

**STRATEGI UKM PAGUYUBAN DARUL ‘ULUM DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DAN MENINGKATKAN PENDAPATAN
DI MASA ADAPTASI BARU (*NEW NORMAL*)**

SKRIPSI



Oleh :

Eka Fitri Handayani

NIM: 3118020

**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG 2022**

**STRATEGI UKM PAGUYUBAN DARUL ‘ULUM DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DAN MENINGKATKAN PENDAPATAN
DI MASA ADAPTASI BARU (*NEW NORMAL*)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis



Oleh :
Eka Fitri Handayani
NIM: 3118020

**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG 2022**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah selesainya skripsi ini penulis mempersembahkan kepada :

1. Bapak Mohammad Imsin, SE., MP selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang
2. Ibu Abid Datul Mokhoyaroh, S.Sos, M.Si, selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang
3. Bapak H.M. Zahrul Jihad, S.H., M.Si Selaku Dosen Pembimbing satuyang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, dan pengarahan kepada penulis
4. Ibu Ririn susilawati, S.H.I., M.E.I Selaku Dosen Pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahan kepada penulis
5. Seluruh Dosen pengajar dan staf akademik Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi selama menjalani perkuliahan
6. Rekan-rekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Mahasiswa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang yang telah memberikan semangat dan banyak membantu dalam penulisan skripsi ini
7. Kepada adik tercinta yang membuatku semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan tak lupa saya ucapkan terimakasih juga kepada Rinto Febrian yang selalu memberi dukungan, semangat dan selalu menemani dalam proses penyusunan skripsi ini

HALAMAN MOTTO

“dont be insecure, hanya ada satu Cinta Laura di dunia, dan hanya ada satu orang yang seperti kamu di dunia. Buatlah diri kamu menjadi versi terbaik untuk dirimu sendiri”

“Susah, tapi bismillah”

(Fiersa Besari)

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI UKM PAGUYUBAN DARUL 'ULUM DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DAN MENINGKATKAN PENDAPATAN DI
MASA ADAPTASI BARU (*NEW NORMAL*)**

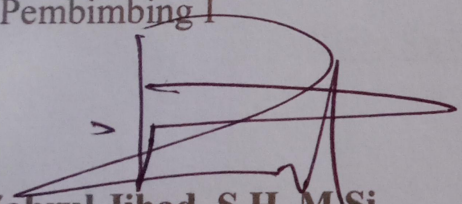
Oleh :

Eka Fitri Handayani

NIM : 3118020

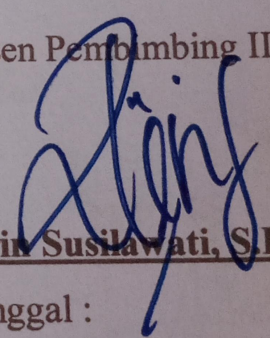
Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing I


H.M. Zahrul Jihad, S.H, M.Si

Tanggal :

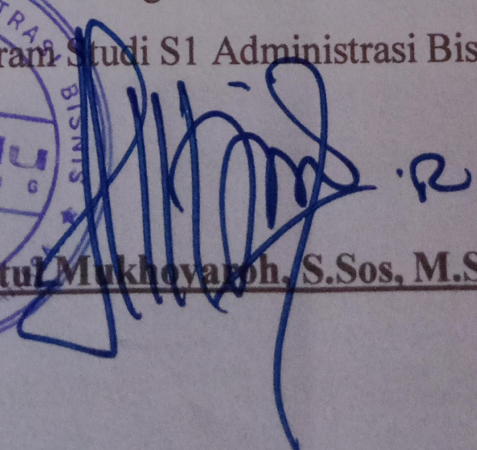
Dosen Pembimbing II


Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis


Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si



HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI UKM PAGUYUBAN DARUL 'ULUM DALAM
MEMPERTAHANKAN USAHA DAN MENINGKATKAN PENDAPATAN DI
MASA ADAPTASI BARU (*NEW NORMAL*)

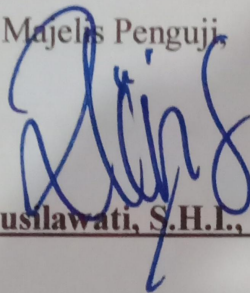
Oleh :

Eka Fitri Handayani

NIM : 3118020

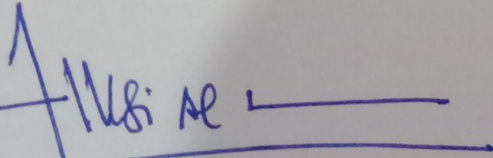
Telah diuji dan dipertahankan dalam siding skripsi pada tanggal 23 April 2022
Dan dinyatakan Lulus.

Majelis Penguji



Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I

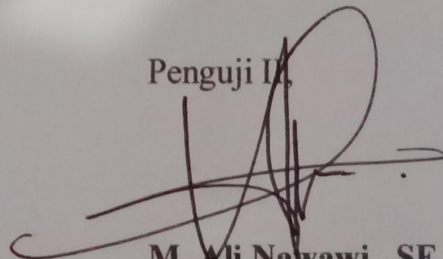
Penguji I,



Mohammad Imsin Al Mustofa, SE.,MP.

Tanggal : 19-6-22.

Penguji II,

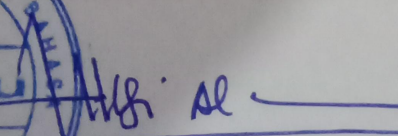
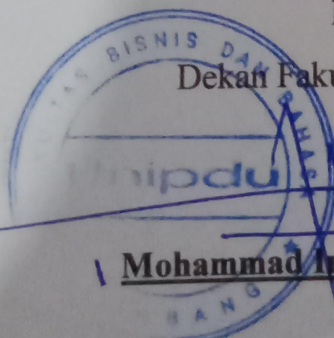


M. Ali Nawawi., SE

Tanggal :

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa



Mohammad Imsin Al Mustofa, SE.,MP.

Nama : Eka Fitri Handayani
NIM : 3118020

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi UKM Paguyuban Darul Ulum Dalam Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Pendapatan di Masa Adaptasi Baru (*New Normal*) adalah benar-benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya didalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan didalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi yang saya tulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jombang, 21, Juni 2022

Yang Menyatakan

Eka Fitri Handayani
NIM:3118020

PRAKATA

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, sholawat dan salam penulis kirimkan kepada nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan akhirat. Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta kemurahan hati dari berbagai pihak. Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta kemurahan hati dari berbagai pihak. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menempuh pendidikan pada program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.

Penulis menyadari skripsi ini masih kurang sempurna sehingga kepada pembaca, kiranya dapat memberikan saran yang sifatnya membangun agar kekurangan yang ada dapat diperbaiki, dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna pada diri pribadi penulis, almamater, bangsa dan agama khususnya untuk meningkatkan kualitas pendidikan di masa yang akan datang, Aamiin

8. Prof Dr. H. Ahmad Zahro, MA., Selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang
9. Bapak Mohammad Imsin, SE., MP selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang
10. Ibu Abid Datul Mokhoyaroh, S.Sos, M.Si, selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang

11. Bapak H.M. Zahrul Jihad, S.H., M.Si Selaku Dosen Pembimbing satuyang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, dan pengarahannya kepada penulis
12. Ibu Ririn susilawati, S.H.I., M.E.I Selaku Dosen Pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahannya kepada penulis
13. Seluruh Dosen pengajar dan staf akademik Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi selama menjalani perkuliahan
14. Rekan-rekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Mahasiswa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang yang telah memberikan semangat dan banyak membantu dalam penulisan skripsi ini
15. Kepada adik tercinta yang membuatku semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan tak lupa saya ucapkan terimakasih juga kepada Rinto Febrian yang selalu memberi dukungan, semangat dan selalu menemani dalam proses penyusunan skripsi ini
16. Kepada Ketua Paguyuban Darul ‘Ulum yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi dengan memberikan informasi yang penulis butuhkan
17. Kepada para pemilik UKM Paguyuban darul ‘Ulum yang telah membantu dalam memberikan informasi untuk penyelesaian skripsi ini

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Wabah Covid-19 yang telah terjadi di seluruh dunia selama setahun lebih ini tidak hanya berimbas pada kesehatan masyarakat, namun juga berdampak besar bagi sektor perekonomian, pendidikan, dan juga pada kehidupan sosial di masyarakat. Dampak dari tersebarnya virus corona (covid-19) ini tidak hanya dirasakan secara domestik, namun juga dirasakan secara global. Berdasarkan data informasi dari Satuan Tugas Penanganan Covid-19 jumlah pasien yang positif terinfeksi covid-19 di Indonesia ini mencapai 4.262.157 orang per 28 Desember 2021 (covid19, 2021).

Guna mencegah penyebaran virus covid-19, beberapa Negara mulai menerapkan *social distancing* bahkan *lockdown*. Begitupun dengan pemerintah Indonesia yang menerapkan *social distancing* dan kemudian ditingkatkan menjadi PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dengan tujuan untuk membatasi aktivitas masyarakat diluar rumah, dengan menganjurkan masyarakat untuk berdiam diri dirumah (*stay at home*) dan diperbolehkan keluar rumah hanya untuk keperluan mendesak dan tetap dengan menerapkan protokol kesehatan.

Kebijakan pemerintah daerah yang mengharuskan masyarakat untuk berdiam diri dirumah (*stay at home*) juga berdampak pada instansi pendidikan karena harus meliburkan sekolah-sekolah untuk beberapa waktu, salah satunya Pondok

Pesantren Darul Ulum' yang berada di Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang, yang memiliki sekitar 18.000 santri dan 34 asrama ini dengan terpaksa harus meliburkan sekolah dan memulangkan santri-santrinya guna mencegah penyebaran covid-19 yang semakin meningkat di kota Jombang (Pedagang Paguyuban, 2022).

Sejak terjadinya wabah virus covid-19 hingga dilakukan pemulangan santri-santri Pondok Pesantren Darul 'Ulum pada bulan April sampai Juni 2020 memberikan dampak buruk bagi para pedagang yang biasa berjualan di kawasan Pesantren. Diantaranya, berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dan menurunnya pendapatan para pedagang. Terdapat sekitar 250 pedagang yang masuk kedalam paguyuban Pramujasa Darul 'Ulum dan beberapa diantaranya hingga tidak bisa berjualan selama pandemi covid-19 terlebih saat diberlakukannya PSBB. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan yang nyata bagi para pedagang yang biasa berjualan di lingkungan pesantren Darul 'Ulum yang semula ramai dengan aktivitas jual beli namun saat terjadinya wabah covid-19 para pedagang mengalami keterbatasan operasional penjualan dan juga berkurangnya konsumen yang berbelanja dibandingkan dengan hari biasanya.

Setelah diberlakukan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) selama beberapa bulan oleh pemerintah, hal ini menuai beberapa opsi kebijakan karena menimbulkan dampak dan juga perubahan yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, maka pemerintah mengharuskan masyarakat untuk membiasakan diri hidup berdampingan dengan covid-19. Pemerintah Indonesia

mulai menerapkan kebijakan *New Normal* sebagai perubahan perilaku pada masyarakat untuk tetap bisa melakukan aktivitas dengan normal kembali.

Situasi pandemic covid-19 ini juga memberikan tantangan tersendiri sekaligus menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk bisa mempertahankan eksistensinya. Dan tujuan ⁵ penelitian ini dilakukan adalah untuk menentukan strategi yang dapat diterapkan para pelaku usaha sehingga memiliki kemampuan untuk menghadapi krisis di masa *new normal* saat ini.

Menurut Menteri Kesehatan, *new normal* sendiri dimaksudkan sebagai perubahan perilaku pada masyarakat untuk tetap bisa menjalankan aktivitas seperti biasa hanya saja dengan perubahan dan kebiasaan baru, Seperti wajib menggunakan masker, menjaga jarak dan sering mencuci tangan.

Kebijakan *new normal* yang ditetapkan pemerintah daerah ini membuat para pelaku usaha merasa sedikit lega, pasalnya para pedagang mulai bisa melakukan aktivitas penjualan kembali seperti biasa, begitupula dengan para pedagang paguyuban di Pesantren Darul 'Ulum. Para pedagang harus mengikuti aturan baru yang ditetapkan oleh yayasan pondok pesantren, salah satunya dengan membatasi waktu berjualan. Pembatasan waktu berjualan bagi para pedagang membuat beberapa diantaranya mengalami penurunan penghasilan, sehingga para pedagang harus mencari strategi untuk tetap mempertahankan usahanya.

Strategi yang dilakukan para pedagang Paguyuban Pramujasa di Darul 'Ulum ini yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada, salah satunya dengan menggunakan system *Delivery Order* (DO). *Delivery order* yang

merupakan suatu system yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha sebagai system pemasaran yang menawarkan jasa kepada para konsumen (Lovelock dan Wright, 2002) dalam jurnal (Mujiburrahmad, Baihaqi, Sariyanto, dan Iskandar, 2020).

Delivery Order (DO) adalah salah satu layanan pesan antar makanan yang sedang populer saat ini, selain mempermudah konsumen dalam membeli makanan, layanan ini juga dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha tersebut, karena banyaknya masyarakat saat ini yang cenderung lebih memilih memesan makanan untuk diantar langsung dari pada harus membeli langsung di tempat penjualan.

Menurut (Fatimah dan Azlina, 2021) mengatakan bahwa teknologi informasi merupakan teknologi yang biasa digunakan oleh organisasi dalam hal memproses, mendapatkan dan menyebar informasi dengan berbagai bentuk, salah satunya yaitu dengan penggunaan media media sosial.

Peran teknologi informasi sangat penting dalam berbagai aspek suatu bisnis yang digunakan sebagai teknologi yang menitikberatkan pada pengaturan system informasi dengan menggunakan komputer (Zulhijahyanti, Safira, Saputri, dan Permana, 2021).

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat saat ini dapat menjadi peluang bagi para pelaku usaha, dengan memanfaatkan internet dalam menjalankan usahanya sebagai media untuk mempromosikan produk penjualannya melalui media sosial dengan menggunakan handphone sebagai alat informasi

dan promosi. Dengan memanfaatkan media sosial pelaku usaha tetap bisa berjualan meski dari rumah, hal ini memudahkan para pelaku UKM di Darul Ulum' dalam meningkatkan pendapatan kembali saat memasuki masa adaptasi baru (*era new normal*), dengan melakukan promosi dan pemasaran melalui sosial media.

Selama pandemic covid-19 sampai di masa *new normal* saat ini yang memberikan dampak buruk sekaligus menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk bisa mempertahankan eksistensi dan meningkatkan penghasilan. Maka peneliti memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian ini dan mengambil judul **“Strategi UKM Paguyuban Dalam Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Pendapatan di Masa Adaptasi Baru (*New Normal*)”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan permasalahan yang diajukan pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi UKM paguyuban Darul ‘Ulum dalam mempertahankan usaha dan meningkatkan pendapatannya di masa adaptasi baru (*new normal*)?”

1.3.Tujuan Penelitian

Dalam menulis suatu penelitian pasti ada tujuan yang ingin dicapai. Untuk menjawab tujuan yang sudah ditetapkan pada rumusan masalah, maka peneliti bertujuan “Untuk mengetahui strategi UKM Paguyuban Darul ‘Ulum dalam mempertahankan usaha dan meningkatkan pendapatannya di era new normal”.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis :

Hasil penelitian ini diharapkan agar menjadi referensi ilmu bagi para pelaku usaha. Dan manajemen strategi yang digunakan ini berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha.

2. Secara Praktis :

a. Bagi UKM Paguyuban di Pondok Pesantren Darul ‘Ulum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai strategi untuk mempertahankan usaha dengan pemanfaatan teknologi informasi melalui media sosial yang ada, dan untuk meningkatkan kembali pendapatan bagi para pemilik UKM.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan pengembangan tentang paguyuban dan juga strategi bertahan pada materi kewirausahaan.

c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan kemampuan dan pendalaman ilmu materi pada mata kuliah manajemen strategi dan strategi pemasaran.

d. Bagi Universitas

Secara akademis penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan dan referensi bagi mahasiswa

Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum (Unipdu) Jombang, terutama pada bidang manajemen strategi dan strategi pemasaran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penulisan pada penelitian ini, penulis akan mencoba untuk membandingkan dan mencari kesamaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya guna mendapatkan keterkaitan pada karya ilmiah yang akan diteliti. Dalam penulisan ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan strategi bertahan pedagang paguyuban Darul ‘Ulum yang nantinya akan digunakan sebagai referensi pada penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel dibawah, yaitu :

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

No	Penelitian/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
01	Wan Laura Hardilawati/20 20	Strategi Bertahan UMKM di tengah Pandemi Covid-19	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Persamaan dengan penelitian ini yaitu Sama-sama menggunakan manajemen strategi sebagai landasan teori dan meneliti tentang strategi untuk tetap bisa mempertahankan usaha. Jenis penelitian sama. Perbedaan nya pada subjek dan lokasi penelitian.
02	Tuwis Hariyani/2021	Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif	Persamaan yang sama dengan peneliti ini adalah sama-sama meneliti tentang pedagang yang mempertahankan suatu usaha. Perbedaan nya ada pada subjek dan objek penelitian.
03	Vinsensia P. Anggareni/202 0	Strategi Pemulihan UMKM Pada Masa New Normal dan Industri 4.0	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama mencari cara untuk memulihkan kembali usahanya. Perbedaannya yaitu pada focus penelitian dan lokasi penelitian.
04	Endah Marendah Ratnaningtyas/	Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil menengah)	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif	Persamaan dari penelitian terdahulu ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pelaku usaha dalam beradaptasi di <i>era new normal</i> . Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian

	2020	Menghadapi The New Normal		terdahulu meneliti tentang UMKM sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang pedagang yang masuk dalam paguyuban
05	Raida Angelina ¹ , H. Iman Setya Budi ² , Abdul Wahab ³ /2021	Manajemen Strategi Syariah Pedagang Makanan Dan Minuman Di Era New Normal	Artikel Konseptual. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Sama-sama meneliti tentang strategi pedagang dalam meningkatkan kualitas penjualan nya di era new normal. Sedangkan perbedaan nya, dalam penelitian terdahulu meneliti tentang pedagang yang menggunakan strategi syariah, penelitian sekarang meneliti tentang strategi bertahan pedagang.
06	Eziwita, Tri Sukma/2021	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal	Jenis Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	Persamaan penelitian sekrang dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang para pelaku usaha yang harus beradaptasi dalam proses penjualan. Sedangkan perbedaan nya adalah penelitian terdahulu fokus pada analisis SWOT
07	Wiji Nurastuti/2021	Whatsapp Business Sebagai Alat Bantu Pedagang Pasar Tradisional Pada Era New Normal Di Kota Yogyakarta	Kualitatif. Penelitian Ini Menggunakan Data Primer	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti tentang pedagang yang tetap mempertahankan usahanya di <i>era new normal</i> dengan memanfaatkan media sosial Whatsapp Business. Perbedaan nya pada objek dan lokasi penelitian

Dalam jurnal Wan Laura Hardilawati (2020), dalam penelitian nya yang berjudul “Strategi Bertahan UMKM di tengah Pandemi Covid-19”. Hasil dari penelitian ini menyarankan bagi pelaku UMKM untuk melakukan penjualan dengan menggunakan *e-commerce*, dengan memasarkan produk jualan secara digital.

Dalam jurnal Tuwis Hariyani (2021), dalam penelitian nya yang berjudul ⁸”Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa mempertahankan usaha ⁸di tengah pandemi covid-19 dengan memperluas pasar dengan cara *go – online*, menambah tenaga kerja, membuat produk baru, dan melakukan kerja sama dengan pelaku usaha lain.

Dalam jurnal Vinsensia P. Anggareni (2020), dalam penelitian nya yang berjudul “Strategi Pemulihan UMKM Pada Masa New Normal dan Industri 4.0”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat 5 strategi yang dapat diterapkan UMKM dalam menegakkan kembali pada masa new normal dan industry 4.0. yaitu dengan pemanfaatan teknologi digital, mendaftarkan usaha ke platform marketplace, membangun personal branding, menyesuaikan gaya hidup, evaluasi, dan mendaftarkan UMKM pada dinas koperasi.

Dalam jurnal Endah Marendah Ratnaningtyas (2020), dalam penelitian nya yang berjudul “Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil menengah)

Menghadapi The New Normal”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Para pelaku bisnis dituntut untuk bisa segera menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi. Dimana perilaku konsumen yang kini sudah beralih dari offline ke online dengan signifikan karena dampak pandemi covid-19.

Dalam jurnal Raida Angelina¹, H. Iman Setya Budi², Abdul Wahab³ (2021), dalam penelitiannya yang berjudul “Manajemen Strategi Syariah Pedagang Makanan Dan Minuman Di Era New Normal”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha setiap pelaku usaha harus menggunakan manajemen strategi. Strategi yang digunakan harus dengan tahapan-tahapan yaitu dengan perencanaan, pengawasan, dan evaluasi.

Dalam jurnal Eziwita, Tri Sukma (2021), dalam penelitiannya yang berjudul ” Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal”. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang strategi beradaptasi yang di lakukan di *era new normal* dengan diversifikasi produk maupun jasa, dengan selalu menerapkan protokol kesehatan, sering membersihkan area service untuk tetap memenangkan kepercayaan konsumen, menerapkan penjualan online, dan pengemasan produk lebih higienis.

Dalam jurnal penelitian Wiji Nurastuti (2021), dalam penelitiannya yang berjudul ” Whatsapp Business Sebagai Alat Bantu Pedagang Pasar Tradisional Pada Era New Normal Di Kota Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menjelaskan

tentang Memasuki *era new normal* sekarang ini pedagang pasar tradisional mulai menggunakan media sosial sebagai alat bantu berdagang. Salah satunya Aplikasi Whatsapp Business yang digunakan sebagai alat bantu komunikasi antara pedagang dengan konsumen supaya tidak menurunnya daya beli masyarakat.

2.2 Landasan Teori

Setiap penelitian bersifat ilmiah, oleh karena itu setiap penelitian harus memiliki bekal teori yang akan digunakan. Dalam penelitian kualitatif, permasalahan yang diangkat merupakan permasalahan yang bersifat sementara, maka teori-teori yang digunakan dalam penyusunan penelitian juga masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan. Berikut yang merupakan teori-teori yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun sebuah penelitian.

2.2.1. Manajemen Strategi

Menurut (David dan forest, 2017: 3) Manajemen Strategi didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Manajemen strategi berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta system informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi.

Menurut (Umar (1999) dalam Taufiqurokhman (2016: 15)

Manajemen Strategi adalah suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (*Formulating*), Penerapan (*Implementing*), dan evaluasi (*Evaluating*)

keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan nya dimasa mendatang.

Sedangkan menurut J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen (2010, p16) adalah "*strategic Manajement is that a set of manajerial decisions and action that determines the long-run performance of a corporation*", jika diterjemahkan secara bebas maka manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut David dan Forest (2017: 4), Manajemen Strategi terdiri atas tiga tahapan, yaitu berikut :

1. Tahap Formulasi (*Strategy formulation*) : meliputi pengembangan visi, misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, pembuatan misi, pengidentifikasian peluang dan tantangan eskternal organisasi, penentuan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternative, dan memilih strategi khusus untuk dicapai.
2. Implementasi Strategi (*strategy implementation*) : memerlukan perumusan tujuan tahunan, kebijakan yang memotivasi karyawan, dan pengalokasian sumber daya oleh perusahaan, sehingga strategi yang di formulasikan dapat dilakukan.
3. Evaluasi Strategi (*strategy evaluation*) : ini merupakan tahapan final dalam manajemen strategic, yang mengetahui ketika strategi tertentu tidak bekerja dengan baik.

Dalam tahapan-tahapan manajemen strategik diatas yang berupa formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi merupakan aktivitas yang terjadi dalam suatu organisasi yang besar, yang terdapat pada perusahaan, unit devisi atau strategis, dan fungsional

Manajemen Strategik ini juga merupakan suatu system yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen yang saling berkaitan dan mempengaruhi antar satu dengan yang lainnya dan bergerak kearah yang sama untuk tujuan yang sama.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Manajemen Strategi merupakan rencana yang disusun untuk waktu yang panjang, dengan rangkaian- rangkaian keputusan serta evaluasi bersama demi mencapai tujuan bersama.

2.2.2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki peran penting di dalamnya yang terdapat segmenting, targeting, dan positioning yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya dalam bidang pemasaran. Berikut definisi strategi pemasaran menurut para ahli:

- a. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan (Kotler, 2001: 76).
- b. Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan

dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2013).

Berdasarkan definisi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan alat dari seluruh rangkaian kegiatan yang ada dalam bauran pemasaran, strategi pemasaran memberikan arah bagi perusahaan untuk mengendalikan semua aspek agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

a. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

¹ Dalam pemasaran terdapat strategi pemasaran yang biasa disebut dengan bauran pemasaran (marketing mix) memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. Bauran pemasaran terdiri dari semua unsur yang ada dalam perusahaan yang terkontrol agar dapat memuaskan para konsumen. Berikut ini adalah beberapa definisi tentang bauran pemasaran (marketing mix) menurut para ahli:

- ¹ a. Bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler dan Amstrong, 1997).

- b. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler, 2009).

1

Berdasarkan definisi pengertian marketing mix menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan alat yang memiliki peranan penting dalam bidang pemasaran, yang baik digunakan perusahaan dimana perusahaan mampu mengendalikan dan menerapkan semua aspek yang ada dalam bauran pemasaran agar dapat mempengaruhi respon dan target pasar sasaran.

1

b. Strategi Bauran Pemasaran

Dalam strategi bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan marketing mix 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat atau saluran distribusi), promotion (promosi), sedangkan dalam pemasaran di bidang jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan yaitu people (orang), process (proses), dan physical evidence (fasilitas fisik).

Berdasarkan definisi diatas dapat diartikan bahwa bauran pemasaran terdiri dari aspek-aspek yang terkendali, bertujuan untuk mendapatkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Berikut ini aspek-aspek yang ada dalam strategi bauran pemasaran:

1) Produk (Product)

Menurut Kotler (2002: 52) bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan, produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.

Hurriyati (2005: 50) mengatakan sedangkan produk¹ jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Produk merupakan aspek penting dalam bidang pemasaran, Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2) Harga (Price)

¹ Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 215) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Dengan kata lain, harga yang ditetapkan merupakan kesesuaian nilai tukar dengan produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat dijangkau oleh konsumen agar dapat merasakan manfaat dari produk atau jasa tersebut.

Menurut Kotler (2002 : 519) harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan perjanjian distribusi. Keputusan penetapan harga sangat signifikan dalam menentukan nilai bagi pelanggan dan memainkan peran penting dalam pembentukan citra bagi jasa tersebut.

¹ Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkan. Harga merupakan salah satu dari aspek bauran pemasaran yang dapat memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Terdapat faktor yang dapat menentukan dalam penetapan harga yaitu tujuan dari pemasaran suatu perusahaan. Tujuan bisa ditentukan oleh perusahaan apa yang ingin dicapai dalam penetapan harga yang dapat berupa memaksimalkan laba (keuntungan), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pasar sasaran, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial.

¹
c. Promosi (Promotion)

Promosi adalah kegiatan mengomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam Saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

¹ Menurut Gitosudarmo (2007: 237) Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

d. Tempat (Place)

¹ Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi tempat atau lokasi yaitu:

- a. Konsumen mendatangi perusahaan apabila keadanya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat atau lokasi dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, atau bisa disebut mempunyai lokasi yang strategis.
- b. Perusahaan mendatangi konsumen merupakan lokasi yang tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

Perusahaan (pemberi jasa) dan konsumen tidak bertemu secara langsung service provider dan konsumen berinteraksi melalui sarana

tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dapat terlaksana. Distribusi atau penetapan tempat berkaitan dengan kemudahan memperoleh produk di pasar serta tersedia saat konsumen mencarinya.

c. Pendapatan

Pendapatan sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti hasil kerja (2018:2009) hal tersebut merujuk pada penerimaan yang diperoleh oleh seseorang setelah melakukan pekerjaan. Sedangkan ⁴ menurut kamus manajemen merupakan uang yang dihasilkan atau diterima oleh seseorang, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, upah dan laba

Pendapatan seseorang dapat dikatakan sebagai banyaknya pemasukan atau pendapatan yang diperoleh dalam bentuk mata uang yang dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam jangka waktu tertentu.

Menurut pendapat Reksoprayitno (2004:79) mengatakan bahwa pendapatan (*revenue*) dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu sebagai timbale balik atau balas jasa yang dilakukan.

Menurut Reksoprayitno (2004;82) terdapat ⁴ tiga bentuk jenis-jenis pendapatan, diantaranya :

1) Pendapatan Personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu dalam suatu perekonomian, sebagai balas jasa atau timbale balik untuk keikutsertaan seseorang ⁴ dalam proses pembuatan atau produksi

2) Pendapatan uang

Pendapatan uang merupakan jumlah uang yang didapatkan seseorang dalam suatu periode tertentu sebagai bentuk balas jasa terhadap factor produksi yang diberikan. Seperti hal nya sewa kos, sewa dekorasi, sewa gedung dan sebagainya.

3) Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi merupakan pendapatan yang diperoleh seseorang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Seperti hal nya ⁴ upah, gaji, pendapatan transfer, pendapatan bunga deposito dan lain sebagainya.

Sedangkan untuk memperoleh pendapatan terdapat dua macam yang dapat dilakukan yaitu :

1. Pendapatan kotor

Pendapatan kotor merupakan pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya

2. Pendapatan bersih

Pendapatan bersih merupakan pendapatan yang di peroleh setelah dikurangi dengan pengeluaran biaya-biaya.

Tingkat pendapatan seseorang dapat digolongkan menjadi empat golongan, berdasarkan penggolongannya menurut Badan Pusat Statistik (dalam Hamdani 2020: 33) diantaranya :

1. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata Rp.1.500.000,- perbulan
2. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp.1.500.000,- s/d Rp.2.500.000,- per bulan
3. Golongan pendapatan tinggi adalah apabila pendapatan rata-rata berkisar antara 2.500.000,- s/d Rp.3.500.000,- per bulan
4. Golongan pendapatan sangat tinggi adalah apabila pendapatan rata-rata berkisar lebih dari Rp.3.500.000,- per bulan

2.2.3. Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah konsep dasar yang menghubungkan berbagai bidang disiplin ilmu yang berbeda antar lain ekonomi, sosiologi, dan sejarah. Kewirausahaan yang merupakan pokok-pokok kerangka konseptual utama dari berbagai disiplin ilmu (Casson, 2011:3)

7

Menurut fahmi (2013:1) kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut.

10

Sedangkan menurut Daryanto dan Cahyono (2013:5), kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal jasa dan resiko serta menerima balas jasa, kepuasan dan kebebasan pribadi.

10

Berdasarkan pendapat dari para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah seseorang yang mempunyai kemampuan kreatif dan inovatif untuk menciptakan sesuatu yang mempunyai nilai jual yang diikuti dengan semangat dan optimisme dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang akan dihadapi.

a. UKM (Usaha Kecil Menengah)

Usaha kecil menengah atau yang biasa disingkat UKM merupakan usaha yang memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Di masyarakat, UKM lebih dikenal dengan sebutan usaha informal. Disebut berperan penting karena jumlah UKM yang begitu banyak dan lebih tahan terhadap situasi negara.

Mengutip dari Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. UKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

Adapun pengertian UKM menurut Suhardjono dalam Rafika (2010) menjelaskan usaha kecil yang merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang kriteria perusahaan di Indonesia.

Menurut Tohar (1999: 2) definisi usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan total asset.
Pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha.
2. Berdasarkan total penjualan.
Pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih pertahun paling banyak Rp 1.000.000.000,-
3. Berdasarkan status kepemilikan.
Pengusaha kecil adalah usaha berbentuk perseorangan yang bisa berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang didalamnya termasuk koperasi.

Berikut beberapa pengertian tentang UKM menurut para ahli dan undang-undang yang ada :

3

1. Menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag). Industri kecil adalah industry perdagangan yang mempunyai tenaga kerja antar 5-9 orang.
2. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Industri kecil adalah sebuah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 20 orang, termasuk yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang tidak dibayar.
3. Menurut Departemen Keuangan. Usaha kecil adalah usaha produksi milik keluarga atau perorangan warga Negara Indonesia yang memiliki asset penjualan paling banyak Rp 1 Milyar per tahun.
4. Menurut Menteri Negara Koperasi dan UKM. Usaha kecil adalah milik warga negara Indonesia baik perorangan maupun berbadan hokum yang memiliki kekayaan bersih sebanyak-banyaknya Rp. 200.000.000,- dan memiliki omzet atau nilai output penjualan paling banyak Rp 1.000.000.000 dan usaha tersebut berdiri sendiri.

a. Peran UKM

UKM (Usaha Kecil Menengah) memiliki peran sangat besar terhadap perekonomian Nasional, diantaranya adalah: sebagai penyedia barang dan jasa, penyerap tenaga kerja, pemerataan

pendapatan, nilai tambah bagi produk suatu daerah dan peningkatan taraf hidup.

Menurut Hardini, Sukei dan Kanty (2019: 48) ³ dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar penduduknya berpenghasilan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern.

b. Perbedaan UKM dengan UMKM

Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) keduanya tentu memiliki perbedaan dalam beberapa kriteria jenis usaha. Mengacu dari beberapa sumber peraturan terdapat beberapa aspek perbedaan antara UKM dan UMKM.

Berikut merupakan perbedaan UKM dengan UMKM menurut Stanle dan Morsey dalam Suryana (2001 :84).

Tabel 2.2 Perbedaan UKM dengan UMKM

1	UKM	a. UKM merupakan usaha yang berskal kecil yang memiliki jumlah tenaga kerja yaitu sekitar 5-19 orang b. Modal yang digunakan untuk mendirikan usaha sebesar 50 juta rupiah
---	-----	--

2	UMKM	a. Memiliki jumlah tenaga kerja mulai Dario 20 sampai 100 orang b. Modal yang digunakan untuk mendirikan UMKM sebesar Rp50 juta sebagai modal awal mendirikan UMKM sebesar Rp. 300 juta dan bisa jadi mendapatkan bantuan dari pemerintah untuk mendapatkan modal tersebut
---	------	--

2.2.4. Paguyuban

Paguyuban yang merupakan asosiasi sosial yang dimana para individunya ⁶ cenderung ke arah komunitas sosial dari pada keinginan dan kebutuhan dari individu mereka sendiri. ⁶ Paguyuban biasanya lahir dari dalam individu yang ditandai dengan rasa solidaritas dan identitas yang sama dan keinginan untuk berhubungan yang didasarkan atas kesamaan dalam keinginan dan tindakan.

Paguyuban memiliki arti yaitu orang-orang yang memiliki perkumpulan dan memiliki sifat kekeluargaan yang didirikan oleh orang-orang yang memiliki tujuan yang sama (Lihawa, 2017)

Menurut Soekanto (1990:144), ¹¹ Paguyuban adalah bentuk kehidupan bersama di mana anggota-anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta bersifat kekal. Dasar

hubungan tersebut adalah rasa cinta dan rasa kesatuan batin yang memang telah di kodratkan. Kehidupan tersebut biasa dinamakan dengan sifat yang nyata dan organis, sebagaimana dapat diumpamakan dengan organ tubuh manusia atau hewan. Bentuk paguyuban biasanya dapat ditemui di dalam suatu keluarga, kelompok kerabat, rukun tetangga dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Tonnies (1887), pengertian paguyuban yaitu salah satu bentuk kelompok sosial yang senantiasa menjalani kehidupan bersama sehingga membentuk keterkaitan hubungan sosial antar anggotanya secara alami.

a. Ciri-Ciri Paguyuban :

Menurut Tonnies dalam Soekanto (1990:145) Masyarakat yang telah menjadi anggota dalam paguyuban pada umumnya memiliki beberapa ciri pokok, yaitu :

1. *Intimate*, membentuk hubungan dalam paguyuban yang dilakukan secara keseluruhan tanpa adanya pandang bulu dengan anggota lain dan memiliki hubungan yang sangat erat.
2. *Private*, hubungan yang memiliki sifat pribadi dan tidak semua orang perlu mengetahui, hanya beberapa orang saja yang dianggap dekat dan merasa mampu menjaga hubungan tersebut.
3. *Exclusive*, hubungan yang terjalin dengan begitu dekat tanpa perlu diketahui oleh orang lain, kecuali di antara dua orang yang telah menjalin hubungan tersebut.

b. Tipe-Tipe Paguyuban :

Menurut Tonnies dalam Soekanto (1990:146), di dalam setiap masyarakat selalu dapat dijumpai salah satu diantara tiga tipe paguyuban, diantaranya :

1. Paguyuban karena ikatan darah (*Gemeinschaft by blood*), yaitu *Gemeinschaft* atau paguyuban yang merupakan ikatan yang didasarkan pada ikatan darah atau keturunan.
2. Paguyuban karena tempat (*Gemeinschaft of place*), yaitu suatu paguyuban yang terdiri dari orang-orang yang berdekatan tempat tinggal, sehingga dapat saling tolong menolong.
3. Paguyuban karena jiwa fikiran (*Gemeinschaft of mind*), yaitu merupakan suatu *Gemeinschaft* yang terdiri dari orang-orang yang tidak memiliki hubungan darah atau tempat tinggal yang tidak berdekatan, tetapi mereka mempunyai jiwa dan fikiran yang sama, ideology yang sama.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan paguyuban ini memiliki beberapa tipe yang telah diklasifikasikan, dengan masing-masing tipe tersebut tentu memiliki bentuk masing-masing yang tidak bisa disamaratakan. Bahkan didalam lingkungan sosial masyarakat pun tipe paguyuban juga bergantung dari bentuk masyarakat itu sendiri. Begitupula dengan pedagang yang membentuk paguyuban sebagai wadah silaturahmi bagi para pedagang yang berada di tempat yang sama untuk tujuan yang sama pula dengan membantu satu sama lain.

2.2.5. Adaptasi Baru (*New Normal*)

Penerapan New Normal di Indonesia yang diatur dalam keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang panduan pencegahan dan pengendalian covid-19 di tempat kerja, perkantoran, dan industry dalam usaha yang mendukung keberlangsungan pada situasi pandemi yang melanda dunia, termasuk Indonesia.

New Normal adalah perubahan perilaku atau kebiasaan baru dengan tetap menjalankan aktivitas seperti biasa namun dengan selalu menerapkan protocol kesehatan di tengah pandemi covid-19 (Ramidah:2021).

Himbauan dari pemerintah yang menganjurkan masyarakat untuk memulai aktivitas seperti biasa dengan mematuhi protokol kesehatan demi mencegah penyebaran virus covid-19. Secara sederhana, new normal ini hanya melanjutkan kebiasaan-kebiasaan yang selama ini dilakukan saat diberlakukannya karantina atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Dengan diberlakukannya new normal, kita mulai melakukan aktivitas seperti biasa dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah diatur oleh pemerintah, yaitu memakai masker, sering mencuci tangan, dan tetap menjaga jarak (*Sosial Distancing*). Tujuan diberlakukannya *new normal* ini adalah agar masyarakat bisa tetap produktif dan aman dari penularan covid-19 ditengah masa pandemi.

2.1 Kerangka Pemikiran

Pada awal pandemi para pelaku UKM Paguyuban Darul ‘Ulum dihadapkan pada masalah penurunan penghasilan, sehingga para pelaku usaha harus beradaptasi dengan keadaan baru dan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat bantu untuk mempertahankan usaha yang digunakan sampai saat ini.

STUDY EMPIRIS

1. Wan Laura Hardilawati, 2020, Jurnal Akuntansi dan Ekonomi “Strategi Bertahan UKM di Tengah pandemic Covid-19.
2. Tuwis Hariyani, 2021, Jurnal Ekonomi Bisnis “Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Ditengah Pandemi Covid-19”.
3. Vinsensia P. Anggareni, 2021, “Strategi Pemulihan UMKM Pada Masa New Normal dan Industri 4.0”.
4. Endah Marendah Ratnaningtyas, 2020, “Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Menghadapi The New Normal”.
5. Raida Angelin^{a1}, H. Iman Setya Budⁱ², Abdul Waha^{b3}. 2021, “Manajemen Strategi Syariah Pedagang Makanan dan Minuman di Era New Normal”.
6. Eziwita, Tri Sukma, 2021, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas ”Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal”.
7. Wiji Nurastuti, 2021, “Whatsapp Business Sebagai Alat Bantu Pedagang Pasar Tradisional Pada Era New Normal Di Kota Yogyakarta”.

STUDY TEORITIS

1. Sosiologi Suatu Pengantar (Soerjono Soekamto, 1990)
2. Kewirausahaan (Bambang Murdaka Eka Jati dan Tri Kuntoro Priyambodo 2015)
3. Manajemen Strategik (Fred R. David dan Forest R. David, 2017)
4. Manajemen Strategik (Dr. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si., 2016)

Metode Deskriptif
Kualitatif

Strategi bertahan UKM
Paguyuban Darul ‘Ulum di
masa adaptasi kebiasaan baru
(*new normal*)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Setiap penelitian diperlukan suatu aturan atau kaidah agar hasil dari penelitian yang diperoleh bisa dinyatakan valid. Pada dasarnya metode penelitian ini merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data-data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan metode penelitian tersebut yang menggunakan cara ilmiah dengan didasarkan pada keilmuan secara rasional, empiris dan sistematis.

Menurut Sigiyono (2018 : 4) jenis-jenis penelitian diklasifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kealamian (*natural setting*) objek yang diteliti. Berdasarkan tujuannya, metode penelitian dapat digolongkan menjadi beberapa jenis penelitian, diantaranya : penelitian dasar (*basic research*), penelitian terapan (*applied research*), dan penelitian pengembangan (*research and development*). Metode penelitian dikelompokkan menjadi tiga metode penelitian, yaitu eksperimen, survey, dan naturalistik.

Metode kualitatif menurut Sugiyono (2018: 9) merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu kondisi pada objek yang alamiah, yang dimana peneliti ini adalah sebagai instrument kunci, teknik yang digunakan sebagai pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi.

Pendekatan deskriptif menurut Sugiyono (2017:147) adalah penelitian yang menggunakan cara dengan mendeskripsikan maupun menggambarkan data

yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum ataupun generalisasi dan bertujuan untuk menganalisis data.

Dari kesimpulan diatas maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang mana penelitian ini biasa digunakan oleh beberapa peneliti sebagai bahan penelitian. Penelitian kualitatif juga biasa disebut dengan penelitian naturalistik karena penelitian nya dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*).

Pada penelitian kualitatif, peneliti melakukan penelitian data yang digunakan sebagai pengamatan terhadap situasi pada lokasi penelitian yang dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi serta wawancara lapangan.

Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti ingin mengetahui informasi lebih detail dari suatu fenomena strategi bertahan pedagang paguyuban Darul 'Ulum di masa *new normal*. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana strategi, rencana dan tindakan yang dilakukan para pedagang paguyuban dengan penelitian kualitatif yang didapat dari hasil wawancara dan dokumentasi gambar.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian :

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti menentukan objek yang akan diteliti untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan tujuan dan permasalahan penelitian yang juga merupakan jenis sumber data

yang yang bisa dimanfaatkan oleh peneliti. Penentuan lokasi ini berkaitan dengan penentuan kelompok, bagian dan tempat dimana beberapa orang terlibat dalam proses penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Desa Rejoso sebuah Paguyuban di Pesantren Darul Ulum, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur.

2. Waktu Penelitian :

Adapun waktu untuk melaksanakan penelitian ini dilakukan selama 1 bulan lebih, mulai dari Desember 2021 sampai dengan bulan Januari 2022.

3.3. Fokus Penelitian

Menurut Sugiyono (2018: 207) Dalam menentukan fokus penelitian biasanya didasarkan pada tingkat kebaruan suatu informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial di lapangan. Kebaruan informasi tersebut bisa berupa upaya untuk memahami secara lebih luas dan mendalam tentang situasi sosial, namun terdapat keinginan untuk menghasilkan ilmu-ilmu baru dari situasi sosial yang diteliti

Dalam mempertajam penelitian maka penelitian kualitatif menetapkan pada fokusnya. Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah pada strategi bertahan UKM Paguyuban Darul 'Ulum dalam di masa adaptasi kebiasaan baru (*new normal*).

3.4. Pemilihan Informan

Peneliti yang merupakan instrument atau alat pada penelitian kualitatif, maka peneliti sebagai human instrument, yang berfungsi menetapkan pada fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan sumber data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data serta membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiyono, 2018: 222).

Dalam penelitian kualitatif hal ini merupakan yang paling utama yang menjadi pertimbangan dalam pengumpulan data yaitu pemilihan informan. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara terhadap para pemilik UKM yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul 'Ulum, Kecamatan peterongan, Kabupaten Jombang. Dalam penelitian ini menggunakan metode tersebut guna mendapatkan informasi yang jelas dan mendapatkan narasumber yang tepat saat berada dilapangan.

Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan *sample* didasarkan atas tujuan tertentu (orang yang dipilih dan memiliki kriteria sebagai smaple) (Sugiyono, 2011 :85)

Sebagai informan pada penelitian ini penulis menunjuk beberapa pemilik UKM sebagai informan penelelitan. Diantaranya yaitu :

1. Nama : Mahfud
- Usia : 46 tahun
- Tugas : Ketua paguyuban Darul 'Ulum sekaligus pemilik UKM Mbak Wiwik Collection
- Lama Bertugas : 6 tahun

- Lama Usaha : 11 Tahun
- Topik : Sejarah terbentuknya Paguyuban di Pondok Pesantren Darul ‘Ulum dan strategi bertahan UKM Paguyuban di Pondok Pesantren Darul
2. Nama : Roni
- Usia : 59 tahun
- Tugas : Bendahara Paguyuban sekaligus pemilik UKM Cak Roni
- Lama : 6 tahun
- Topik : Strategi bertahan UKM Paguyuban di Pondok Pesantren Darul ‘Ulum
- Lama Usaha : 20 tahun

3.5. Teknik Pengumpulan data

Dalam suatu penelitian teknik pengumpulan data merupakan langkah yang sangat dibutuhkan, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang ditetapkan. Maka dibutuhkan beberapa teknik dalam pengumpulan data yang digunakan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*. Jika dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan

metode eksperimen, dirumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, dijalan, dan lainnya (Sugiyono : 137).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan penggabungan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Berikut macam-macam yang merupakan teknik pengumpulan data, yaitu :

13

1. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2018 : 226) observasi merupakan dasar suatu ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data tersebut dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang cukup canggih, sehingga benda-benda yang kecil (*proton dan Electron*) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

Dalam penelitian ini teknik observasi memang sangat diperlukan untuk mengumpulkan dan mendeskripsikan hasil penelitian nantinya. Karena dengan teknik ini peneliti akan mengerti secara langsung tentang strategi bertahan UKM Paguyuban Darul Ulum dimasa adaptasi baru (*new normal*). Maka dalam teknik observasi ini peneliti mengunjungi langsung lokasi yang akan diteliti yakni Kota Santri Pondok Pesantren Darul 'Ulum, Kecamatan Peterongan, Kabupaten Jombang untuk mendapatkan informasi dari pengumpulan data.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah percakapan dengan suatu tujuan, dimana tujuan wawancara tersebut untuk memperoleh informasi yang

tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuisioner. Dalam teknik pengumpulan data yang paling ditekankan adalah wawancara, karena dengan wawancara proses informasi dapat terencana, sistematis dan sesuai dengan pembahasan penelitian.

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2018:233) terdapat beberapa macam wawancara yaitu, wawancara terstruktur (*structured interview*), wawancara semi-struktur (*semistruktur interview*) dan wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*).

Penelitian ini akan menggunakan metode wawancara semi-struktur, dimana wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, yang dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara peneliti mendengarkan dengan teliti dan mencatat data informasi yang didapat dari informan (Sugiyono, 2018 : 233)

3. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan berupa catatan harian, foto, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kejijakan. Dokumen yang berbentuk karya, bisa berupa karya seni yang berbentuk gambar, patung, film, dan lainnya. Studi dokumen digunakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

4. Triangulasi

Menurut Moleong (2016:330) Triangulasi merupakan suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, penyidik dan teori.

Teknik triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk mendapatkan sumber data yang sama secara serentak.

Tujuan triangulasi ini bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan disekitarnya. Dalam memahami dunia sekitar, bisa saja apa yang dikemukakan informan salah, karena tidak sesuai dengan teori dan hukum.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, kemudian data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama dan mana yang berbeda. Data yang telah dianalisis oleh peneliti kemudian akan dimintakan kesepakatan oleh beberapa sumber sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini akan

menggunakan pemilik UKM sebagai trianggulator dan pemilik UKM sebagai informan.

7

3.6. Teknik Analisis Data

Sugiyono (2017: 335) mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis, dan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit melakukan sentesa, menyusun kedalam pola serta memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah yang dikemukakan oleh Sugiyono yakni analisis domain dan taksonomi (2017 :256).

Analisis domain menurut Sredley dalam Sugiyono (2018:256) adalah pada umumnya analisis domain dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau objek penelitian. Data diperoleh dari *grand tour* dan *mini tour question*. Hasilnya berupa gambaran umum tentang objek yang diteliti, yang sebelumnya belum pernah diketahui. Dalam analisis ini hasil yang diperoleh belum mendalam, masih dipermukaan, tetapi sudah menemukan domain-domain atau kategori dari situasi sosial yang diteliti.

Analisis domain pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambar yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti dari objek penelitian. Data yang diperoleh dari *Gran Teor* dan *Mini Tour Question*. Yang berupa gambaran umum tentang obyek yang diteliti, yang sebelumnya belum pernah diketahui. Analisis yang dianalisa penulis dari informasi yang diperoleh belum mendalam, masih dipermukaan namun sudah menemukan domain-domain dari yang diteliti.

Table 3.6 Model Analisis Domain

Domain	Hubungan Simantris	Pernyataan Struktural
Gambaran umum Paguyuban Pramujasa Darul Ulum	Gambaran umum Paguyuban Darul Ulum yaitu mengenai tujuan terbentuknya paguyuban	Bagaimana gambaran umum Paguyuban Darul Ulum
Strategi pedagang Paguyuban Pramujasa di Pesantren Darul ‘Ulum	Strategi merupakan suatu hal yang penting dalam memformulasi, mengimplementasi dan mengevaluasi sebuah keputusan. Dalam hal ini yang diteliti adalah strategi pedagang anggota paguyuban di Pesantren Darul Ulum.	Bagaimana strategi pedagang di masa adaptasi baru (<i>new normal</i>).

Setelah peneliti melakukan analisis domain, selanjutnya domain yang dipilih peneliti ditetapkan sebagai fokus penelitian, dan perlu diperdalam lagi melalui pengumpulan data di lapangan, oleh karena itu pada tahap selanjutnya

diperlukan analisis lagi yang disebut dengan analisis taksonomi (Sugiyono, 2018:261).

Menurut Sugiyono (2018: 261) analisis taksonomi yaitu analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan. Dengan demikian domain yang telah ditetapkan tersebut menjadi *Cover Term* oleh peneliti dapat diuraikan.

Table 3.6 Model Analisis Taksonomi

Bidang	Bentuk	Deskripsi	Hasil
1	2	3	4
Strategi pedagang paguyuban Darul Ulum di masa adaptasi baru (<i>new normal</i>)	1. Menjadi solusi permasalahan pedagang 2. Adaptasi dengan keadaan yang terjadi 3. Fokus untuk tetap memperthankan usaha	Paguyuban pramujasa merupakan komunitas pedagang yang dibentuk untuk mempererat antar pedagang	Strategi bertahan UKM Paguyuban Pramujasa di masa adaptasi baru (<i>new normal</i>)