 ini menjadi lama. Sampai saat ini masalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masih menjadi problematika yang sangat serius pada semua lapisan masyarakat yang berprofesi sebagai pemilik bisnis. Oleh karena itu besar harapan kepada mahasiswa selaku calon intelektual harus mampu mencari jalan keluar dan memecahkan masalah terkait UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tersebut sehingga terciptanya solusi dan strategi yang kongkrit sehingga masalah ini bisa teratasi secepatnya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul "(Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid - 19 di *Gampong Blok Bengkel* Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor apa saja yang membuat masyarakat *Gampong Blok Bengkel* memilih berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ?
2. Bagaimanakah strategi mempertahankan konsumen untuk mendorong Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tetap berjalan dan mendapat keuntungan dimasa pandemi Covid – 19 ?
3. Apa Manfaat yang didapatkan pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan menggunakan strategi bisnis yang baik?

C. Tujuan Penelitian

Dari beberapa rumusan masalah, ada beberapa tujuan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi apa saja yang mempertahankan konsumen didalam bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).
2. Untuk mengetahui mengapa masyarakat *Gampong* Blok Bengkel lebih memilih bekerja sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).
3. Untuk mengetahui apa manfaat yang didapatkan oleh pelaku bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan menggunakan strategi bisnis.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah khazanah pengetahuan terkait bagaimana bagi pengembangan keilmuan, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi pembanding maupun bahan rujukan dan dasar rujukan bagi penelitian lain.

b. Manfaat Praktis

Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan serta pengalaman. Bagi masyarakat dapat mempelajari penelitian ini untuk menjadi lebih baik dalam meningkatkan perekonomian dan memanfaatkan lahan sebagai mata pencarian terkhusus bagi pemilik usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Begitu juga bagi pemerintah bisa melihat dari hasil penelitian ini tingkat perkembangan ekonomi masyarakat dan bisa menjadi acuan perencanaan untuk kedepan.

E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam menggunakan istilah-istilah dalam karya ilmiah ini maka perlu di jelaskan beberapa istilah yang terdapat di dalam penulisan ini antara lain:

1. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai.⁴ Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi.⁵

2. Bisnis

Dalam konteks pembicaraan umum, bisnis (*business*) tidak terlepas dari aktifitas produksi, pembelian, penjualan, kreativitas seorang pemilik bisnis, dimana didalamnya terjadi pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau bisnismen (*businessman*) itu sendiri.⁶ Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba secara langsung melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁷

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online web.id/ terlibat. Diakses pada tanggal 4 Juli 2021

⁵ Ticoalu dan Agus Dharma, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, Cet.II (Jakarta : Erlangga, 1997), hal. 18

⁶ M. Fuad, Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 1

⁷ Dr. Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 4

3. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). 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.⁸

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.⁹

4. Covid-19

Covid-19 merupakan nama penyakit yang disebabkan oleh Virus Corona. Nama ini diberikan oleh WHO (*World Health Organization*) sebagai nama resmi penyakit ini. Covid sendiri merupakan singkatan dari Corona Virus Disease-2019.¹⁰ Covid – 19 yaitu penyakit yang disebabkan oleh Virus Corona yang menyerang saluran pernafasan, batuk, flu dan sesak nafas serta nyeri tenggorokan serta bisa menumbuhkan demam tinggi.

Dengan demikian, maksud strategi didalam penelitian ini adalah bagaimana proses untuk mendapatkan strategi yang maksimal dalam menghasilkan suatu perubahan, dimulai dari plan serta pencapaian yang baik sehingga menciptakan produk yang bernilai serta menjadi masukan bagi pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan bisa diterapkan kepada pemilik bisnis lainnya.

⁸ Tulus T. H . Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.16

⁹ Ibid, hal.17.

¹⁰ www.kemkes.go.id di akses pada tanggal 19 oktober 2020

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Sebagaimana penelitian awal, penelitian ini telah mengadakan penelitian kepustakaan atau membaca berbagai literatur penelitian untuk membantu pelaksanaan penelitian lapangan ini. Dalam Penelitian Lutfiani, Kasimin, dan Romano yang berjudul “*Preferensi Konsumen terhadap Furnitur di Kota Banda Aceh*”. Tujuan penelitian ini untuk mencari strategi yang bisa di terapkan dalam mempertahankan konsumen terhadap suatu bisnis.¹¹

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa untuk tetap dapat mempertahankan pasar furnitur, maka pedagang harus menerapkan satu strategi untuk menarik minat konsumen membeli produk furniture. Konsumen dalam membeli produk furnitur mempertimbangkan kualitas, desain, dan harga produk tersebut.

Kualitas produk dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk di Perusahaan. Kualitas yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen sehingga berakibat pada loyalitas pelanggan. Selain itu, desain produk yang menarik dan inovatif juga dapat mempengaruhi konsumen untuk terus mempertahankan daya belinya ditambah dengan adanya iklan dari segi marketing yang membuat banyak masyarakat menjadi peminat untuk membeli sebuah produk namun tidak lupa untuk menargetkan harga di pasaran tertentu.

¹¹ Lutfiani, Kasimin, dan Romano. *Preferensi Konsumen Terhadap Furnitur di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Pertanian Unsyiah. Vol. 2. No. 1 Februari 2017. Hal (232-243). Diakses pada tanggal 21 Oktober 2020, dari <http://jim.unsyiah.ac.id/>.

Harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam mempertahankan pembeliannya di sebuah perusahaan. Berdasarkan pembahasan tersebut maka dalam penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa mempertahankan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk, desain produk, dan harga.

Ada juga dari Penelitian Endarti Wijayanti dalam skripsinya “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mebel Rimba Sentosa di Sukoharjo*” tujuan penelitian ini iyalah untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan volume penjualan.¹²

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa CV Rimba Sentosa dalam melakukan promosi menggunakan media internet, brosur, dan pameran. Media internet dapat menjangkau seluruh dunia, akan tetapi media internet dan brosur hanya bersifat satu arah dan dari segi tanggapan kurang efektif. Media pameran lebih efektif dibandingkan dengan yang lain. Dikatakan lebih efektif karena tanggapan yang diperoleh dari konsumen lebih jelas. Strategi Promosi dalam meningkatkan volume penjualan sangat penting dilakukan, hal ini akan mempengaruhi pembelian konsumen terhadap produk perusahaan. Perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

¹² Endarwati Tri Wijayanti, “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mebel Rimba Sentosa di Sukoharjo*”, Skripsi (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2005), hal.50. Diakses 21 Oktober 2020, dari repository.metrouniv.ac.id

Dari penelitian Idri Hastuti Listyawati dalam jurnalnya yang berjudul “*Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*”. Tujuan penelitian ini menjelaskan bahwa Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu untuk menjalin Relationship jangka panjang dengan pelanggannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Relationship jangka panjang berarti pelanggan yang loyal dimana kebutuhan dan keinginan terpuaskan.¹³

Tugas pemasar disini adalah bagaimana untuk tetap mempertahankan agar pelanggannya tetap loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hasil Penelitian ialah Konsep Relationship Marketing menjadi kunci utama kegiatan bisnis perusahaan. Fokus dari Relationship marketing adalah untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen dimana marketing membawa pengaruh yang sangat besar bagi suatu produk penjualan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan perusahaan akan meningkatkan pembelian tidak hanya pembelian produk tetapi juga meningkatkan hubungan dengan perusahaan.

Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah "Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid - 19 di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie". Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah disebutkan diatas pertama pada lokasi penelitian, redaksi judul, rumusan masalah, dimasa Pandemi Covid – 19, serta lebih fokus pada strategi bisnis.

¹³ Idri Hastuti Listyawati dalam jurnalnya yang berjudul “*Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal JBMA. Vol. 1. Nomor 2. ISSN: 2252-5483. (Yogyakarta: Akademi Manajemen Administrasi, 2013) hal.31 di akses 22 oktober 2020, dari repository.metrouniv.ac.id.

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.¹⁴

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.¹⁵

Gambaran singkat dari arti kata strategi adalah cara bagaimana mensikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut, solusi ataupun cara yang diambil berdasarkan kondisi kebutuhan dan mampu memberikan jalan terbaik dari keadaan yang terjadi. Strategi ini memiliki peran penting bagi sebuah bisnis karena berfungsi menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik harga barang, jasa, maupun layanan yang menghubungkan antara kegiatan produksi dengan konsumsi.

¹⁴ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet. 1* (Jakarta: GemaInsani, 2001), hal: 153-157

¹⁵ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II* (Yogyakarta: Andi, 2000) hal: 17

Strategi kadang identik untuk mengatasi masalah yang hadir bukan sebaliknya untuk lari dari kenyataan, strategi biasanya lahir karena :

- a) Kondisi terjepit dalam mengambil keputusan.
- b) Tuntutan yang harus dijawab secepat mungkin.
- c) Jalan atau cara yang memang harus ditempuh guna mempertahankan suatu kondisi minimal *survive* terhadap guncangan.¹⁶

2. Fungsi Strategi

Fungsi dari Strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara 20 efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu :¹⁷

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya, sehingga bisa melihat peluang yang ada di sekitarnya dan bisa diterapkan serta menghasilkan suatu perubahan yang bagus untuk sebuah plan ke depan.

¹⁶ Freddy Rangkuty. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta: Gramedia Utama, 2006), hal.7.

¹⁷ Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, hal. 5-8.

- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang di dapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.

C. Bisnis

1. Pengertian Bisnis

Dalam konteks pembicaraan umum, bisnis (*business*) tidak terlepas dari aktifitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya mempunyai tujuan dengan jelas diantaranya ialah menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana (pemasukan) bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau bisnismen (*businessman*) itu sendiri.¹⁸ Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat baik itu terdiri dari bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) maupun yang lainnya.¹⁹

¹⁸ M. Fuad, Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 1

¹⁹ Dr. Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal.4.

2. Etika Bisnis Rasulullah SAW

Sisi yang cukup menonjol dalam etika bisnis Nabi Muhammad Saw. Adalah nilai spritual, humanisme, kejujuran dan keseimbangan. Implementasi bisnis yang Rasulullah SAW lakukan berporos pada nilai – nilai tauhid yang diyakininya. Secara prinsip beliau telah menjadikan empat pilar itu sebagai dasar transaksi ekonominya sebagai berikut:²⁰

- a. Jujur dan adil, Nabi sukses dalam melakukan misi perdagangan ke beberapa wilayah seperti Yaman, Syiria, Irak. Beliau memperoleh keuntungan yang luar biasa karena kejujurannya. Kriteia kejujuran Nabi adalah seperti tidak menipu, menunjukkan kesetiaan, tidak menyembunyikan cacat barangnya dan amanah.
- b. Bersikap sopan dan baik hati, Nabi ketika melakukan transaksi bisnis selalu bersikap sopan dan baik hati. Nabi dalam melakukan transaksi tidak pernah mengecewakan pembelinya. Nabi memberikan keteladanan yang baik sehingga orang suka berbisnis dengannya.
- c. Nabi Menghindari Bersumpah dalam melakukan transaksi bisnis dengan pihak lain selalu berusaha tidak bersikap berlebihan seperti banyak bersumpah. Selain itu, Nabi membenci orang-orang yang dalam berdagang menggunakan sumpah palsu.
- d. Menghindari Riba, Nabi dalam melakukan transksi jual-beli tidak pernah melakukan dengan cara-cara yang memungkinkan terjadinya riba. Bahkan dengan tegas beliau melarang perbuatan riba.

²⁰ Dr. Abd. Rahman Rahim, Dr. Muhammad Rusydi, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad Saw*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2016). Hal 20

- e. Tidak Menimbun dan Menetapkan Tarif Tinggi, Nabi melarang orang menimbun barangnya, demi memperoleh keuntungan yang tinggi dan hal ini sangatlah tidak baik.
- f. Tidak Menyepelekan Utang, Nabi dalam melakukan transaksi bisnis selalu menepati janjinya. Karena menurut beliau janji adalah utang yang harus segera ditunaikan. Itulah sebabnya Nabi melarang orang menyepelekan utangnya ketika dia berutang kepada orang lain.
- g. Tidak Melakukan Wanprestasi kepada kreditur, Nabi Muhammad Saw. Bahkan Nabi Muhammad SAW mengembalikan lebih besar nilainya dari pokok pinjamannya sebagai penghargaan terhadap kreditur. Suatu saat, pernah beliau meminjam seekor unta yang masih muda, kemudian menyuruh Abu Rafi mengembalikannya dengan seekor unta bagus yang umurnya tujuh tahun.
- h. Murah Hati dan Toleran Nabi dalam melakukan transaksi jual-beli selalu bermurah hati dan toleransi dalam menagih utang, tidak adanya keterpaksaan antara kedua belah pihak.
- i. Senantiasa Mengingat Allah Bagaimanapun kesibukan orang dalam berbisnis hendaknya tidak menghalangi untuk mengingat Allah. Dapat dipahami bahwa apapun kesibukan kita, termasuk berdagang atau berbisnis maka kita tidak boleh melupakan Allah. Sebab, jika itu terjadi maka tidak ada bedanya kita dengan orang lari dari medan pertempuran atau seperti kita orang mati saja. Apapun hasil yang diperoleh pasti tidak berberkah dan juga tidak mendapat ridha dari Allah SWT.²¹

²¹ Ibid. hal 22

3. Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Bisnis :

a. Modal Usaha

Modal atau yang disebut dengan capital adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung maupun tidak langsung dalam program untuk menambah output, lebih khusus dikatakan kapital yaitu terdiri dari barang-barang yang memang dibuat untuk penggunaan produksi pada masa yang akan datang.²²

Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan bisnis. Pengertian modal dalam arti luas menurut Schwiedland, modal meliputi baik modal dalam bentuk uang, maupun dalam bentuk barang misalnya barang-barang dagangan dan lain sebagainya. Bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis melalui negoisasi dengan manajer korporasi dan memusatkan pada cara bersaing dalam dunia bisnis.²³

b. Tenaga Kerja

Pengelolaan sumber daya alam tidak hanya membutuhkan teknologi dan modal penilaian suatu produk memberikan dampak yang baik bagi pelanggan, tetapi sekaligus membutuhkan manusia yang terampil, mempunyai kemampuan untuk mengatur dan memimpin.²⁴ Apabila dikaitkan dengan tujuan usaha, dengan menerapkan prinsip ekonomi, yaitu dengan pengorbanan tertentu diharapkan diperoleh hasil atau keuntungan yang maksimum tanpa ada nya alasan apapun terkecuali bagi hal – hal yang tidak bisa di toleransi.²⁵

²² Irawan dan Suparmoko, “*Ekonomi Pembangunan*”, (Yogyakarta: BPFE, 1998), hal. 75.

²³ Bambang Riyanto, “*Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*”, (Yogyakarta: BPFE, 1997), hal. 18.

²⁴ Widjaja, “*Manusia Indonesia Individu, Keluarga, dan Masyarakat*”.(Jakarta: Akademika Pressindo, 1985), hal. 247.

²⁵ Ibid, hal. 248.

Maka dari itu, untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan adanya tenaga kerja yang mempunyai pengetahuan, keterampilan, serta sikap mental positif terhadap kegiatan pengembangan usaha. Dalam hal ini, pendidikan luar sekolah khusus mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kemampuan tenaga kerja dengan melalui pendidikan dan latihannya, baik yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintahan ataupun swasta.

D. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). 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.²⁶ 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, Usaha dilakukan dengan memadukan kegiatan fungsional perusahaan dengan kemampuan yang dimiliki tiap-tiap kegiatan sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.²⁷

Di dalam Undang – Undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha pemilik bisnis, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:²⁸

²⁶ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), hal.16

²⁷ Ibid, hal.17.

²⁸ Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000,.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas, sehingga menghasilkan sebuah bisnis yang baik dengan adanya perencanaan dan tujuan yang jelas untuk kedepannya. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak atau dalam kata lain maksimum Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) serta (belum termasuk tanah dan bangunan) yang dimiliki oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).²⁹

²⁹ Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*, (Laksana, Jogjakarta, 2014),hal. 12

Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:³⁰

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:³¹

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dilihat dengan hasil pencatatan yang jelas; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:³²

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat.

³⁰ Ibid, hal.13.

³¹ Ibid, hal.13.

³² Ibid. hal.13.

Dalam rincian di atas nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 98 tahun 2014 tentang perizinan dan perkembangan perekonomian untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).³³

E. Covid-19

Covid-19 merupakan nama penyakit yang disebabkan oleh virus corona. Nama ini diberikan oleh WHO (*World Health Organization*) sebagai nama resmi penyakit ini. Covid sendiri merupakan singkatan dari Corona Virus Disease-2019. Covid-19 yaitu penyakit yang disebabkan oleh virus corona yang menyerang saluran pernafasan sehingga menyebabkan demam tinggi, batuk, flu, sesak nafas serta nyeri tenggorokan. Menurut situs WHO (*World Health Organization*), Covid -19 atau virus corona adalah keluarga besar dari virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Pada manusia corona diketahui menyebabkan infeksi pernafasan mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS), dan *Severe Acute Respiratory Syndrme* (SARS).³⁴

Menurut WHO (*World Health Organization*), Sejak wabah terjadi di Wuhan, China pada Desember 2019, manusia telah menemukan jenis baru virus corona, yang kemudian dinamai *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2) dan menyebabkan Penyakit Virus Corona 2019 (Covid -19). Hal ini yang menyebabkan semua tatanan Negara berubah, semenjak adanya Pandemi Covid 19, Hampir semua Negara terkena wabah penyakit ini, dari Indonesia, Singapore, Malaysia dan sebagainya.

³³ <https://jdih.kemenkeu.go.id/> di akses pada tanggal 19 Oktober 2020

³⁴ www.kemkes.go.id di akses pada tanggal 19 Oktober 2020

Seseorang mungkin terinfeksi Covid-19. Saat batuk atau bersin, penyakit ini menyebar melalui tetesan kecil di hidung atau mulut. Kemudian, tetesan tersebut jatuh ke benda di sekitarnya. Kemudian, jika orang lain menyentuh benda yang telah terkontaminasi tetesan air, kemudian orang tersebut menyentuh mata, hidung, atau mulut (wajah segitiga), orang tersebut dapat tertular Covid-19. Mungkin juga seseorang secara tidak sengaja menghirup tetesan pasien dan tertular Covid-19. Inilah mengapa penting untuk menjaga jarak hingga satu meter dari pasien. Se jauh ini, para ahli masih menyelidiki untuk menentukan sumber virus, jenis pajanan, dan cara penularan.

Cara utama penularan penyakit ini adalah melalui tetesan kecil yang dikeluarkan saat batuk atau bersin. Saat ini, WHO (*World Health Organization*), menilai risiko penularan virus ke orang yang tidak bergejala minimal. Namun, banyak orang yang teridentifikasi Covid-19 hanya mengalami gejala ringan, seperti batuk ringan, atau tidak ada keluhan nyeri, yang mungkin terjadi pada tahap awal penyakit. Se jauh ini, para ahli masih menyelidiki untuk menentukan penyebaran atau masa inkubasi Covid-19.³⁵

Setelah adanya beberapa penelitian sebelumnya, jelas ada perbedaan dalam konteks yang ingin diteliti, baik dari segi permasalahan, tujuan dan tempat yang diteliti oleh peneliti, dengan ini membuat peneliti lebih ingin mendalami tentang bagaimana strategi yang baik untuk diterapkan kedalam masyarakat khususnya pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam menghadapi masa Pandemi Covid – 19 ini yang sudah menjadi problematika di kalangan masyarakat pemilik bisnis.

³⁵ www.kemkes.go.id di akses pada tanggal 19 Oktober 2020

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian

Fokus penelitian adalah batasan penelitian, karena dalam lapangan banyak gejala yang menyangkut tempat, pelaku dan aktifitas, namun tidak semua tempat, pelaku dan aktifitas kita teliti semua. Untuk menentukan pilihan penelitian maka harus membuat batasan tersebut. Membatasi penelitian merupakan upaya pembatasan masalah atau gejala jelas ruang lingkungnya dan batasan yang akan diteliti oleh peneliti.

Dalam hal ini peneliti berupaya untuk mempersempit dan menyederhanakan terhadap sarana dan riset yang terlalu luas dan rumit. Fokus objek penelitian disini adalah Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Yang mana dapat kita ketahui bahwasanya profesi ini sebagai mata pencarian untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

B. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian merupakan penelitian (*field research*) dan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif juga merupakan suatu proses penelitian yang mana menggunakan pengamatan yang dilakukan tanpa pengolahan data dengan angka - angka melainkan dalam hal ini menggunakan hasil pengamatan peneliti terhadap fenomena sosial yang ada di dalam masyarakat yang terjadi dilapangan.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian yang memberikan pemahaman berdasarkan metodologi yang bersifat menyelidiki suatu fenomena sosial yang ada di dalam masyarakat.³⁶ Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Moleong, mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Ini diarahkan pada latar belakang dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian suatu keutuhan.³⁷

Adapun metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif, tujuannya untuk memberikan gambaran yang jelas tentang keadaan objek yang akan diteliti berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan. Metode deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan, ataupun prosedur. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menjawab pertanyaan dari objek yang diteliti.³⁸ Penelitian ini tergolong dalam penelitian lapangan (*field research*). *Field research* adalah pencarian data di lapangan, karena penelitian yang dilakukan menyangkut dengan persoalan atau kenyataan dalam kehidupan nyata, bukan pemikiran abstrak yang terdapat dalam teks-teks atau dokumen - dokumen tertulis atau terekam.³⁹

³⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Ed,1, Cet. 1, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2011), hal.42.

³⁷ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002),hal.4

³⁸ Etta Mamang Sengaji, Sopiah, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, ed1 (yoqyakarta: Andi, 2010), hal.21.

³⁹ Nasir Budiman,dkk., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* cet:1(BandaAceh : ArRaniry,2004), hal.23.

Dari pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa penelitian yang bersifat kualitatif adalah suatu penelitian yang menggunakan pengamatan bagaimana cara peneliti untuk memperoleh penelitian secara langsung tanpa menggunakan data. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggambarkan bagaimana Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie.

C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara.⁴⁰ Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian atau bagian dari populasi untuk mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang sumber datanya dengan pertimbangan tertentu ini dianggap orang yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajah objek atau situasi sosial yang akan diteliti.⁴¹

Adapun kriteria informan yang dimaksud adalah orang - orang yang berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di *Gampong* Blok Bengkel dan yang masih berjalan dengan konsumen yang stabil serta Aparatur *Gampong* baik dari *Keuchik*, Tokoh Adat, dan *Tuha Peut*. Dalam hal ini peneliti mengambil 10 orang sebagai informan untuk menuntaskan permasalahan dalam penelitian ini.

⁴⁰ Soejono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian Duatu Pemikiran dan Penerapan*, Cet.2, (Jakarta : Rineka Cipta dan Bina Adiaksara, 2005), hal. 21.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung Alfabeta,2013), hal

Informannya terdiri dari 3 perangkat *Gampong* yaitu (1 *Keuchik*, 1 orang *Tuha Peut* dan 1 orang Tokoh Adat) serta ditambah 7 orang pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di *Gampong* Blok Bengkel yang peling maju sampai yang paling rendah. Kenapa peneliti mengambil kriteria informan yang seperti ini karena disebabkan informan yang telah dipilih dapat menyelesaikan dan menjawab masalah dalam penelitian yang ada.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tata cara atau langkah - langkah peneliti untuk mendapatkan data penelitian. Peneliti harus menggunakan teknik dan prosedur pengumpulan data yang sesuai dan jelas dengan jenis data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, interview (wawancara) dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala – gejala psikis dan perbuatan, untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁴² Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari lapangan yang akan diteliti untuk menjadi sampel penelitian. Ketika teknik komunikasi tidak memungkinkan, dan ingin melihat kondisi yang sebenarnya seperti apa yang terjadi, maka observasi itu hal yang sangat bermanfaat bagi sebuah penelitian.⁴³

⁴² Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta : PT Rineka Cipta,2004), hal.62.

⁴³ Ibid, hal.62.

b. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*Interview*).⁴⁴

Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat. Dalam pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, peneliti menggunakan metode wawancara atau diskusi mendalam. Wawancara atau diskusi mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informan dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap strategi bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di *Gampong* Blok Bengkel serta dimasa pandemic covid-19. Wawancara mendalam dilakukan secara intensif dan berulang – ulang untuk memperoleh informasi yang akurat.

Peneliti melakukan verifikasi data tidak hanya percaya dengan pernyataan informan tetapi peneliti harus menyaring dan juga mengecek kepastian dan kebenaran akan informasi yang diberikan informan melalui pengamatan atau dari informan yang satu ke informan yang lain. Wawancara atau diskusi ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, maka hal ini dipertanyakan pada masyarakat pemilik bisnis yang mengetahui secara mendalam mengenai strategi yang diterapkan dalam bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sehingga konsumen tetap bertahan yang pastinya mengambil responden berpengalaman dalam bidang tersebut.

⁴⁴ Burhan Bungin, (ed), *Metode Penelitian Kualitatif :Aktualisasi Metodologi Ke Arah RagamVarian Kontemporer*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2006),hal.143

c. Dokumentasi

Untuk memperoleh data yang lebih jelas, peneliti mengumpulkan dokumentasi-dokumentasi yang berhubungan dengan yang akan diteliti yaitu pada pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tersebut dan aparatur *Gampong* dari *Keuchik, Tuha Peut* dan Tokoh Adat, yaitu dengan cara pengambilan gambar menggunakan alat bantu seperti kamera, hp, dan alat-alat rekam lainnya.

E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Analisis data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaah, pengelompokkan, sistematis, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah. Data dalam penelitian kualitatif terdiri dari deskripsi tentang fenomena (situasi, kegiatan, peristiwa) Hal yang fakta baik berupa kata- kata angka maupun yang bisa dirasakan.⁴⁵

Analisis data kualitatif menurut Seiddel prosesnya berjalan sebagai berikut:

- a) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hak itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
- b) Mengumpulkan, memilah - Rmilah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat iktisar dan membuat indeksinya.
- c) Berfikir dengan jalan membuat agar kategori kata itu mempunyai sebuah makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan antara satu dengan yang lainnya.⁴⁶

⁴⁵ Imam Suprayoga, Tabroni, *Metode Penelitian Agama*, (Bandung :Remaja Rosdakarya, 2003), hal 22

⁴⁶ Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004) hal. 283.

Menurut N.K Malhotra dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (Metodelogi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian), menjelaskan bahwa tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum dimulai sejak pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

1. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai suatu proses pemilihan data, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, pengabstrakan data, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dalam kegiatan reduksi data dilakukan pemilihan-pemilihan tentang bagian data yang perlu diberi kode, bagian data yang harus dibuang, dan pola yang harus dilakukan peringkasan. Jadi dalam kegiatan reduksi data dilakukan: penyajian data, penggolongan data, pengarahan data, pembuangan data yang tidak perlu, pengorganisasian data untuk bahan menarik kesimpulan. Kegiatan reduksi data ini dapat dilakukan melalui: seleksi data yang ketat, pembuatan ringkasan dan menggolongkan data menjadi suatu pola yang lebih luas dan mudah dipahami.

2. Penyajian Data

Penyajian data dapat dijadikan sebagai kumpulan informasi yang tersusun, sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang sering digunakan adalah dalam bentuk matriks, grafik dan bagan.⁴⁷

⁴⁷ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Andi,2013). hal.200

3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Sejak langkah awal dalam pengumpulan data, peneliti sudah dimulai mencari arti tentang segala hal yang telah dicatat atau disusun menjadi suatu konfigurasi tertentu. Pengolahan data kualitatif tidak akan menarik kesimpulan secara tergesa gesa, tetapi secara bertahap dengan tetap memperhatikan perkembangan perolehan data. Adapun teknik analisis data yang digunakan oleh penulis disini adalah deduktif-induktif.

Dalam analisis data kualitatif terdapat 2 (dua) metode dalam penarikan kesimpulan (generalisasi), yaitu metode induktif adalah cara analisis berdasarkan contoh-contoh konkrit atau fakta-fakta yang diuraikan menjadi suatu kesimpulan umum atau generalisasi.

Data yang sudah diperoleh dipilah atau diorganisasikan sesuai dengan pertanyaan dan permasalahan masing - masing. Dengan maksud bertujuan untuk menggambarkan secara actual dan teratur tentang masalah penelitian sesuai data atau fakta, yang didapat dari lapangan yaitu pada masyarakat pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Dengan demikian penelitian ini dilakukan setelah data terkumpul, data tersebut kemudian diolah dan dianalisis. Adapun langkah-langkah yang peneliti gunakan selanjutnya adalah Mengumpulkan atau merangkum data yang diperoleh dari proses wawancara dengan pihak pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan aparatur *Gampong* untuk dianalisis. Menafsirkan data yang diperoleh, dan Menarik kesimpulan terhadap apa yang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah *Gampong* Blok Bengkel

Pada Tahun 1990 dibangun gerbang Kereta Api sekaligus Bengkel di daerah ini, yang menghubungkan rute dari Seulimum - Kota Sigli - Lhokseumawe, rute ini dibangun oleh pihak Belanda, untuk memudahkan pihak Belanda untuk bisa berpergian dari satu tempat ke tempat yang lainnya, rute ini memiliki dua pintu gerbang, yang pertama berada pada *Gampong* Padang Tiji untuk tujuan Padang Tiji - Seulimum, dan yang kedua ada di kawasan Blok Bengkel untuk tujuan keberangkatan Kota Sigli - Lhokseumawe.

Kawasan Blok Bengkel merupakan salah satu tempat yang sangat dijaga ketat oleh Belanda, karena kawasan itu adalah tempat perlengkapan alat untuk memperbaiki Kereta Api pada masa itu, dan kawasan ini juga menjadi salah satu tempat persinggahan. Nama *Gampong* Blok Bengkel diambil dari sejarah Bengkel Kereta Api pada masa Belanda, kenapa di namakan Blok Bengkel, dikarenakan adanya lorong - lorong khusus untuk bengkel memperbaiki Kereta Api. Asal usul penduduk *Gampong* Blok Bengkel terdiri dari pendatang dari berbagai daerah, namun di dominasi dari penduduk Pidie dan Aceh Besar, mereka datang ke *Gampong* Blok Bengkel pada masa Belanda dan ada juga yang merantau dari Pulau Jawa ke Sumatera tepatnya di Aceh untuk bekerja sebagai karyawan PNKA (Perusahaan Negara Kereta Api) dan sampai akhirnya mereka membuat rumah di sekitar wilayah tersebut.⁴⁸

⁴⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Harfeni Husin, Selaku Tokoh Adat *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 10 Juli 2021.

b. Letak Geografi dan Topografi

Gampong Blok Bengkel terletak di pinggiran pantai Kota Sigli, yang menjadi pusat perkotaan di Kabupaten Pidie, yang di apit oleh dua perbatasan antara Pidie Jaya dan Aceh Besar, pemandangan yang penuh dengan suasana keindahan pantai, serta menjadi salah satu tempat destinasi pusat wisata di Kota Sigli yang banyak dikunjungi.

Blok Bengkel merupakan salah satu *Gampong* di Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie. Blok Bengkel terletak 231 km sebelah Barat Kota Medan dan 112 km dari sebelah selatan Kota Banda Aceh. Blok Bengkel terletak di wilayah strategis yang dilalui oleh jalan Nasional Lintas Timur Sumatera yang menghubungkan Kota Banda Aceh dan Kota Medan. Wilayah ini dulunya merupakan bengkel Kereta Api terbesar di Aceh. Tetapi sejak berhentinya kegiatan perkereta-apian di Aceh, Blok Bengkel tidak seramai dulu. Blok Bengkel dapat dituju dari 4 jalur, yaitu pertama dari Banda Aceh – Pidie – Medan, kedua Pidie – Benteng – ketiga Pidie – Pantai Pelangi, keempat Pidie – Kembang Tanjong, jalan ini beraspal dan sudah cukup baik untuk dilalui oleh kendaraan roda dua dan roda empat. Menjadi jalan lintas utama menuju Kota Sigli tepatnya *Gampong* Blok Bengkel. Blok Bengkel secara Geografis, merupakan dataran rendah yang perbatasan langsung dengan pinggiran pantai serta *Gampong* – *Gampong* lainnya, memiliki luas sekitar 0.6 Ha yang terdiri dari beberapa lorong, namun *Gampong* Blok Bengkel dikenal luas oleh daerah yang lain akan sejarahnya, serta dikelilingi oleh *Gampong* yang lainnya, antara *Gampong* Benteng dan *Gampong* Lambeuso.⁴⁹

⁴⁹ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 10 juli 2021, hal.1.

Tabel 4.1. Luas Wilayah Gampong Blok Bengkel

Table 4.1

NO	Nama Tempat	Luas (Ha)	Ket
1	<i>Gampong</i> Blok Bengkel	0.6	-

Sumber : Profil Gampong Blok Bengkel 2020, di ambil pada Tanggal 10 Juli 2021

Gambar 4.1. Peta Wilayah Gampong Blok Bengkel



Gambar 4.1

Sumber : Profil Gampong Blok Bengkel 2020, di ambil pada Tanggal 10 Juli 2021

Batas Wilayah *Gampong* Blok Bengkel dapat dilihat dari batas secara administrasi, dan secara alam yang ditetapkan sejak *Gampong* Blok bengkel ada, sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan *Gampong* Benteng
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan *Gampong* Pante Tengoh
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan *Gampong* Keramat luar
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan *Gampong* Keramat Dalam⁵⁰

c. Kondisi Wilayah *Gampong* Blok Bengkel

⁵⁰ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigi Kabupaten Pidie, 10 juli 2021, hal.2.

Blok Bengkel yang terletak di pinggiran pesisir pantai, Blok Bengkel merupakan tempat peninggalan sejarah Gerbang Kereta Api pada masa Belanda ini memiliki banyak sejarah, baik dari alat – alat kereta yang sudah tertanam dan juga kawasan ini menjadi tempat berkibarnya Bendera Merah Putih pertama di Kabupaten Pidie pada masa dahulu. Kawasan ini menjadi salah satu daerah yang terkena Tsunami Tahun 2004 silam sehingga banyak sejarah yang hilang dan tertimbun begitu saja tanpa ada jejak yang tertinggal sedikitpun. Suhu udara di *Gampong* Blok Bengkel terjadi perbedaan suhu yang tajam antara siang dan malam hari. Di kawasan ini jika siang suhunya sangat panas, dan dikala malam suhunya dingin, dikarenakan dekat dengan pesisir pantai. Sumber air di *Gampong* Blok Bengkel ialah dari air pdam dan air sumur.⁵¹

d. Kependudukan *Gampong* Blok Bengkel

Kependudukan yang berasal dari masing – masing daerah yang berada didalam *Gampong* Blok Bengkel, secara keseluruhan jumlah penduduk *Gampong* Blok Bengkel sebanyak 764 jiwa.⁵²

Tabel 4.2. Jumlah Penduduk *Gampong* Blok Bengkel

Table 4.2

<i>Gampong</i>	Jenis Kelamin		Jumlah (KK)	Jumlah (Jiwa)
	Laki-laki	Perempuan		
Blok Bengkel	370	394	239	764

Sumber: Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, di ambil pada Tanggal 10 Juli 2021

Wilayah *Gampong* Blok Bengkel memiliki sumber lahan untuk dikelola sebagai lahan mata pencaharian bagi masyarakatnya. Lahan yang dimanfaatkan

⁵¹ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 10 juli 2021, hal.3.

⁵² Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020...hal.3.

oleh sebagian masyarakat sebagai lahan untuk membangun Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan sebagian lahan ialah milik pemerintah yang sudah dibangun bermacam gedung.

Ada beberapa lahan punya pemerintah yang sudah dibangun gedung, seperti Kantor Pos, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Kantor Satpol Pamong Praja dan Hilayatul Hisbah, Kantor Dinas Lingkungan Hidup, Bank Syariah Indonesia, itu semua dibangun atas tanah yang berada di kawasan Blok Bengkel.

Wilayah kawasan *Gampong* Blok Bengkel, hampir rata – rata tanah dikawasan ini milik pemerintah, dikarenakan sudah lama tidak adanya Kereta Api, maka tanah ini di sewakan oleh pemerintah kepada warga sekitar yang dulunya bekerja di Kereta Api, namun ada juga tanah pribadi, akan tetapi persentasenya lebih kecil, di setiap kawasan yang di sewa telah dibuat rumah dengan adanya lambang dari PNKA (Perusahaan Negara Kereta Api) yang di tempel pada tiap – tiap rumah yang berdiri di atas tanah milik Negara.

Mayoritas penduduk *Gampong* Blok Bengkel berprofesi sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil), pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), Sopir, Tukang, dan sebagainya dalam presentase sangat kecil. Banyaknya keberagaman sumber mata pencaharian di *Gampong* Blok Bengkel yang membuat masyarakat sangat bersikap sosial antara satu dengan lainnya dan dapat dilihat pada tabel berikut.⁵³

⁵³ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigi Kabupaten Pidie, 10 juli 2021, hal.4.

Tabel 4.3. Sumber Mata Pencaharian *Gampong* Blok Bengkel*Table 4.3*

No	Nama	Jumlah
1.	UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	23 orang
2.	PNS (Pegawai Negeri Sipil)	75 orang
3.	TNI	10 orang
4.	Polri	32 orang
5.	Tenaga Kontrak	85 orang
6.	Honorer	35 orang
7.	Peternak Ayam	9 orang
8.	Supir	14 orang
9.	Buruh	129 orang
10.	Nelayan	17 orang
	Total	429 orang

Sumber: Profil Gampong Blok Bengkel 2020, di ambil pada Tanggal 10 Juli 2021

Tingkat pendidikan penduduk *Gampong* Blok Bengkel pada umumnya rata – rata tamat sekolah menengah pertama (SMP) dan sekolah lanjutan atas (SLTA) dan sangat sedikit dapat melanjutkan perguruan tinggi (sarjana), hal ini disebabkan oleh tingkat ekonomi yang masih sangat rendah sehingga tidak dapat membiayai pendidikan sampai ke perguruan tinggi.⁵⁴

⁵⁴ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020...hal.4.

e. Sumber Daya Alam *Gampong* Blok Bengkel

Sumber daya alam yang dimiliki *Gampong* Blok Bengkel diantaranya hanya laut, laut yang terletak di pinggiran *Gampong* Blok Bengkel ini memiliki sumber mata pencaharian bagi beberapa masyarakat *Gampong* Blok Bengkel untuk mencari berbagai jenis ikan yang laku dijual di pasaran, sebelum musibah Tsunami yang melanda Provinsi Aceh pada tanggal 26 Desember 2004 kondisi dimana masyarakat masih banyak berprofesi sebagai nelayan, namun setelah Tsunami, masyarakat tidak banyak lagi berprofesi sebagai nelayan.

Perumahan penduduk yang ada di *Gampong* Blok Bengkel terdiri dari 10% berkonstruksi rumah panggung terbuat dari kayu yang tahun pembangunannya antara tahun 1989 dan 90% rumah bangunan semen biasa, dikarenakan rumah di kawasan ini punya pemerintah PNKA (Perusahaan Negara Kereta Api), jadi tidak ada hak milik, hanya ada hak pakai dan hak sewa, ketika sewaktu – waktu pemerintah ingin mengambil balik tanah dikawasan ini, kami tidak bisa menolaknya. Rumah yang memiliki hak pakai dan hak sewa terdapat tanda – tanda pada no dan lambang di depan rumah yang berlambangkan PNKA (Perusahaan Negara Kereta Api).

Tahun 2021 ini peneliti menelusuri *Gampong* Blok Bengkel merupakan pengamatan secara langsung perumahan yang ada di *Gampong* Blok Bengkel sudah banyak yang dijual kepada pendatang, namun rumah – rumah yang sudah dijual tetap atas tanah milik Pemerintah Pusat dan rata – rata rumah dikawasan ini sudah banyak yang dibangun kembali oleh masyarakat setempat.⁵⁵

⁵⁵ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 10 juli 2021, hal.5.

f. Sosial Budaya *Gampong* Blok Bengkel

Kehidupan sosial budaya di *Gampong* Blok Bengkel dapat dilihat melalui berbagai kegiatan sosial yang masyarakat lakukan. Dalam bermasyarakat kebersamaan menjadi landasan utama dalam *Gampong* yang ada di Blok Bengkel. Saling tolong – menolong, antara satu individu dengan individu lainnya yang saling membutuhkan, serta bergotong – royong membangun dan merawat fasilitas umum. Selalu membuat acara adat istiadat selama bulan ramadhan, Artinya di *Gampong* Blok Bengkel masyarakat masih berpegang pada hukum agama dan adat istiadat yang berlaku di *Gampong* Blok Bengkel.⁵⁶

g. Infrastruktur

Sarana dan prasarana yang terdapat di *Gampong* Blok Bengkel di jelaskan di dalam tabel berikut ini :⁵⁷

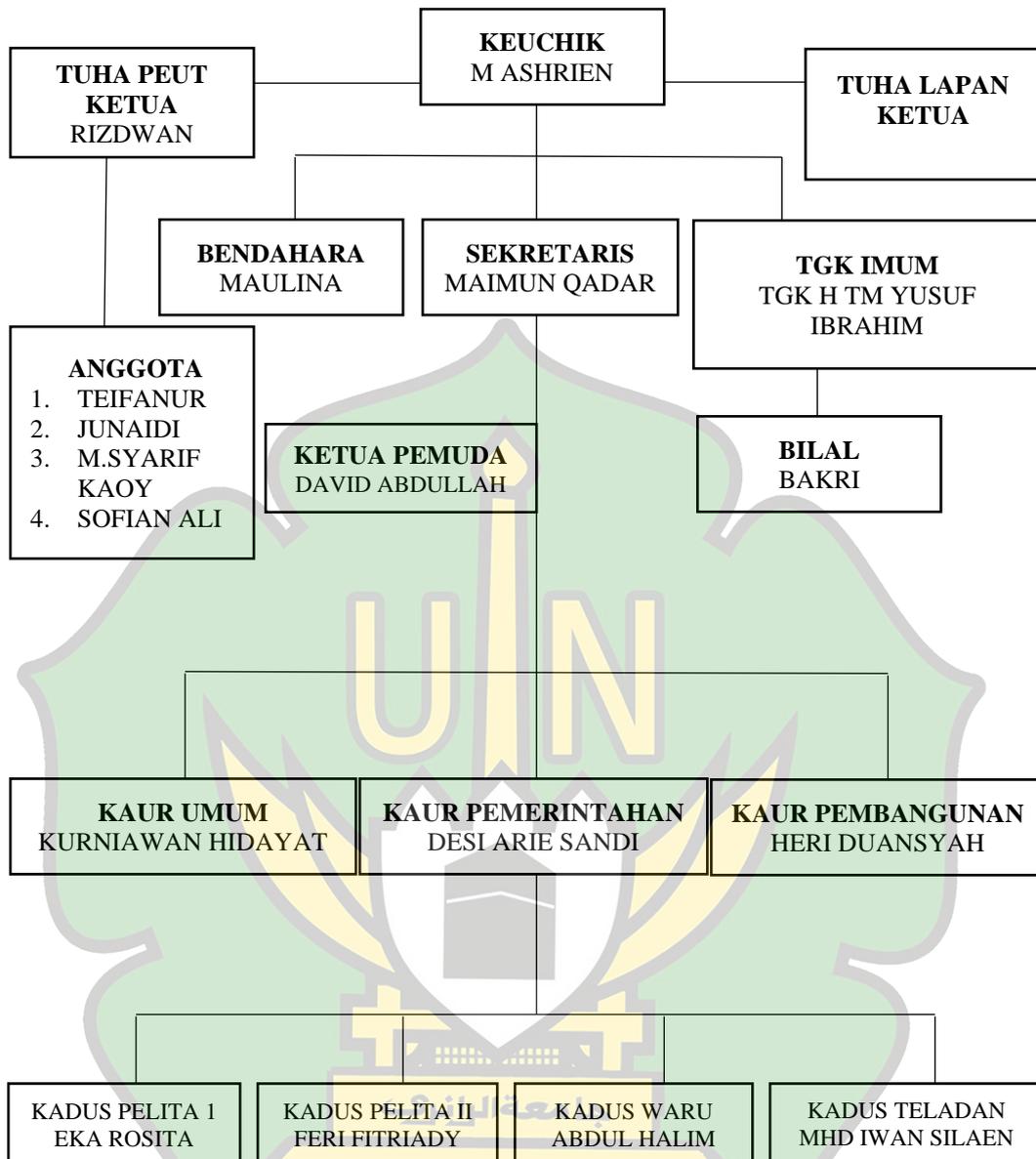
Tabel 4.3. Infrastruktur *Gampong* Blok Bengkel

No	Bangunan	Jumlah
1.	Mushalla	1
2.	Posyandu	1
3.	Kantor <i>Geuchik</i>	1
4.	Sekolah Dasar Negeri	1
5.	Sekolah Menengah Pertama Negeri	1
6	Kantor Pos	1
7.	Kantor Dinas Lingkungan Hidup	1
8.	Kantor Satpol Pamong Praja dan Wilayatul Hisbah	1
9.	Lapangan Serba Guna	1
10.	Bank Syariah Indonesia	1
Total		10

⁵⁶ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020, *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 10 juli 2021, hal.6.

⁵⁷ Profil *Gampong* Blok Bengkel 2020...hal.6.

Gambar 4.2. Struktur Pemerintahan Gampong Blok Bengkel



Sumber : Profil Gampong Blok Bengkel 2020, di ambil pada Tanggal 10 Juli 2021

Gambar 4.2

Sebagaimana halnya dengan *Gampong* yang lainnya di Aceh, lembaga pemerintahan *Gampong* Blok Bengkel dipimpin oleh seorang *keuchik*, dan dibantu oleh sekretaris, bendahara, ketua pemuda, *tuha peut*, *tuha lapan*, *kepala lorong*, dan berbagai staf – staf lainnya.

Masyarakat *Gampong* Blok Bengkel umumnya beragama Islam. Kegiatan keagamaan masyarakat di Blok Bengkel mengikuti kegiatan pengajian mingguan rutin di setiap hari Jumat untuk perempuan, malam Jumat dan malam Selasa untuk laki-laki. Setiap ada kegiatan acara memperingati hari kebesaran Islam masyarakat sangat ikut serta mengikuti kegiatan tersebut seperti memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW. Adat dan kebudayaan masyarakat Aceh masih dilakukan mengikuti dari keturunan mereka seperti upacara pernikahan membuat acara makan ketan bersama di malam hari mengundang seluruh masyarakat dan saling gotong royong dan saling membantu.

B. Hasil Penelitian

1. Faktor Yang Membuat Masyarakat *Gampong* Blok Bengkel Memilih Berprofesi Sebagai Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap perempuan petani garam yang ada di *Gampong* Blok Bengkel. Hasil observasi yang dilakukan, bahwa pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) saat ini ada yang sudah tidak lagi berbisnis dikarenakan pandemi Covid-19 dan ada juga yang masih berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di masa pandemi ini dengan menggunakan bermacam strategi, untuk bisa bertahan melewati masa – masa pandemi Covid – 19 ini. Seluruh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berjumlah 7 orang, terdiri dari 2 perempuan dan 5 laki – laki. Dan diantaranya yang masih bertahan ada bisnis makanan ringan, tempel ban, minum – minuman, pulsa, dan jajanan ringan, ini bisnis yang masih bertahan di masa pandemi Covid -19 ini.

Peneliti melakukan wawancara terhadap *Keuchik Gampong* Blok Bengkel di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Hasil wawancara dengan M.Ashrien selaku *Keuchik Gampong* Blok Bengkel mengatakan “Ditengah Covid-19 ini, penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam dirumah. Selain itu banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau PSBB (Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa daerah. Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah memperluas jaringan akan secara langsung mempengaruhi hubungan antara perusahaan atau personel bisnis dengan pemasok, pelanggan, dan pesaingnya, dan dapat dengan mudah mempromosikan produk dan mengadopsi metode pemasaran pedagang lainnya.”⁵⁸

Dilanjutkan oleh Bapak Harfeni Husen sebagai Tokoh Adat sekaligus pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) “ada banyak profesi yang bisa kita inginkan, namun kenapa banyak orang yang menginginkan profesi menjadi berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) saya salah satunya, salah satu alasan yang banyak diberikan ialah, bisnis ini tidak ada patokan ijazah dan usia, di bisnis ini juga siapa saja bisa memulai dan berdagang tanpa ada syarat tertentu, sehingga membuat saya bersemangat dalam berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).”⁵⁹

⁵⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak M Ashren Selaku *Keuchik* di *Gampong* Blok Bengkel, 10 Juli 2021.

⁵⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Harfeni Husen Selaku Tokoh Adat dan Pemilik Bisnis di *Gampong* Blok Bengkel, 12 Juli 2021.

Hasil Wawancara dengan Ibu Teifanur selaku *Tuha Peut Gampong* Blok Bengkel “Pandemi Covid-19 yang dialami Indonesia sangat menurunkan omzet penjualan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Berkurangnya jumlah konsumen di beberapa bisnis menuntut pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk mampu memasarkan produknya dengan sebaik-baiknya serta kreatif dan inovatif. Pada saat terjadi pandemi Covid-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis.⁶⁰ Pada masa ini pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) harus cerdas dalam mengambil sebuah keputusan dengan pola pikir panjang dan buka sembarangan, pemilik bisnis harus memikirkan resiko yang akan dilalui kedepannya.

Hasil wawancara dengan Ibu Nurjannah selaku pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah),” mengapa saya memilih berprofesi sebagai pemilik bisnis, ialah saya bebas dalam berdagang, tanpa ada paksaan dari atasan dan saya bebas jika ingin membuka usaha kapanpun, tidak ada halangan dari pihak manapun, dan sangat mudah untuk dikerjakan dalam waktu tertentu.⁶¹

Ibu Azelin mengatakan “ bahwasanya ada beberapa faktor yang membuat dirinya tetap bertahan sebagai pemilik bisnis ialah, uang yang didapatkan langsung per hari, hasil yang di dapatkan perhari bisa sampai 1 jutaan, dan ini tergantung konsumen tiap hari nya, bisnis ini juga sangat mudah dijalankan tidak ribet seperti kita kerja di kantoran yang harus bangun pukul tertentu dan pulang pukul tertentu.⁶²

⁶⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Teifanur Selaku *Tuha Peut* di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁶¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurjannah Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁶² Hasil Wawancara Dengan Ibu Azelin Nasution Selaku Pemilik Bisnis Minuman dan Makanan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Ditambahkan oleh Bapak Maimun,” kebanyakan dari pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ini hanya memikirkan uang yang didapatkan perhari, namun lupa dengan plan dan target kedepan yang akan di capainya, dan mengapa saya masih bertahan di bisnis ini, karena ini membuat saya teruji dalam segala hal sehingga membuat saya tertarik dan tetap bertahan di bisnis ini.⁶³

Dilanjutkan wawancara dengan Bapak Joni,” saya pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang Tempel Ban, ini sebuah bisnis yang sebenarnya sangat sulit mendapatkan penghasilan yang tidak menentu per harinya, namun saya ingin berpindah profesi akan tetapi terhalangi oleh pendidikan dan ijazah, sehingga membuat saya tetap memilih bisnis ini untuk menopang ekonomi keluarga.⁶⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Andika,” memulai bisnis UMKM (Usaha Mikro kecil Menengah) tidak serumit kita melamar pekerjaan, dimana kita harus memiliki syarat dari pendidikan yang tinggi dan ditambah lagi dengan syarat – syarat yang lainnya, dimana di masa pandemi Covid-19 banyak karyawan yang sudah terkena pemutusan kontrak, sehingga ini menjadi alasan saya tetap berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang kartu dan pulsa. Apalagi bisnis ini sangat mudah dijalankan serta sangat banyak minat konsumen, dikarenakan pada zaman ini semua orang sudah menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya.⁶⁵

⁶³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Maimun Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁶⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Joni Selaku Pemilik Bisnis Tempel ban di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁶⁵ Hasil Wawancara Dengan Bapak Andika Selaku Pemilik Bisnis Kartu Paket dan Ponsel di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Ditambahkan oleh Bapak Dimas selaku pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang minuman ringan,” ini salah satu profesi yang sangat mudah dijalankan dan sangat mudah dikerjakan oleh orang banyak baik itu yang sudah berpengalaman maupun belum, maka banyak orang yang begitu mudah memulai bisnis ini.⁶⁶

2. Strategi Mempertahankan Konsumen Untuk Mendorong Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Tetap Berjalan Dan Mendapat Keuntungan Dimasa Pandemi Covid – 19

Hasil wawancara dengan Bapak M.Ashrien selaku *Keuchik Gampong Blok Bengkel*, “sejauh ini belum ada pendampingan khusus yang diberikan kepada pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), melainkan hanya ada bantuan yang diberikan langsung oleh Pemerintah Pusat, sebesar 1.200.000 (satu juta dua ratus ribu) dan itu langsung di ambil sama mereka yang mempunyai bisnis ke Bank. Untuk perubahan sampai saat ini belum ada tampak pasti, dikarenakan mereka menggunakan bantuan tersebut untuk menutupi modal usaha.”⁶⁷ Ada banyak strategi yang bisa digunakan oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro kecil Menengah), dari segi promosi, membuat video kreatif tentang produk yang dijual nya, sampai memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan, dari menyiapkan masker, *handsanitizer* serta tempat duduk yang di buat khusus untuk menuruti PROKES (Protokol Kesehatan) ini membuat pelanggan makin bertahan untuk tetap belanja di bisnis tersebut.

⁶⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Dimas Selaku Pemilik Bisnis Minuman Ringan di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021

⁶⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak M Ashren Selaku *Keuchik* di *Gampong Blok Bengkel*, 10 Juli 2021.

Ditambahkan oleh Bapak Harfeni Husin, “Dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) hampir sebagian besar seorang manajer adalah owner dari perusahaan tersebut, sehingga laporan keuangan dapat diketahui lebih update dan lebih detail olehnya. Maka, sangat penting bagi manajer untuk melakukan kegiatan administrasi keuangan secara tertib dan disiplin guna pengambilan keputusan.”⁶⁸

Konsep manajemen keuangan mengacu pada pengaturan kegiatan atau aktivitas keuangan dalam organisasi (termasuk rencana, analisis, dan pengendalian kegiatan keuangan. Pandemi Covid-19 membuat dan sulit untuk diperoleh kembali sehingga 40% UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ditutup.

Angka ini tampaknya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu: penutupan karena ketidakmampuan mendistribusikan barang atau jasa, dan penutupan karena kepatuhan terhadap perintah PSBB (Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala) dan jarak sosial. Ada beberapa alasan mengapa situasi ini bisa bangkrut. Alasan utamanya adalah permintaan pasar yang tidak mencukupi yang secara tiba-tiba naik di luar pemikiran, namun stok tidak mencukupi, melainkan kekurangan produksi barang.

Ada beberapa strategi yang bisa dilakukan selama masa pandemi Covid-19, walaupun tidak bisa membuat konsumen naik drastis, namun setidaknya bisa membantu untuk membantu bisnis tetap berjalan, yaitu dengan menggunakan internet dan memanfaatkan *digital marketing*, kenapa demikian dikarenakan kita sudah canggih dan mencapai pada zaman modern di 4.0 atau lebih dikenal dengan *four point zero*.

⁶⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Harfeni Husen Selaku Tokoh Adat dan Pemilik Bisnis di *Gampong* Blok Bengkel, 12 Juli 2021

Pada saat terjadi pandemi Covid-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis, dan salah satu upaya untuk membuat produk yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah dengan melakukan *digital marketing*. Era digital yang berkembang pesat saat ini tidak bisa dihindari. Bapak Harfeni Husen mengungkapkan jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) harus bisa memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial.

Hasil wawancara dengan Bapak Dimas,” untuk strategi dan promosi kita menggunakan handphone, dimana handphone berperan penting selama masa pandemi Covid-19, memudahkan para konsumen untuk membeli dan memudahkan para pemilik bisnis untuk melakukan promosi menggunakan media sosial.⁶⁹ Bapak Andika mengatakan,” selama masa pandemi Covid-19 emang ada penurunan pelanggan, hal itu dikarenakan adanya PSBB (Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala), sehingga membuat pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) kebingungan mencari solusi, ada diantara kami yang tidak bisa bertahan dan ada yang bertahan, itu semua berpengaruh pada strategi yang digunakannya, saya memanfaatkan *E-Commerce* penjualan menggunakan sebuah aplikasi di *handphone* dan pembayarannya langsung melalui *mobile banking*, ini bahkan membuat pelanggan mudah untuk membeli sesuatu tanpa harus berpergian keluar rumah.⁷⁰

⁶⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Dimas Selaku Pemilik Bisnis Minuman Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021

⁷⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Andika Selaku Pemilik Bisnis Kartu Paket dan Ponsel di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Hasil wawancara dengan Bapak Maimun, selama masa pandemi Covid -19 banyak tantangan yang dilalui oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), dari menurun nya jumlah pelanggan yang hamper sangat drastis, dan juga penurunan omset pendapatan sekitar 45%, hal ini membuat pemilik bisnis harus memikir keras untuk mencari solusi sehingga bisnis tetap bisa berjalan. Salah satu strategi yang saya gunakan yaitu memanfaatkan situasi dengan cara memutar balikkan modal, yang sebelum nya hanya menjual makanan ringan, dan selama masa pandemi Covid-19, saya menjual apa yang masyarakat butuhkan, contoh nya seperti makanan yang sehat.⁷¹

Bapak Joni mengatakan,” tidak ada strategi khusus yang bisa diterapkan oleh kami pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang tempel ban, hanya melainkan dengan menggunakan cara yaitu mengurangi modal terhadap bisnis, dan menggunakan uang yang di dapat dari bantuan yang diberikan Pemerintah Pusat dengan menutupi hutang dan modal yang ada.⁷²

Ibu Azelin menambahkan,” ada beberapa strategi yang kami gunakan, dari memanfaatkan *handphone*, menggunakan media sosial, dan *E-Commerce*, Peserta UMKM tidak hanya dapat menggunakan e-commerce sebagai portal penjualan, tetapi juga menjalin relasi dan membangun konsep pasar baru, namun kita ketahui bahwasannya setiap strategi yang kita telah atur, kita juga harus menerima konsekuensi yang terjadi di lapangan nantinya.⁷³

⁷¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Maimun Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021

⁷² Hasil Wawancara Dengan Bapak Joni Selaku Pemilik Bisnis Tempel ban di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁷³ Hasil Wawancara Dengan Ibu Azelin Nasution Selaku Pemilik Bisnis Minuman dan Makanan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Hasil wawancara dengan Ibu Teifanur,” selama masa pandemi Covid-19, pihak aparat *Gampong* hanya memberikan pendampingan dari segi pelaksanaan, seperti memberikan masker serta *handsanitizer* kepada pemilik bisnis UMKM (Usaa Mikro Kecil Menengah) sehingga pelanggan lebih nyaman dalam belanja dan bisa menerapkan Protokoler Kesehatan.

Selama pandemi, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) seharusnya tidak hanya fokus untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga harus menjaga produk dan menjaga pelanggan yang ada, membangun kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendapatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan setia tidak akan beralih ke pelanggan lain karena mereka sudah percaya dengan produk kita, Salah satu cara agar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dapat bertahan dari penurunan aktivitas bisnis adalah dengan menjalin hubungan pemasaran dengan pelanggan, Ini adalah konsep strategi pemasaran yang dirancang untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.⁷⁴

Ibu Nurjannah mengatakan,” sejak adanya pandemi Covid-19 sekolah pada online, penurunan omset pendapatan yang sangat drastis sekitar 60%. Dimana sebelumnya kami pemilik bisnis bergantung kepada siswa yang berbelanja di sekolah, sehingga semenjak sekolah online, kami harus mencari strategi untuk menopang ekonomi keluarga, dan memulai bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan memanfaatkan halaman teras rumah, hal ini yang bisa saya gunakan, dan sampai sekarang bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masih tetap berjalan.⁷⁵

⁷⁴ Hasil Wawancara Dengan Ibu Teifanur Selaku *Tuha Peut* di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁷⁵ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurjannah Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

3. Manfaat Yang Didapatkan Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dengan Menggunakan Strategi Bisnis Yang Baik?

Hasil wawancara dengan Bapak Dimas,” Sebuah strategi bisnis tidak akan muncul dan terkonsep dengan baik tanpa kesadaran dan kepekaan bisnis. Sebuah strategi juga akan semakin matang melalui proses dan pengalaman yang dilaluinya. Karena itulah perencanaan yang matang menjadi bagian penting dalam strategi yang harus disiapkan.

Perencanaan ini mencakup ide dan konsep usaha, modal dana yang dibutuhkan, hingga target yang ingin diraih. Manfaat strategi bisnis selain menjadi panduan dalam menjalankan usaha juga untuk mengamankan posisi tawarnya. Dengan strategi yang matang dan cerdas, sebuah bisnis tak akan tergilas dan sekedar menjadi pelengkap belaka.”⁷⁶

Selanjutnya hasil wawancara dengan Bapak Maimun,” Pembuatan strategi ini dilakukan sebelum bisnis resmi di *Launching* Setiap strategi bisnis yang dibuat tentu memiliki sebuah tujuan, yaitu kegiatan bisnis yang sedang dilaksanakan akan tetap berada pada jalur yang benar dan sesuai dengan perencanaan.

Manfaat adanya strategi bisnis yang baik ialah dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari langkah bisnis yang telah dilakukan, sehingga para pelaku bisnis bisa mengetahuinya dari strategi yang dibuat beberapa waktu yang lalu, Misalnya saja dalam strategi yang dibuat, harus memiliki target sebesar 15%. Dalam praktiknya ternyata dalam penjualan produk atau layanan hanya dimiliki sebesar 10% saja.”⁷⁷

⁷⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Dimas Selaku Pemilik Bisnis Minuman Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021

⁷⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Maimun Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021

Bapak Joni mengatakan,” Salah satu dari manfaat dan tujuan dari strategi bisnis adalah dapat memenangkan berbagai persaingan dalam dunia bisnis. Para pelaku bisnis akan menjadi lebih mampu dalam menjual produk dan layanan. Untuk dapat melihat bagaimana strategi bisnis dijalankan adalah dengan melihatnya secara langsung perkembangan usaha yang dilakukan. Apabila strategi dibuat dengan keyakinan dan pemikiran jangka panjang, perkembangan manfaatnya akan lebih bertahan lama.”⁷⁸

Selanjutnya hasil wawancara dengan Bapak Andika,” Manfaat strategi bisnis yang dilakukan sejak awal dan benar-benar matang, akan berpeluang untuk meraih keuntungan yang lumayan banyak. Oleh sebab itu, pembuatan strategi memang tidak boleh dilakukan dengan asal saja. Strategi yang kurang tepat justru sebaliknya, perlahan bisnis akan meredup.”⁷⁹

Ibu Azelin menambahkan,” manfaat penting dengan adanya strategi pemasaran adalah untuk membangun merek. Secara sederhana konsumen akan lebih memilih merek produk yang sudah mereka ketahui atau dipercaya sebelumnya. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk membangun hubungan dengan konsumen pemasaran berperan penting untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen. Pemasaran bermanfaat untuk mengkomunikasikan tentang informasi produk yang kita hasilkan kepada konsumen, mulai dari kelebihan, fitur serta berbagai informasi detail tentang produk⁸⁰

⁷⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Joni Selaku Pemilik Bisnis Tempel ban di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁷⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Andika Selaku Pemilik Bisnis Kartu Paket dan Ponsel di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁸⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Azelin Nasution Selaku Pemilik Bisnis Minuman dan Makanan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Hasil wawancara dengan Bapak Harfeni Husen,” Dalam dunia bisnis, strategi bisnis ibaratkan sebuah kunci dan pedoman dalam melakukan sesuatu. Persaingan yang semakin ketat, membutuhkan sesuatu yang berbeda agar orang lain banyak yang merasakan hal positif dan bermanfaat. Strategi bisnis bisa dapat membawa keuntungan yang banyak dalam praktiknya akan menambah rasa percaya diri untuk bergerak dalam dunia usaha. Banyak yang tidak menyadari hal ini, karena strategi atau plan bisnisnya belum ada kemajuan hingga saat ini. Itulah beberapa tujuan strategi bisnis yang wajib diketahui. Pentingnya sebuah strategi memang kadang sering diabaikan, akibatnya banyak bisnis yang berjalan secara lambat dan tidak memiliki pandangan ke depan. Bisnis pun tidak akan bertahan lama dan akhirnya menjadi cerita saja.⁸¹

Ibu Nurjannah mengatakan,” Dengan strategi pemasaran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang baik dan terencana, serta membuat aktivitas marketing berjalan dengan lebih efektif. Hal ini membuat semua plan bakal berjalan dengan baik. Sehingga tidak menutup kemungkinan sebuah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berkembang pesat. Pemasaran bermanfaat untuk menghadapi persaingan bisnis. Misalnya saja strategi harga, strategi produk dan strategi promosi yang menjadi senjata ampuh demi memenangkan persaingan, tanpa memiliki strategi pemasaran yang baik maka penjualan tentu sulit untuk mencapai hasil yang maksimal. Selain itu, pelaku usaha juga bisa menerapkan strategi customer retention sehingga konsumen bisa menjadi loyal dan tidak berpindah ke pesaing atau pelaku usaha lain.⁸²

⁸¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Harfeni Husen Selaku Tokoh Adat dan Pemilik Bisnis di *Gampong* Blok Bengkel, 12 Juli 2021

⁸² Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurjannah Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Berdasarkan pembahasan di atas dilema strategi bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di masa pandemi Covid -19, semenjak insiden besar terjadi di Wuhan, yaitu munculnya pandemi Covid-19 di China pada Desember 2019, virus Corona sudah ditemukan pada manusia. Pandemi global Covid-19 pasti menyerang semua sektor, terutama sektor ekonomi. Dampak ekonomi ini terjadi tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga secara global. Di Indonesia, hal ini tentunya juga berdampak signifikan terhadap industri pariwisata, sektor perdagangan, dan industri termasuk usaha mikro, kecil dan menengah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Dengan adanya strategi yang baik dan bantuan dari Pemetintah Pusat bagi pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) serta adanya dampingan dari pihak aparatatur *Gampong* Blok Bengkel, akhirnya pemilik bisnis ini bisa menjalankan bisnya di masa pandemi Covid-19.

C. Pembahasan

1. Faktor Yang Membuat Masyarakat *Gampong* Blok Bengkel Memilih Berprofesi Sebagai Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Selama masa pandemi Covid -19 ini berlangsung, Kebutuhan masyarakat semakin meningkat, makin tinggi tingkat pendapatan masyarakat makin tinggi dan canggih pula barang dan jasa yang mereka butuhkan. Kemudian kebutuhan tersebut pada suatu waktu mencapai titik jenuh jika dipenuhi dengan barang tertentu saja, sehingga menuntut kaum produsen agar selalu mencari, menciptakan barang dan jasa baru. Arti kebutuhan itu sendiri adalah suatu rasa kekurangan yang perlu dipenuhi oleh barang dan jasa.

Ada banyak faktor yang membuat masyarakat yang berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memilih bertahan di masa pandemi Covid-19, diantaranya yaitu yang pertama terkendala dengan modal yang ada, sehingga susah untuk memulai sesuatu yang baru, yang kedua keadaan yang harus memaksakan untuk terus bebisnis, pendidikan yang rendah sehingga susah untuk ngelamar pekerjaan di tempat lain, serta lowongan kerja yang hampir tidak ada sama sekali.

Selain dari itu ada faktor lain yang membuat masyarakat *Gampong Blok Bengkel* masih bertahan dengan profesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yaitu pertama untuk memulai bisnis tidak dibutuhkan syarat apapun seperti ijazah dan sebagainya, kedua kita bisa buka kapan saja tanpa ada ikatan dari atasan, ketiga kita sendiri bos nya jadi kita bebas ingin melakukan apa saja, yang terakhir bisa di lakukan oleh siapapun tanpa ada latar belakang pendidikan (ijazah).

2. Strategi Mempertahankan Konsumen Untuk Mendorong Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Tetap Berjalan Dan Mendapat Keuntungan Dimasa Pandemi Covid – 19

Pandemi Covid-19 yang dialami Indonesia sangat menurunkan omzet penjualan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Berkurangnya jumlah konsumen di beberapa industri dan industri menuntut pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk mampu memasarkan produknya dengan sebaik-baiknya serta kreatif dan inovatif. Selain itu banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar di beberapa daerah).

Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan internet, melalui strategi *Digital Marketing* serta memanfaatkan *Platform E-commerce*.

E-commerce adalah proses di mana konsumen membeli dan menjual barang secara elektronik, dan perusahaan menggunakan komputer sebagai perantara untuk transaksi komersial melalui komputer. Sekalipun tidak sempurna, *E-commerce* akan secara langsung mempengaruhi hubungan antara perusahaan atau personel bisnis dengan pemasok, pelanggan, pesaingnya, dan dapat dengan mudah mempromosikan produk dan mengadopsi metode pemasaran pedagang lainnya.

E-commerce memiliki peran yang positif namun tidak signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Dalam hal ini, disarankan agar pelaku usaha dapat melakukan transaksi *E-commerce*, namun memerlukan pendampingan dan edukasi dari pemerintah atau praktisi agar dapat memberikan pembinaan kepada pelaku usaha agar memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat memanfaatkan sepenuhnya hal tersebut. Perdagangan elektronik di era Revolusi Industri 4.0, dengan perubahan pola perdagangan dan konsumsi konsumen, pedagang harus beralih ke perdagangan *E-commerce*. Seiring dengan pandemi Covid-19, *E-commerce* menjadi pilihan ideal bagi konsumen. Peserta UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) bisa bertahan bahkan berpotensi memasuki wilayah pasar baru. Peserta UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tidak hanya dapat menggunakan *E-Commerce* sebagai portal penjualan, tetapi juga menjalin relasi dan membangun konsep pasar baru.

Namun dengan beberapa strategi di atas tidak berlaku bagi pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang tempel ban, bisnis tempel ban memiliki strategi yang berbeda diantara yang lainnya yaitu, dengan mengambil bantuan yang diberikan Pemerintah Pusat untuk dijadikan modal tambahan seperti membuat alat PROKES (Protokol Kesehatan) seperti hand sanitizer, ketersediaan masker dan bangku yang dibuat untuk jaga jarak, Hal ini dikarenakan peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan.

3. Manfaat Yang Didapatkan Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dengan Menggunakan Strategi Bisnis Yang Baik?

Strategi bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang baik banyak memberikan manfaat bagi pemilik bisnis, khususnya dimasa pandemi Covid-19 ini. Adapun manfaat tersebut antara lain, Pertama menjadi panduan dalam menjalankan usaha juga untuk mengamankan posisi tawarnya, dengan strategi yang matang dan cerdas, sebuah bisnis tak akan tergilas dan sekedar menjadi pelengkap, ke-dua dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari langkah bisnis yang telah dilakukan, ke-tiga para pelaku bisnis bisa mengetahuinya dari strategi yang dibuat beberapa waktu yang lalu, ke-empat dapat memenangkan berbagai persaingan dalam dunia bisnis, ke-lima berpeluang untuk meraih keuntungan yang lumayan banyak jika berhasil mengelolanya.

Itulah beberapa manfaat dari strategi bisnis yang wajib diketahui. Pentingnya sebuah strategi memang kadang sering diabaikan, akibatnya banyak bisnis yang berjalan secara lambat dan tidak memiliki pandangan ke depan. Bisnis pun tidak serta-merta bertahan lama dan akhirnya menjadi cerita saja. Sehingga tidak menutup kemungkinan sebuah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berkembang pesat.

Setelah peneliti melakukan penelitian dan telah mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang sudah dibuat sebelumnya oleh peneliti, maka didapatkan berbagai jawaban yang bermacam dari informan yang sudah dilakukan wawancara, dari faktor yang menyebabkan masyarakat *Gampong* Blok Bengkel tetap bertahan dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dimasa pandemi Covid -19, serta strategi dan manfaat yang didapatkan dari menggunakan strategi yang baik untuk bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Dari berbagai macam jawaban yang sudah diberikan oleh informan, akhirnya peneliti menghubungkan dengan Etika Bisnis Rasulullah SAW, bagaimana Etika Bisnis Rasulullah SAW adalah pedoman awal bagi umat Islam didalam berbisnis, dimana di dalam berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masyarakat *Gampong* Blok Bengkel sudah menerapkan etika bisnis Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnisnya.

Strategi yang bagus serta etika bisnis yang baik pula memberikan kenyamanan dan ketenangan bagi pemilik bisnis, dan memberikan kepuasan terhadap konsumen yang ingin membeli sebuah produk bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dikarenakan berpeluang untuk meraih keuntungan yang lumayan banyak jika berhasil mengelolanya dengan mengikuti pedoman bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid - 19 di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor yang membuat masyarakat *Gampong* blok bengkel memilih berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (usaha mikro kecil menengah) ditengah masa pandemi Covid -19 ialah faktor pendidikan, dan faktor keinginan sendiri untuk membuka bisnis,tingkat pendidikan yang rendah sehingga susah untuk mencari pekerjaan ditambah dengan peluang atau lowongan kerja yang sangat sedikit dan punya keinginan yang sangat kuat terhadap bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), dengan kata lain dengan membuka bisnis, tidak ada keterikatan dengan atasan, bisa langsung dikelola oleh sendiri, dan mendapatkan masukan langsung per harinya.
2. Strategi bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang digunakan selama masa pandemi Covid-19, agar tetap berjalan dan mendapatkan keuntungan ialah Menggunakan *E-commerce* sebagai *platform* untuk mendapatkan pelanggan dengan mudah serta bisa mempromosikan sebuah produk dengan berbagai macam kreativitas. Sekalipun tidak sempurna, *E-commerce* secara langsung mempengaruhi hubungan antara perusahaan atau personel bisnis dengan pemasok, pelanggan, dan pesaingnya.

Seiring dengan pandemi Covid-19, *E-commerce* menjadi pilihan ideal bagi konsumen. Peserta UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) bisa bertahan bahkan berpotensi memasuki wilayah pasar baru. Pada saat terjadi pandemi Covid-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis, dan salah satu upaya untuk membuat produk yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah dengan melakukan *digital marketing*. Serta dapat dengan mudah mempromosikan produk dan mengadopsi metode pemasaran pedagang lainnya Metode digital marketing yang sering digunakan para pebisnis adalah dengan menggunakan media sosial, seperti memasarkan produk, melalui Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain.

3. Manfaat yang didapatkan oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) setelah menggunakan strategi yang baik, Sebuah strategi bisnis tidak muncul dan terkonsep dengan baik tanpa kesadaran dan kepekaan bisnis. Sebuah strategi juga akan semakin matang melalui proses dan pengalaman yang dilaluinya, mengenali kekuatan dan kelemahan yang ada juga menjadi bagian penting dalam strategi bisnis yang dibuat, selain untuk memanfaatkan peluang bisnis yang ada, strategi bisnis yang dilakukan sejak awal dan benar-benar matang, akan berpeluang untuk meraih keuntungan yang lumayan banyak. Pentingnya sebuah strategi memang kadang sering diabaikan, akibatnya banyak bisnis yang berjalan secara lambat dan tidak memiliki pandangan ke depan. Bisnis pun tidak bertahan lama dan akhirnya menjadi cerita saja. Inilah dimana penting nya sebuah strategi untuk membuat perencanaan, sehingga bisa menjadi monitoring dan evaluasi bagi pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

B. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada pemerintah khususnya aparat *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, diharapkan agar semakin lebih bisa mengembangkan dan mengkoordinir UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang ada di kawasan Blok Bengkel ini agar semakin lebih bisa berkembang lagi.
2. Bagi masyarakat *Gampong* Blok Bengkel, khususnya para Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), harus tetap bisa mempertahankan hal-hal kecil maupun hal-hal besar untuk terus bisa mengembangkan bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang mereka miliki.
3. Bagi peneliti hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan pelajaran mengenai bagaimana Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie ini dan digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu peniliti masih membutuhkan bimbingan mengenai bagaimana Strategi yang harus dilakukan dalam menghadapi pandemi-pandemi selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman dan Soejono. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, Cet. 2, Jakarta : Rineka Cipta dan Bina Adiaksara. 2005
- Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba, Laksana*, Jogjakarta. 2014.
- Bambang Riyanto, “*Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*”, Yogyakarta: BPFE. 1997.
- Burhan Bungin, (ed), *Metode Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006.
- Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Conny Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Gramedia. 2010
- Dr. Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Dr. H. Muhammad Rusydi, Dr. H. Abd. Rahman Rahim, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad Saw, ..* Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah. 2016.
- Endarwati Tri Wijayanti, “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mebel Rimba Sentosa di Sukoharjo*”, Skripsi Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2005.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II Yogyakarta: Andi. 2000.
- Freddy Rangkuty. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama. 2006.
- <https://jdih.kemenkeu.go.id/> di akes 23 Oktober 2021

Idri Hastuti Listyawati, dalam jurnalnya yang berjudul “*Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*” Jurnal JBMA. Vol. 1. Nomor 2. ISSN:2252-5483. Yogyakarta: Akademi Manajemen Administrasi, 2013.

Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: PT RinekaCipta. 2004.

Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Ed, 1, Cet. 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.

Kasimin, Romano dan Lutfiani, *Preferensi Konsumen Terhadap Furnitur di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Pertanian Unsyiah. Vol. 2. No. 1 Februari 2017. ([http://jim.unsyiah.ac.id/.](http://jim.unsyiah.ac.id/)) Diakses pada tanggal 21 Oktober 2020

Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002.

Nasir Budiman,dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* cet:1 Banda Aceh: ArRaniry. 2004.

Repository.metrouniv.ac.id. di akses 22 oktober 2020

Sewu Lindawaty dan Ibrahim Jones, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, Bandung: PT Refika Aditama. 2007.

Siti Khotijah, *Smart Strategy of “Marketing” Persaingan Pasar*, Alfabeta, Bandung. 2004.

Sopiah, Etta Mamang Sengaji, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, ed 1 yoqyakarta: Andi. 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R&D*, Bandung : Alfabeta. 2013.

Suparmoko dan Irawan, “*Ekonomi Pembangunan*”, Yogyakarta: BPFE. Syafi’i.
1998.

Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 Jakarta: GemaInsani.
2001.

Tabroni dan Imam Supra yoga, *Metode Penelitian Agama*, Bandung:Remaja
Rosdakarya. 2003.

Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, Bogor : Ghalia Indonesia. 2009.

Widjaja, “*Manusia Indonesia Individu, Keluarga, dan Masyarakat*”. Jakarta:
Akademika Pressindo. 1985.

www.bps.go.id di akses 19 oktober 2020.

www.kemkes.go.id di akses 19 Oktober 2020.



LAMPIRAN - LAMPIRAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: B-3317/Un.08/FDK/Kp.00.4/11/2020

Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Ganjil Tahun Akademik 2019/2020

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.

Pertama : Menunjuk Sdr.1). Sakdiah, M.Ag
2). Furqan, M.A

Sebagai Pembimbing UTAMA
Sebagai Pembimbing KEDUA

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Yoga Lamkaruna Harmanda

NIM/Jurusan : 170404034/ Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Judul : Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di Gampong Blok Bengkel Kecamatan Kota Siglie Kabupaten Pidie

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;

Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh
Pada Tanggal: 12 November 2020
26 Rabiul Awwal 1442 H

an. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dekan

Fakhr

Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arslp.

Keterangan:

Perbaiki Judul Skripsi SK berlaku sampai dengan tanggal 01 Desember 2021 M



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.2425/Un.08/FDK.I/PP.00.9/06/2021
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

1. Keuchik Gampong Blok Bengkel
2. Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **YOGA LAMKARUNA HARMANDA / 170404034**
Semester/Jurusan : **VIII / Pengembangan Masyarakat Islam**
Alamat sekarang : **GAMPONG MIRUK, KECAMATAN ULEE KARENG, BANDA ACEH**

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **STRATEGI UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS PADA SITUASI COVID-19 DI GAMPONG BLOK BENGKEL KECAMATAN KOTA SIGLI KABUPATEN PIDIE**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 06 Juli 2021

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 31 Juli 2021

Drs. Yusri, M.L.I.S.

A R - R A N I R Y



**PEMERINTAH KABUPATEN PIDIE
KECAMATAN KOTA SIGLI
GAMPONG BLOK BENGKEL**
Jalan Mawar No 1 Lingkungan Pelita I Kota Sigli 24414

SURAT KETERANGAN TELAH PENELITIAN

NOMOR : 121/483/2021

Keuchik Gampong Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Yoga Lamkaruna Harmanda
Nim : 170404034
Tempat/Tanggal Lahir : Sigli/ 07 Desember 1999
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Pekerjaan : Mahasiswa
Agama : Islam
Alamat Sekarang : Ulee Kareng

Benar yang namanya tersebut diatas telah melaksanakan Penelitian Ilmiah dari tanggal 09 Juli sampai dengan 12 Juli dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Strategi Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di Gampong Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie** dengan hasil yang sangat memuaskan.

Demikian Surat Keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya dan atas kerjasama yang baik, kami ucapkan terimakasih.

A R - R A N I R Y

Dikeluarkan di : Blok Bengkel

Pada Tanggal : 12 Juli 2021



Keuchik Gampong Blok Bengkel

PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul, ” **Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid – 19 di Gampong Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie** “ maka disusun beberapa pertanyaan sebagai berikut :

A. Pedoman Wawancara untuk pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Gampong Blok Bengkel

1. Apakah bisa diceritakan tentang bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Anda ?
2. Apakah COVID-19 memberikan dampak penurunan omset terhadap bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ?
3. Apabila COVID-19 berakibat terhadap penurunan omset, kira-kira berapa persen dan kapan stabil kembali?
4. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam menetapkan harga jual ?
5. Apakah Anda memperhatikan kualitas barang ?
6. Apa saja kendala Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang Anda jalani ketika pandemi COVID – 19 ?
7. Apakah Anda melakukan promosi ?
8. Apa yang Anda lakukan dalam kegiatan promosi tersebut ?
9. Apa saja kendala yang Anda hadapi dalam kegiatan promosi?
10. Bagaimana pelayanan yang Anda berikan ?
11. Bagaimana Anda menghadapi Kebijakan Pemerintah terhadap PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) ?

12. Apa kendala Anda dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dimasa pandemi COVID – 19 ?
13. Bagaimana strategi bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang anda terapkan untuk melalui masa pandemi COVID – 19 ?
14. Apa faktor yang menyebabkan Anda masih bertahan dengan bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dimasa pandemi COVID – 19 ?
15. Kenapa Anda tidak mencoba profesi lain untuk menopang perekonomian selama masa pandemi COVID – 19 ?

B. Pedoman Wawancara Terhadap Aparatur *Gampong*

1. Bagaimana tanggapan Aparatur *Gampong* terhadap pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ?
2. Apakah Aparatur *Gampong* atau Pemerintah Pusat ada membantu untuk memberikan solusi serta bantuan usaha bagi pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di masa pandemi COVID – 19 ?
3. Perubahan apa saja yang ada dilakukan oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) setelah menerima bantuan dari Pemerintah ?
4. Apakah sudah ada pendampingan yang dilakukan oleh pihak lain ?

DAFTAR GAMBAR

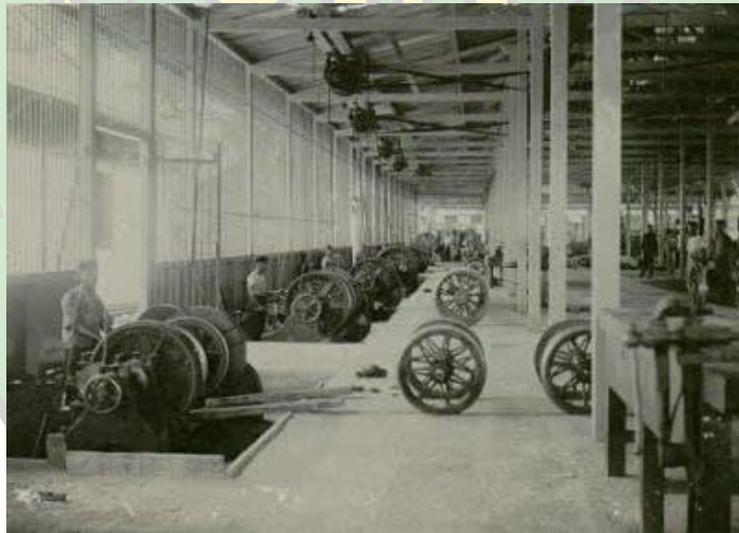
PHOTO KENANGAN BENGKEL KERETA API BLOK BENGKEL



Lampiran 4: Dokumen Photo Bengkel Kereta Api

Gambar 1

Para Pekerja Kereta Api Kota Sigli Tahun 1960



Gambar 2

Suasana Bengkel Tram Kota Sigli Tahun 1900

(Satu – Satunya Bengkel Kereta Api terbesar di Aceh dan Sumatera)



Gambar 3

Suasana Bengkel Tram Kota Sigli Tahun 1900



Gambar 4

Suasana Bengkel Tram Kota Sigli Tahun 1900

DAFTAR GAMBAR

WAWANCARA DENGAN PEMILIK BISNIS UMKM dan APARATUR

GAMPONG BLOK BENGKEL



Lampiran 5: Dokumentasi Saat Penelitian

Gambar 1

Pemberian surat penelitian dengan Bapak M.Ashrien selaku *Keuchik*



Gambar 2

Wawancara dengan Bapak *Keuchik Gampong Blok Bengkel*



Gambar 3

Wawancara dengan Ibu Teifanur selaku *Tuha Peut Gampong*



Gambar 4

Wawancara dengan Bapak Joni selaku pemilik Bisnis UMKM Tempel Ban



Gambar 5

Wawancara dengan Ibu Azelin selaku pemilik bisnis UMKM Makanan Ringan



Gambar 6

Wawancara dengan Bapak Maimun selaku pemilik bisnis UMKM Minuman ringan



Gambar 7

Wawancara dengan Bapak Andika pemilik bisnis UMKM Kartu Paket dan Pulsa



Gambar 8

Wawancara dengan Ibu Nurjannah pemilik bisnis UMKM Jajanan SD



Gambar 9

Wawancara dengan Bapak Dimas pemilik bisnis UMKM Minuman Thai Tea



Gambar 10

Wawancara dengan Bapak Harfeni Husin selaku Tokoh Adat dan pemilik Bisnis UMKM

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Yoga Lamkaruna Harmanda
NIM : 170404034
Tempat/Tanggal Lahir : Sigli, 7 Desember 1999
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : JL. Pelita II Kel Blok Bengkel
No. Hp/Email : [082284387141/yogalamkaruna10@gmail.com](mailto:yogalamkaruna10@gmail.com)

Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 1 Kota Sigli
SMP : SMP Negeri 1 Kota Sigli
SMA : SMA Negeri 1 Kota Sigli
Perguruan Tinggi : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Daftar Riwayat Orang Tua

Nama Ayah : Harfeni Husen
Nama Ibu : Salamah Daud
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : IRT
Alamat : Pelita II Kel Blok Bengkel

Sigli, 27 Juli 2021

Yoga Lamkaruna Harmanda

NIM. 170404034