

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Sejarah singkat berdirinya Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus**

Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus adalah usaha yang menjual berbagai macam alat perlengkapan kantor maupun perlengkapan sekolah secara ecer dan grosir. Usaha ini didirikan pada awal bulan Februari tahun 2021 yang berada di Desa Dersalam RT 02 RW 03 Kecamatan Bae Kabupaten Kudus, Jawa Tengah Kode Pos 59321. Mitra Kampus ini didirikan oleh Bapak Sutiyono dan istrinya yang bernama Ibu Atik Risyanti.

Awal mula usaha ini didirikan dilatarbelakangi oleh usulan dari beberapa rekan Bapak Sutiyono. Dulu sebelum mempunyai usaha Toko Mitra Kampus Bapak Sutiyono adalah karyawan sales kertas, kemudian Bapak Sutiyono mendirikan sebuah usaha yang menjual dan sewa menyewa mesin fotocopy bersama rekannya yang bernama Eko. Seiring berjalannya waktu teman-teman dari Bapak Sutiyono sering memberi saran agar membuka sebuah usaha yang menjual alat tulis kantor secara ecer dan grosir. Kemudian Bapak Sutiyono mendiskusikan tentang rencana membuka usaha ATK dengan istrinya. Karena modal juga sudah terkumpul akhirnya pada tahun 2020 menyiapkan tempat dan mendatangkan berbagai macam alat tulis kantor dengan jumlah yang cukup banyak dan setelah semuanya sudah disiapkan barulah awal tahun 2021 toko ini dibuka dan diberi nama Toko Mitra Kampus.

Dinamakan Mitra Kampus karena lokasi ini berada di tengah-tengah antara kampus Universitas Muria Kudus dan Kampus IAIN Kudus. Bapak Sutiyono memilih membuka usaha ini karena perlengkapan alat tulis sangat dibutuhkan anak-anak mahasiswa, anak sekolah dan kebutuhan kantor. Selain itu lokasinya juga sangat strategis dekat dengan kampus dan juga kos. Usaha Mitra Kampus ini awalnya hanya mempunyai 1 karyawan saja dan dibantu oleh Ibu Atik Risyanti, seiring berjalannya waktu serta berkembangnya usaha Bapak Sutiyono menambah karyawan dengan jumlah 3 orang perempuan hanya bagian kasir saja. Ketiga karyawan tersebut dibagi menjadi 2 shif jam kerja, untuk shif 1 kerja

dimulai pada pukul 08.00-16.00 WIB. Kemudian untuk shif yang kedua dimulai pada pukul 12.00-20.00 WIB. Semua karyawan tersebut berasal dari daerah terdekat lokasi Mitra Kampus. Toko Mitra Kampus ini menjual berbagai macam alat tulis kantor seperti Kertas, Buku, Bolpoin, Tinta mesin fotocopy, perlengkapan pramuka, dan lain sebagainya.<sup>1</sup>

## 2. **Letak Geografis Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus**

Mitra Kampus merupakan toko yang menjual berbagai macam peralatan alat tulis kantor yang dijual secara ecer dan grosir. Toko Mitra Kampus berada di Desa Dersalam Kecamatan Bae Kabupaten Kudus dengan menempati tanah seluas ±540 M2 menghadap ke selatan berhadapan dengan fotocopy Adit Jaya dengan batas wilayah sebelah barat area kos Desa Dersalam kemudian sebelah timur berbatasan dengan pemukiman warga dan sebelah utara berbatasan dengan area sawah.

Lokasi Mitra Kampus tepatnya terletak di Desa Dersalam RT 02 RW 03 Jl. Balai Desa Dersalam No.821 Kode Pos 59321. Mitra Kampus menempati lokasi yang cukup strategis karena berada di tengah-tengah Kampus Universitas Muria Kudus dan Kampus IAIN Kudus.<sup>2</sup>

## 3. **Produk-produk yang dijual Toko Mitra Kampus**

Mitra Kampus merupakan sebuah toko yang menjual perlengkapan alat tulis kantor yang dijual secara ecer maupun grosir. Adapun berbagai produk yang terdapat di toko Mitra Kampus yaitu; kertas hvs, buku tulis, kertas pvc, kertas kado, pensil, bolpoin, spidol, alat pemotong *id card*, gunting, stopmap, tongkat pramuka, dan lain-lain.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>2</sup> Observasi oleh peneliti di Toko Mitra Kampus, dikutip pada tanggal 28 Juni 2022

<sup>3</sup> Observasi oleh peneliti di Toko Mitra Kampus, dikutip pada tanggal 28 Juni 2022.

Gambar 4.1



#### 4. Visi, Misi, dan Tujuan Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus

Ada beberapa visi dan misi serta tujuan yang ingin dicapai Toko Mitra Kampus untuk masa yang akan datang sebagai berikut:

- a. Visi Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus  
“Menjadi usaha perlengkapan alat tulis kantor yang dapat memberi manfaat kepada masyarakat”.
- b. Misi Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus
  - 1) Membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat
  - 2) Melatih generasi muda menjadi pribadi yang mandiri
- c. Tujuan Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus  
“Agar mampu membantu apa yang dibutuhkan masyarakat dan melatih generasi muda agar tetap berkarya dalam berwirausaha”.<sup>4</sup>

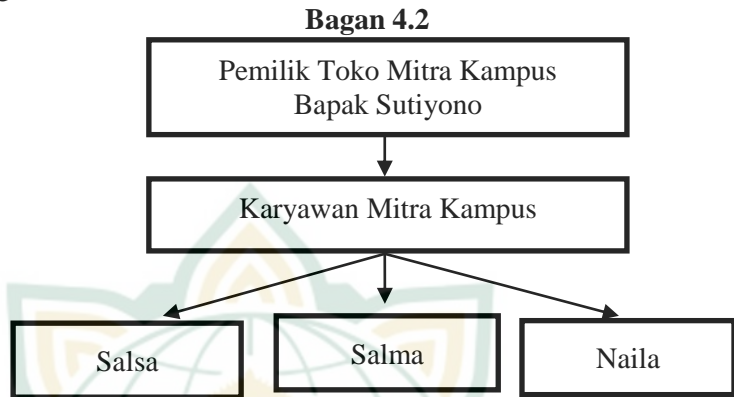
#### 5. Struktur Organisasi

Organisasi yaitu kumpulan dari sejumlah orang yang melakukan kerjasama agar mencapai sebuah tujuan. Suatu organisasi termasuk Mitra Kampus memerlukan struktur organisasi yang teratur agar mempermudah tanggung jawab pekerjaan masing-masing dengan jelas dan sistematis. Maka dari itu, dengan adanya struktur organisasi akan menjadi

---

<sup>4</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

lebih jelas suatu tanggung jawab untuk masing-masing bagian.



## 6. Kondisi dan suasana Toko Mitra Kampus

Peneliti telah melakukan wawancara bersama dengan pemilik usaha, karyawan serta pelanggan mitra kampus untuk mendapatkan data. Pada saat penulis mendatangi toko mitra kampus, penulis melihat kondisi di dalam toko tersebut mampu membuat nyaman untuk konsumen karena terdapat fasilitas kipas angin yang membuat toko terasa sejuk dan adem. Kondisi dan suasana di mitra kampus ini cukup nyaman dan dapat menarik minat konsumen.<sup>5</sup>

### B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus, deskripsi data ini meliputi data-data sesuai dengan rumusan masalah. Oleh karena itu data penelitian dikelompokkan menjadi dua, yaitu (1) paparan data mengenai strategi mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus, (2) paparan data mengenai kendala dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus.

#### 1. Strategi Mempertahankan Bisnis ditengah Pandemi Pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus

Dalam suatu bisnis pasti diperlukan adanya strategi dalam upaya mempertahankan suatu usaha dalam segala situasi dan kondisi. Upaya yang dilakukan pada masa

<sup>5</sup> Observasi oleh peneliti di Toko Mitra Kampus, dikutip pada tanggal 28 Juni 2022.

pandemi ini perlu diperhatikan dan diperlukan beberapa strategi dalam menjalankan suatu usahanya. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, Pemilik Toko Mitra Kampus menerapkan beberapa strategi pada usahanya agar usaha yang dijalankan mampu bertahan pada masa pandemi. Beberapa strategi yang diterapkan diantaranya adalah sebagai berikut:

**a. Strategi Operasional**

Strategi operasional yang diterapkan pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus agar dapat mencapai tujuan bisnis antara lain:

1. Adanya aturan dalam bekerja

Ketaatan terhadap suatu aturan atau ketentuan yang berlaku dalam organisasi merupakan suatu konsep dari kedisiplinan. Setiap perusahaan pasti memiliki suatu aturan tersendiri dalam operasionalnya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sutiyono selaku pemilik Mitra Kampus bahwa:

“Dalam bekerja harus disiplin artinya berangkat dan pulang sesuai jam yang sudah ditentukan, untuk sistem jam kerja dibagi menjadi dua shif, untuk shif yang pertama dimulai dari pukul 08.00-16.00 WIB dan untuk shif yang kedua dimulai dari pukul 12.00-20.00 WIB. Kemudian karyawan harus berpakaian rapi dan sopan, bersikap ramah terhadap pelanggan, dan mampu bekerja sama dengan sesama karyawan maupun dengan saya sendiri.”

Dalam masa pandemi juga terdapat strategi khusus pada operasionalnya, seperti yang dituturkan oleh Bapak Sutiyono pada saat wawancara:

“Nah, pada masa pandemi ini ada aturan juga dari pemerintah ya mbak untuk menerapkan protokol kesehatan, disini kami menyiapkan tempat cuci tangan untuk para pelanggan yang datang mbak, jadi sebelum masuk ke toko pelanggan harus mencuci tangan terlebih dahulu dan wajib memakai masker begitu juga dengan karyawan saya ingatkan untuk tetap menjaga protokol kesehatan. Penerapan strategi tersebut juga bisa mempengaruhi terhadap penjualan



karena dengan kita mengikuti aturan tersebut bisa membuat kenyamanan terhadap pengunjung sehingga mereka tidak kecewa kalau datang ke Mitra Kampus.”<sup>6</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi operasional yang diterapkan Mitra Kampus pada masa pandemi adalah dengan adanya aturan untuk karyawan dan mentaati adanya aturan dari pemerintah selama pandemi untuk tetap menjaga protokol kesehatan dengan memakai masker, berjaga jarak dan mencuci tangan sebelum masuk ke toko. Dengan adanya strategi tersebut dapat membuat pelanggan merasa nyaman dalam membeli produk di Toko Mitra Kampus.

## 2. Pengendalian produk/ stok gudang

Pengendalian produk sangat penting untuk dilakukan agar selalu dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik Mitra Kampus menjelaskan bahwa:

“Dalam pengendalian produk/stok gudang kami selalu mempunyai stok yang disimpan di gudang. Jadi, jika produk yang kita jual sudah menipis stoknya kita tidak menunggu barang tersebut sampai habis tapi langsung mendatangkan produk yang memang sudah harus ada stoknya gitu, misal produk yang digudang masih ada banyak tapi ada produk yang ditawarkan dengan harga murah dengan kualitas yang bagus kita tetap membelinya karena ini bisa dijadikan strategi kepada konsumen dengan menjual harga yang murah pasti mereka akan membeli produk itu.”<sup>7</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Salsa selaku karyawan Mitra Kampus:

“Untuk pengecekan barang kita lakukan seminggu sekali ya karena kalau setiap hari itu

---

<sup>6</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>7</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

ribet jadi kita lakukan seminggu sekali atau ketika ada pengiriman barang datang kita langsung cek. Jadi, dengan melakukan pengecekan kita bisa tahu stoknya masih berapa dan harus melakukan pengiriman kapan gitu.”<sup>8</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pengendalian produk toko Mitra Kampus ini tidak perlu menunggu barang habis baru membeli barang kembali. Tetapi, ketika stok gudang sudah menipis langsung mendatangkan barang tersebut. Untuk mengetahui stok gudang menipis atau tidak karyawan Mitra Kampus melakukan pengecekan setiap seminggu sekali.

### 3. Memilih lokasi yang strategis

Sebelum memutuskan untuk mendirikan sebuah usaha hal yang perlu diperhatikan adalah memilih tempat yang strategis karena tempat usaha juga akan mempengaruhi berkembangnya sebuah usaha tersebut. Seperti yang Bapak Sutiyono ungkapkan bahwa:

“Untuk menentukan sebuah lokasi usaha ini Alhamdulillah toko ini berada di depan rumah saya sendiri lokasinya juga sudah strategis karena berada ditengah-tengah kampus Universitas Muria Kudus dan Kampus IAIN Kudus. Selain itu juga lokasi disini ramai banyak kos, dekat dengan pengadilan agama juga sehingga apa yang dibutuhkan untuk keperluan kantor maupun sekolah ini mudah dijangkau oleh masyarakat.”<sup>9</sup>

Beberapa konsumen yang datang kebanyakan dari kalangan mahasiswa, masyarakat sekitar yang rumahnya tidak jauh dari toko tersebut. Ulil selaku konsumen Mitra Kampus mengungkapkan bahwa:

---

<sup>8</sup> Salsa Raudya Tuzzahra, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 2, transkrip.

<sup>9</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

“lokasi Mitra Kampus ini dekat dari rumah saya, hampir setiap hari saya kesini mbak karena mudah dijangkau.”<sup>10</sup>

Bapak taufik selaku konsumen juga mengungkapkan:

“Saya memilih belanja disini selain harganya murah juga lokasinya tidak terlalu jauh dari rumah saya mbak.”<sup>11</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan Afif selaku konsumen Mitra Kampus mengatakan bahwa:

“ Saya memilih belanja disini karena lokasinya dekat dengan kampus dan saya sering lewat sini mbak.”<sup>12</sup>

Dapat disimpulkan bahwa sebelum memulai usaha, alangkah baiknya mempertimbangkan lokasi yang nantinya akan dijadikan sebagai tempat usaha. Lokasi yang dipilih harus strategis dan sesuai dengan pasar sasaran. Mitra Kampus ini memiliki lokasi usaha yang sangat strategis karena sudah berada di lingkungan yang dekat dengan berbagai lembaga pendidikan , kantor, tempat kos dan sudah terdapat di Maps. Jadi lokasi usaha tersebut sudah sangat strategis.

## **b. Strategi Pemasaran**

Terdapat beberapa strategi pemasaran yang diterapkan Mitra Kampus dalam mempertahankan atau mengembangkan bisnisnya ditengah pandemi diantaranya adalah sebagai berikut:

### **1) Menentukan sasaran pasar**

Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan, maka hal yang perlu dilakukan adalah menentukan siapa target pasar yang akan dituju nantinya. Hal tersebut selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Sutiyono beliau mengungkapkan bahwa:

“ Strategi yang saya terapkan ini ada beberapa salah satu nya adalah menentukan sasaran pasar

<sup>10</sup> Ulil, wawancara oleh penulis, 30 Juni 2022, wawancara 3, transkrip.

<sup>11</sup> Taufik, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>12</sup> Himatul Afifah, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 5, transkrip.



atau menentukan target pasar. Sebelum kita terjun memasarkan produk alangkah baiknya kita menentukan dulu siapa target kita, misalnya saya ini kan punya toko perlengkapan alat tulis, target saya ini nantinya lebih menargetkan ke pengusaha fotocopy, mahasiswa, lembaga pendidikan maupun perkantoran yang memang kesehariannya itu membutuhkan alat tulis kantor ini.”<sup>13</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan strategi pemasaran alangkah baiknya menentukan sasaran pasar. Seorang pengusaha harus mengetahui konsumen yang akan dituju, memahami kebutuhan konsumen dan menganalisis target pasar tersebut.

## 2) Memasarkan produk melalui media sosial

Pemasaran melalui media sosial merupakan bentuk transaksi jual beli dengan memanfaatkan sistem elektronik yang dilengkapi jaringan internet. Dengan media sosial, proses transaksi akan lebih mudah dan efisien. Penggunaan media sosial dalam memasarkan produk dibenarkan oleh Bapak Sutiyono selaku pemilik Mitra Kampus ia mengatakan bahwa:

“Ada beberapa strategi pemasaran yang kami terapkan selama pandemi ini salah satunya memasarkan produk melalui media sosial. Untuk pemasaran lebih mudah melalui aplikasi WhatsApp, Facebook, Instagram karena dengan seperti itu bisa menjangkau lebih luas kepada masyarakat.”<sup>14</sup>

Salma selaku karyawan Mitra Kampus juga mengungkapkan bahwa :

“Strategi yang digunakan dalam melakukan promosi yaitu lewat media sosial seperti

---

<sup>13</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

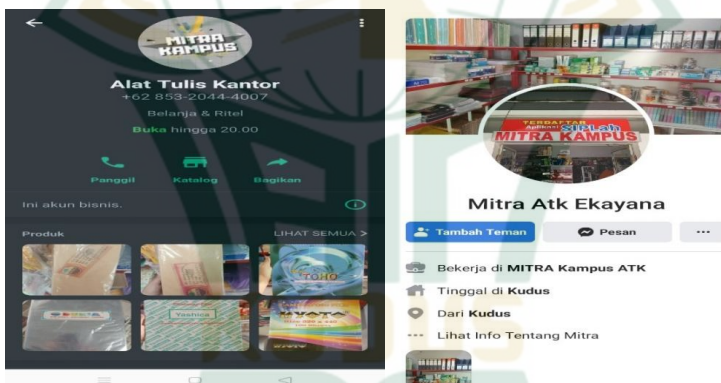
<sup>14</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

Facebook, WhatsApp, Instagram dan menggunakan aplikasi Siplah.”<sup>15</sup>

Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis, dalam melakukan pemasaran melalui media sosial, setiap harinya karyawan mitra kampus selalu mengiklankan atau mempromosikan produk-produk yang dijual lebih sering menggunakan aplikasi WhatsApp dan Facebook.<sup>16</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan produk pada masa pandemi lebih mudah menggunakan media sosial seperti aplikasi Facebook, Instagram, WhatsApp dan Siplah karena melalui media sosial tersebut lebih mudah dan lebih cepat dalam melakukan penjualan. Berikut merupakan gambar dari media sosial yang digunakan dalam melakukan pemasaran.

**Gambar 4.3**



<sup>15</sup> Zakiyatus Salama Al-Firdaus, wawancara oleh penulis, 15 Juli 2022, wawancara 6, transkrip.

<sup>16</sup> Observasi oleh peneliti di Toko Mitra Kampus, dikutip pada tanggal 16 Juli 2022.

← mitrakampus\_ekayanakudus :



59 Postingan  
98 Pengikut  
749 Mengikuti

**Mitra Atk Ekayana**

Belanja & Ritel  
Toko Buku & ATK  
Jl.Balaidesa Dersalam No.821  
(Belakang Pengadilan Agama Kudus)  
Buka ... selengkapnya  
bit.ly/3AsmHSL  
Jl.Balaidesa Dersalam No.821 (Belakang Pengadilan  
Agama Kudus), Kudus



- 3) Menjual produk dengan harga yang terjangkau  
 Persaingan bisnis pada masa pandemi yang berhasil harus didukung dengan kemampuan menjual produk dengan harga yang lebih murah dibanding dengan pesaing lainnya. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak Sutiyono mengatakan bahwa:  
 “ Untuk harga produk kita jual dengan harga grosir jadi lebih murah dibandingkan dengan toko yang lain. Kita menjual produk dari harga asli paling profitnya mengambil 1%. -2,5%. Seperti kertas itu malah hanya 1 % saja karena toko ini kan menjual barang secara ecer dan

grosir jadi profit yang diambil persentasenya sedikit”<sup>17</sup>

Menjual produk dengan harga yang murah mampu membuat konsumen merasa tertarik untuk membelinya. Hal tersebut dikatakan oleh Ibu Rini selaku konsumen di Mitra Kampus:

“produk yang dijual disini lebih murah dibanding dengan toko lainnya.”<sup>18</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Faiz selaku konsumen di Mitra Kampus:

“Saya sering belanja disini untuk keperluan kantor karena harganya lebih miring dibanding dengan toko lainnya.”<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis, produk-produk yang dijual di mitra kampus harganya memang lebih murah dibanding toko lainnya, tidak heran jika banyak pembeli yang lebih memilih belanja di mitra kampus dibanding dengan toko lainnya.<sup>20</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga jual produk diambil hanya 1-2,5% persen dari harga aslinya sehingga produk yang dijual di Mitra Kampus harganya cukup murah dibandingkan dengan toko yang lain karena toko ini menjual barang secara ecer dan grosir. Jadi, produk yang dijual harus murah sehingga banyak konsumen yang memilih membeli di toko tersebut.

#### 4) Melakukan Pengembangan Produk

Pengembangan produk memiliki tujuan agar produk yang dijual tidak ketinggalan zaman dan mampu mengidentifikasi produk apa yang banyak dimintai oleh konsumen.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti, Bapak Sutiyono selalu berpesan kepada karyawannya jika ada suatu produk yang banyak

---

<sup>17</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>18</sup> Rini, wawancara oleh penulis, 30 Juni 2022, wawancara 7, transkrip.

<sup>19</sup> Faiz Amali, wawancara oleh penulis, 30 Juni 2022, wawancara 8, transkrip.

<sup>20</sup> Observasi oleh peneliti di Toko Mitra Kampus, dikutip pada tanggal 16 Juli 2022.

dicari oleh konsumen tetapi di dalam toko ini belum lengkap maka karyawan harus memberi tahu atau melapor kepada pemilik untuk mendiskusikan tentang produk apa yang perlu dikembangkan, produk apa yang paling banyak diminati atau dicari oleh konsumen agar kita bisa mendatangkan suatu produk baru yang nantinya akan kita jual kembali sehingga pelanggan yang datang tidak merasa kecewa jika barang yang dicari itu ada semua di toko ini.<sup>21</sup>

Salsa selaku karyawan Mitra Kampus juga mengungkapkan:

“Pada masa pandemi barang yang banyak dicari oleh konsumen adalah kertas dan mesin plong atau alat pemotong *id card* karena alat tersebut digunakan untuk mencetak kartu vaksin jadi banyak yang cari alat tersebut sampai toko ini kehabisan stok karena barangnya langka.”<sup>22</sup>

Dapat disimpulkan bahwa melakukan pengembangan produk merupakan strategi yang harus dilakukan oleh seorang pengusaha. Hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan produk adalah mengetahui kebutuhan target pasar atau konsumen yang sering diminati. Seperti pada masa pandemi produk alat tulis kantor yang banyak dicari apa kemudian pelaku UMKM harus bisa memenuhi keinginan konsumen tersebut.

#### 5) Menjalinkan kerja sama dengan Pihak Lain

Menjalinkan kerja sama dengan pihak lain merupakan sesuatu yang perlu dilakukan untuk mengembangkan sebuah bisnis yang dijalankan. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Sutiyono selaku pemilik Mitra Kampus mengatakan bahwa:

“Selain beberapa strategi tersebut kita juga mempunyai strategi yaitu menjalin kerja sama dengan pihak lain seperti para pengusaha

---

<sup>21</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>22</sup> Salsa Raudya Tuzzahra, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 2, transkrip.



fotocopy yang ada di kudus, sekolah-sekolah, dan pabrik Pura. Untuk kerja sama dengan umkm fotocopy kita mendirikan sebuah paguyuban untuk para pengusaha fotocopy. Jadi, kita ada grup wa kemudian setiap hari saya selalu mengingatkan kepada karyawan atau admin mitra kampus untuk selalu mengupdate barang yang kita jual di dalam grup itu. Kita juga menjalin kerja sama dengan beberapa pihak sekolah yang ada di Kudus, awalnya kita meloby ke sekolah dengan mengajukan proposal untuk melakukan kerja sama jika ada perlengkapan sekolah atau alat tulis kantor yang dibutuhkan oleh sekolah kita bisa menyediakannya, sekarang ini kan Lembaga Pendidikan sudah dianjurkan untuk memakai aplikasi Siplah untuk pengadaan barang maupun jasa, jadi Mitra Kampus ini juga mempunyai aplikasi Siplah untuk mempermudah pihak sekolah berbelanja melalui aplikasi ini.”<sup>23</sup>

Hal lain juga diungkapkan oleh Salsa selaku karyawan Mitra Kampus dirinya mengatakan:

“Saat pandemi kan sekolah dilakukan secara daring, kita menjalin kerja sama masuknya di perkantoran seperti Pabrik Pura.”<sup>24</sup>

Dapat disimpulkan bahwa menjalin kerja sama dengan para pengusaha yang lain merupakan salah satu bentuk strategi yang penting dilakukan karena dengan menjalin kerja sama dengan pihak lain akan memudahkan para pelaku usaha untuk mendapatkan konsumen dan lebih mudah dalam menjual barang yang ditawarkan sehingga usaha yang dijalankan juga cepat berkembang untuk kedepannya.

- 6) Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen

Kualitas pelayanan merupakan suatu strategi pemasaran yang memiliki pengaruh terhadap

---

<sup>23</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>24</sup> Salsa Raudya Tuzzahra, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 2, transkrip.

penjualan. Apabila pelayanan yang diberikan sangat baik maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Pada saat penulis melakukan observasi, karyawan mitra kampus dalam melayani konsumen cukup baik, mereka menawarkan tentang produk-produk yang baru datang. Mereka juga menyesuaikan dengan sikap dari konsumen tersebut sehingga konsumen tentunya merasa nyaman pada saat belanja di mitra kampus.<sup>25</sup>

Seperti yang Bapak Sutiyono katakan bahwa :

“Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh penting dalam mengembangkan suatu bisnis karena usaha yang kita jalankan yang menjadi faktor terpenting adalah dari konsumen, jika konsumen merasa puas dengan apa yang kita kerjakan, maka konsumen itu akan menjadi pelanggan yang loyalitas di dalam usaha kita. Seperti pada masa pandemi kan masyarakat pada waktu itu dianjurkan untuk tetap dirumah selama tidak ada kepentingan. Jadi, kita sebagai penjual mempunyai ide untuk menerima pengiriman barang kepada konsumen jika barang yang akan dikirim jaraknya jauh kita bisa menggunakan jasa paket dan jika yang harus dikirim masih di sekitar Kudus kita antar pakai mobil sampai ke tujuan.”<sup>26</sup>

Salma selaku karyawan Mitra Kampus juga mengungkapkan:

“Melayani konsumen harus ramah, sopan, dan bisa menyesuaikan mood dari pelanggan itu sendiri, misal ada pelanggan yang orangnya itu bersikap cuek, galak, tidak bisa diajak ngobrol santai itu kita harus sabar, mencoba memberikan pelayanan yang terbaik supaya konsumen tersebut juga tidak merasa kecewa. Ada juga pelanggan yang banyak humornya kita

---

<sup>25</sup> Observasi oleh peneliti di Toko Mitra Kampus, dikutip pada tanggal 16 Juli 2022.

<sup>26</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip

melayaninya juga bisa santai. Jadi, kita melayani konsumen itu juga harus bisa menyesuaikan sikap dari pelanggan agar pelanggan tetap merasa nyaman dan merasa puas belanja di toko ini.”<sup>27</sup>

Sela selaku karyawan Mitra Kampus juga mengungkapkan bahwa:

“Dalam melakukan pelayanan kita harus bersikap ramah, dan selalu merekomendasikan produk-produk yang dipilih di pasaran.”<sup>28</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan strategi pemasaran kualitas pelayanan terhadap konsumen juga perlu diperhatikan dalam menjalankan sebuah bisnis. Melayani seorang konsumen harus dilakukan dengan sebaik mungkin jika ingin mendapatkan pelanggan yang loyalitas karena pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga akan berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan.

### c. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia

Ada beberapa strategi MSDM yang diterapkan di Toko Mitra Kampus adalah sebagai berikut:

#### 1) Merekrut Karyawan dengan baik

Merekrut karyawan dimaksudkan untuk menyediakan calon tenaga kerja untuk diseleksi mana yang memenuhi syarat sesuai dengan yang dibutuhkannya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pemilik Mitra Kampus yaitu Bapak Sutiyono mengatakan bahwa:

“Untuk proses merekrut karyawan pastinya kita mengadakan interview terlebih dahulu kepada orang yang melamar pekerjaan disini kemudian saya memberi beberapa pertanyaan kepada mereka. Kemudian saya pertimbangkan bagaimana cara dia menjawab dan saya juga harus memilih karyawan yang memang bisa menguasai tentang komputer dan pastinya pandai

---

<sup>27</sup> Zakiyatus Salama Al-Firdaus, wawancara oleh penulis, 15 Juli 2022, wawancara 6, transkrip.

<sup>28</sup> Naila Salsabila, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 9, transkrip.

dalam marketing. Tetapi disini saya juga membuka peluang kepada mahasiswa jika ada yang minat bekerja disini juga bisa agar dapat membantu para mahasiswa dan menambah pengalaman untuk mereka nantinya. Dalam proses rekrut karyawan juga dijelaskan sistem gaji yang didapat nantinya setiap bulan dan terdapat fasilitas juga untuk karyawan.”<sup>29</sup>

Merekrut karyawan merupakan strategi msdm pertama yang harus diperhatikan. Dalam memilih calon karyawan perlu adanya interview terlebih dahulu agar pemilik usaha dan calon karyawan dapat bertukar informasi mengenai data diri calon karyawan dan informasi tentang sistem kerja di Mitra Kampus. Proses merekrut karyawan dilakukan agar tidak salah pilih dalam memilih karyawan sehingga karyawan yang dipilih memang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

## 2) Melakukan Evaluasi Terhadap Kinerja Karyawan

Evaluasi kinerja yang dilakukan oleh setiap perusahaan yang menginginkan peningkatan yang baik di dalam perusahaannya.

Seperti yang dikatakan Bapak Sutiyono dalam wawancara mengungkapkan:

“Semua karyawan selalu saya ingatkan untuk jangan sungkan berdiskusi dengan saya jika ada masalah dalam pekerjaan atau ada hal yang ingin disampaikan ke saya karena disini kita bekerja dengan sistem kekeluargaan dan tidak ada tekanan. Setiap bulan sekali atau beberapa bulan sekali saya selalu mengadakan evaluasi atau meeting di luar untuk membahas masalah pekerjaan tentang apa yang kurang dari usaha kita apa yang konsumen butuhkan atau saran dari konsumen untuk kita. Jadi, kita nanti bisa selesaikan masalah yang ada.”<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip

<sup>30</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip

Dapat disimpulkan bahwa Mitra Kampus ini selalu melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan setiap dua minggu sekali maupun satu bulan sekali. Evaluasi yang dilakukan adalah menyampaikan saran ataupun kritikan dari pelanggan ataupun masalah yang ada di toko kemudian dibahas bersama mencari solusi yang terbaik.

### 3) Mengadakan Pelatihan

Pelatihan tenaga kerja yang diselenggarakan setiap perusahaan tentu saja mempunyai tujuan dan manfaat untuk tenaga kerja itu sendiri. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Sutiyono beliau mengatakan:

“Pelatihan ini kita adakan untuk karyawan yang kurang menguasai dalam bidang marketing biasanya saya ajarkan cara marketing yang baik itu seperti ini, marketing yang baik selama pandemi itu lebih bagus menggunakan media sosial. Jadi, saya ajarkan kepada mereka supaya mereka menguasai tentang menjadi karyawan yang mampu dalam bidang marketing khususnya.”<sup>31</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan Strategi yang terakhir adalah dengan melakukan pelatihan terhadap karyawan agar karyawan mampu bekerja dengan baik dan dapat menguasai semua tentang apa yang akan dikerjakan nantinya.

### d. Strategi Keuangan

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Bapak Sutiyono terdapat beberapa strategi keuangan yang diterapkan di Mitra Kampus diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1) Mencatat Laporan Penjualan

Mencatat laporan penjualan penting untuk dilakukan agar dapat mengetahui berapa pemasukan yang didapat dan pengeluaran yang di anggarkan. Untuk laporan penjualan dicatat oleh karyawan mitra kampus kemudian diserahkan kepada pemilik toko

---

<sup>31</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip



tersebut. Seperti yang Bapak Sutiyono katakan bahwa:

“Untuk strategi keuangan yang diterapkan disini setiap harinya ada catatan laporan penjualan kemudian membuat laporan keuangan setiap bulannya dicatat dalam pembukuan yang kemudian diserahkan ke saya dan saya cek bagaimana perkembangannya tiap bulannya apakah penjualan yang dilakukan mengalami penurunan atau mengalami kenaikan.”<sup>32</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh Sela selaku karyawan Mitra Kampus:

“Laporan penjualan yang dilakukan disini dibuat tiga yaitu laporan harian, mingguan, dan laporan bulanan. Kita sebagai karyawan mencatat per hari pemasukannya berapa dan pengeluarannya berapa dicatat dalam buku tulis kemudian setiap malam setelah toko tutup kami setorkan kepada bosnya. Kami juga membuat laporan keuangan setiap bulannya dalam bentuk pembukuan laporan keuangan dan tercatat juga di dalam computer ketika laporan sudah selesai langsung diserahkan ke bapak Sutiyono dan Ibu Atik Risyanti untuk dilakukan pengecekan.”<sup>33</sup>

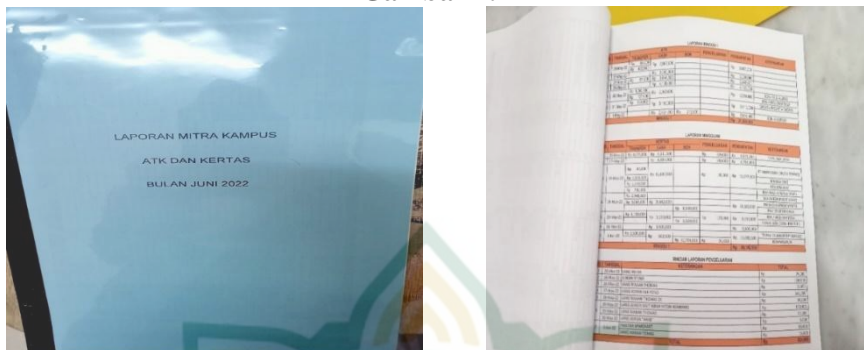
Dalam melakukan strategi keuangan, hal pertama yang harus dilakukan adalah membuat laporan penjualan setiap harinya. Laporan penjualan ini dibuat agar mengetahui pemasukan dan pengeluaran setiap harinya. Kemudian laporan harian tersebut disusun dan dibuat laporan bulanan. Dengan adanya laporan penjualan tersebut dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan mengalami kenaikan atau penurunan.

---

<sup>32</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

<sup>33</sup> Naila Salsabila, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 9, transkrip.

Gambar 4.4



2) Melakukan pengelolaan keuangan dengan baik

Dalam menggunakan keuangan usaha harus dilakukan sebaik mungkin agar keuangan perusahaan tetap bisa berjalan dengan lancar. Maka dari itu, mengelola keuangan dengan baik akan menjadikan kelancaran dalam berbisnis. Dalam wawancara yang dilakukan peneliti Bapak Sutiyono mengatakan:

“Saat pandemi kemarin keuangan saya gunakan dengan sebaik mungkin yaitu saya ada modal saya gunakan untuk mendirikan sebuah usaha toko ini kemudian hasil dari penjualan tersebut saya utamakan untuk mengembangkan usaha yang saya jalankan dan melengkapi barang yang akan dijual di Mitra Kampus ini agar tetap bertahan selama pandemi berlangsung dan semakin maju untuk kedepannya.”<sup>34</sup>

Dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu usaha juga dapat ditentukan dengan cara strategi keuangan yang baik. Mitra kampus dalam menerapkan strategi keuangan dengan melakukan dua cara yaitu dengan melakukan pencatatan laporan keuangan dan melakukan pengelolaan keuangan baik. Selama pandemi keuangan pastinya harus dikelola dengan sebaik mungkin. Kemudian keuangan yang didapat oleh Mitra Kampus digunakan kembali untuk menambah barang yang akan dijual dan untuk mengembangkan toko tersebut.

<sup>34</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.

## 2. Kendala Dalam Mempertahankan Bisnis ditengah Pandemi Pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus

Berdasarkan data dari hasil observasi dan wawancara di Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus ada berbagai kendala dan solusi dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemi adalah:

### a. Kendala

Menjalankan sebuah bisnis baru ditengah pandemi bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan setiap orang. Setiap bisnis memerlukan strategi yang tepat agar usaha yang dijalankan tersebut tetap berjalan lancar dan semakin berkembang untuk kedepannya. Dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemi pasti terdapat kendala yang dihadapi oleh setiap pelaku usaha. Hal ini sesuai pernyataan dari Bapak Sutiyono selaku pemilik dari Mitra Kampus yang mengungkapkan bahwa kendalanya adalah:

- 1) Minimnya pembeli pada masa pandemi karena ada aturan PSBB.

Aturan PSBB tersebut menganjurkan untuk masyarakat agar tetap diam dirumah dan sekolah-sekolah dilakukan secara daring untuk memutus rantai covid-19. Dari adanya aturan tersebut toko menjadi sepi pengunjung.

- 2) Sulit mendapatkan barang dengan harga murah dimasa pandemi.

Pada masa pandemi semua barang menjadi langka dan menyebabkan beberapa produk mengalami kenaikan harga, seperti masa pandemi banyak yang mencari mesin pemotong *id card* tetapi harganya sangat mahal karena limitnya stok barang tersebut.

- 3) Keterlambatan dalam pengiriman barang.

Adanya keterlambatan pengiriman barang pada masa pandemi disebabkan karena beberapa perusahaan tidak beroperasi sehingga beberapa produk yang dicari stoknya terbatas dan harus menunggu lama untuk mendapatkan barang tersebut.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 28 Juni 2022, wawancara 1, transkrip.

Hal lain juga disampaikan oleh Salma selaku karyawan Mitra Kampus mengatakan bahwa kendalanya adalah:

- 1) Tidak bisa berinteraksi secara langsung dengan konsumen dikarenakan aturan PSBB.

Adanya pembatasan beraktivitas di luar rumah membuat masyarakat belanja secara online sehingga tidak bisa berinteraksi secara langsung dan kadang terjadi kesalahpahaman dalam membeli produk.

- 2) Pemasaran melalui media sosial terdapat kendala pada jaringan internet.

Pemasaran yang dilakukan Mitra Kampus juga melalui media sosial dengan menggunakan aplikasi WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Aplikasi Siplah. penggunaan media sosial juga terdapat kendala pada jaringan biasanya sinyal yang kurang mendukung.”<sup>36</sup>

## C. Analisis Data Penelitian

### 1. Analisis data Strategi Mempertahankan Bisnis ditengah Pandemi Pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus

Salah satu cara untuk tetap menjalankan sebuah bisnis agar tetap berjalan lancar dan semakin berkembang adalah dengan menerapkan strategi dalam sebuah usahanya. Strategi merupakan suatu langkah yang digunakan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada masa pandemi berlangsung, strategi sangat penting untuk dilakukan oleh semua pelaku usaha agar dapat mempertahankan bisnis yang dijalankan dan tetap berjalan dengan lancar meskipun situasi dan kondisi dalam keadaan belum stabil. Beberapa strategi yang diterapkan Mitra Kampus dalam mempertahankan bisnisnya ditengah pandemi adalah sebagai berikut:

#### a. Strategi Operasional

Strategi operasional merupakan strategi yang berperan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan sebuah usaha. Strategi yang diterapkan di Mitra Kampus meliputi:

---

<sup>36</sup> Zakiyatus Salama Al-Firdaus, wawancara oleh penulis, 15 Juli 2022, wawancara 6, transkrip.

1) Adanya aturan dalam bekerja

Apabila suatu organisasi ingin mengusahakan agar kinerja karyawan meningkat, maka salah satu usaha yang harus dilakukan adalah menegakkan disiplin kerja pegawai. Dalam menegakkan disiplin, unsur pemimpin diharapkan dapat selalu memelihara kedisiplinan yang baik dari para anggota sehingga produktivitas yang diinginkan dapat terwujud.<sup>37</sup>

Dalam menerapkan strategi operasional Mitra Kampus menerapkan aturan dalam bekerja untuk karyawan. Aturan yang diterapkan ini adalah disiplin dalam bekerja artinya berangkat dan pulang sesuai jam yang telah ditentukan. Toko Mitra Kampus buka dari jam 08.00-20.00 WIB. Untuk karyawan diterapkan sistem shif yang dibagi menjadi dua yaitu shif yang pertama dimulai dari jam 08.00-16.00 WIB dan untuk shif yang kedua dimulai dari jam 12. 00-20.00 WIB. Kemudian karyawan yang bekerja di Mitra Kampus harus berpakaian rapi dan sopan, bersikap ramah terhadap pelanggan, dan mampu bekerja sama dengan sesama karyawan maupun dengan pemilik Mitra Kampus.

Pada masa pandemi strategi yang diterapkan dalam bekerja adalah dengan ,memakai masker, cuci tangan sebelum masuk toko dan tetap berjaga jarak. Aturan ini dibuat sesuai dengan aturan pemerintah agar tetap menjaga protokol kesehatan dimanapun berada untuk memutus rantai penularan covid-19. Dengan adanya aturan tersebut pelanggan juga akan merasa nyaman saat datang ke toko Mitra Kampus.

2) Pengendalian barang/stok gudang

Pengendalian persediaan merupakan segala sesuatu atau sumber daya yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan. Permintaan akan sumber daya ini meliputi persediaan bahan mentah, barang dalam proses,

---

<sup>37</sup> Abdus Salam, *Manajemen Insani Dalam Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 164.



barang jadi, bahan-bahan lain yang menjadi bagian keluaran produk perusahaan.<sup>38</sup>

Pengendalian yang dilakukan Mitra Kampus ini merupakan salah satu upaya strategi operasional yang harus diterapkan. Langkah yang dilakukan dalam pengendalian barang adalah semua karyawan setiap seminggu sekali harus melakukan pengecekan barang yang ada di toko kemudian dicatat barang yang habis apa saja dan apakah stok barang gudang masih aman stoknya atau sudah menipis dan dari hasil pengecekan tersebut dilaporkan kepada pemilik Mitra Kampus. Kemudian dari hasil pengecekan tersebut apabila barang yang ditoko maupun gudang stoknya sudah habis atau sudah menipis maka pemilik Mitra Kampus akan mendatangkan barang sesuai dengan kebutuhan toko.

Apabila barang yang dipesan sudah datang maka karyawan juga harus melakukan pengecekan ulang apakah produk itu sesuai dengan apa yang dipesan atau ada kekeliruan dalam pesanan tersebut. Jadi, pengendalian barang ini dilakukan dalam strategi operasional agar bisa selalu mengetahui stoknya dan pelanggan tidak kecewa saat belanja di toko jika barang tersebut selalu ada stoknya.

### 3) Memilih lokasi yang strategis

Pemilihan lokasi bisnis pada umumnya bertujuan untuk meminimalkan jumlah seluruh biaya. Lokasi bisnis sangat menentukan kedudukan dan kelangsungan hidup perusahaan. lokasi yang kurang tepat akan mengakibatkan lemahnya posisi perusahaan dalam persaingan.<sup>39</sup>

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa sebelum memulai usaha baru hal yang perlu diperhatikan adalah memilih lokasi usaha yang strategis artinya dalam memilih sebuah lokasi harus di analisis terlebih dahulu apakah sesuai dengan target pasarnya dan apakah lokasi mudah dijangkau

---

<sup>38</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 256.

<sup>39</sup> Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2014), 223.

oleh konsumen. Mitra Kampus ini berada di Desa Dersalam Rt 02 Rw 03 Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. Lokasi toko ini sudah dinilai sangat strategis karena sudah sesuai dengan target pasar yang diinginkan yaitu targetnya adalah anak-anak sekolah maupun kantor.

Mitra Kampus ini berada di tengah-tengah kampus antara kampus Universitas Muria Kudus dan Kampus IAIN Kudus juga dekat dengan Kos, kantor maupun lembaga pendidikan lainnya sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dan tentunya toko Mitra Kampus ini sudah terdaftar di Google Maps sehingga memudahkan konsumen jika ingin mencari alamat toko tersebut.

#### **b. Strategi Pemasaran**

Dalam bukunya Manajemen Pemasaran, Sofjan Assauri menjelaskan strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>40</sup> Beberapa strategi pemasaran yang diterapkan di Mitra Kampus yaitu:

##### 1) Menentukan sasaran pasar

Target pemasaran merupakan kumpulan individu atau organisasi yang memiliki keinginan dan kebutuhan yang serupa dan diharapkan memiliki ketertarikan pada produk-produk yang sama.<sup>41</sup> Pemilihan pasar sasaran akan menentukan bagaimana mengalokasikan sumber daya perusahaan diarahkan untuk program pemasaran.<sup>42</sup>

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa sebelum memulai usaha perlu

---

<sup>40</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 168.

<sup>41</sup> Sunardi, *Pengantar Bisnis ;Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2015), 180.

<sup>42</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Center of academic publishing service, 2013), 213.

menentukan sasaran pasar terlebih dahulu untuk mengetahui siapakah yang akan dijadikan target oleh seorang pengusaha. Identifikasi target pasar merupakan langkah awal dalam perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran. Seperti halnya Mitra Kampus adalah toko yang menjual perlengkapan alat tulis kantor yang dijual secara ecer dan grosir. Sebelum memulai usaha sudah dilakukan analisis terlebih dahulu terhadap target pasar yang dituju siapa sesuai bisnis yang dijalankan. Target dari Mitra Kampus sendiri adalah anak-anak sekolah, mahasiswa, pengusaha fotocopy, perkantoran dan lain sebagainya.

2) Memasarkan produk melalui media sosial

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Pemasaran melalui media sosial biasanya berpusat pada upaya perusahaan untuk membangun konten yang menarik perhatian dan mendorong konsumen untuk terkoneksi dan berbagi informasi dengan perusahaan melalui media sosial yang tersedia.<sup>43</sup>

Pada masa pandemi Mitra Kampus dalam memasarkan produk lebih mudah melalui media sosial karena pada masa pandemi pemerintah menetapkan aturan PSBB yang mana semua orang harus berjaga jarak dan tetap dirumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak. Oleh karena itu, Mitra Kampus lebih memilih memasarkan produk yang dijual melalui media sosial yaitu menggunakan aplikasi Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Melalui media tersebut pemilik Mitra Kampus percaya bahwa usahanya akan lebih cepat berkembang.

3) Menjual produk dengan harga yang terjangkau

Dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran, Danang Sunyoto menjelaskan bahwa penetapan harga yaitu menentukan harga yang

---

<sup>43</sup> Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017, 181.

dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.<sup>44</sup> Menetapkan harga jual dengan harga yang relatif murah, pemilik Mitra Kampus sudah memberi patokan persentase dari harga asli ke harga jual yaitu dengan mengambil profit 1-2,5 % saja karena produk yang dijual itu secara ecer dan grosir. Mayoritas pelanggan Mitra Kampus membeli produk di toko tersebut untuk dijual kembali sehingga nilai persentase yang diambil hanya sedikit.

4) Melakukan pengembangan produk

Dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Bisnis*, Jeff Madura menjelaskan bahwa ketika mengembangkan produk yang sama sekali baru, metode yang umum adalah mengidentifikasi kebutuhan atau pilihan konsumen yang tidak terpenuhi oleh produk yang ada.<sup>45</sup>

Dalam strategi pemasaran, pengembangan produk juga perlu dilakukan oleh seorang pengusaha. Dalam melakukan pengembangan produk, Mitra Kampus ini selalu mengupdate barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Disini, karyawan Mitra Kampus harus mengetahui barang yang dibutuhkan atau yang banyak dicari oleh konsumen apa saja kemudian dilaporkan kepada Bapak Sutiyono agar pemilik juga mengetahui tentang barang yang tidak ada di toko tapi banyak dicari oleh konsumen apa saja sehingga pemilik toko bisa mengupdate barang yang banyak diminati konsumen. Seperti pada masa pandemi konsumen kebanyakan membeli kertas Hvs, Kertas pvc dan alat pemotong id card.

5) Menjalin kerja sama dengan pihak lain

Menjalin kerja sama dengan pihak lain sangat perlu dilakukan agar ide-ide dan pemikiran-pemikiran dapat disaring bersama

---

<sup>44</sup> Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015), 5.

<sup>45</sup> Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 95.

sehingga meminimalisir tingkat kesalahan karena ada pihak lain yang menjadi pengingat.<sup>46</sup>

Toko Mitra Kampus dalam menerapkan strategi pemasaran melakukan kerja sama dengan pihak lain seperti pengusaha fotocopy yang ada di Kudus, pabrik Pura, Lembaga sekolah dan lainnya. Adapun kerja sama yang dilakukan dengan pengusaha fotocopy yaitu dengan membuat grup paguyuban dalam Whatsapp. Kemudian admin Mitra Kampus setiap harinya mengupdate barang yang ada di toko untuk diiklankan dalam grup paguyuban tersebut agar para pengusaha fotocopy bisa mengetahui tentang update barang yang ada di Toko.

Selanjutnya, kerja sama yang dilakukan Mitra Kampus dengan lembaga pendidikan atau pihak sekolah adalah menggunakan aplikasi Siplah untuk pengadaan barang maupun jasa. Penggunaan aplikasi Siplah ini juga untuk memudahkan saat melakukan transaksi penjualan.<sup>47</sup>

6) Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen

Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Karyawan Mitra Kampus memberikan pelayanan kepada konsumen dengan bersikap ramah, sopan serta bisa menyesuaikan sifat dari konsumen tersebut agar konsumen yang dilayani merasa puas dan tidak kecewa dengan pelayanan yang diberikan sehingga jika konsumen tersebut merasa puas akan menjadikan konsumen tersebut menjadi konsumen yang loyalitas.

Seperti halnya pada masa pandemi Mitra Kampus memberikan pelayanan jika konsumen membeli barang dan minta untuk dikirim ke lokasinya maka pihak dari Mitra Kampus siap

---

<sup>46</sup> Ais Zakiyudin, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Wacana Media, 2016), 171.

<sup>47</sup> Bapak Sutiyono, wawancara oleh penulis, 16 Juli 2022, wawancara 1, transkrip.



melakukan pengiriman untuk diantar sampai ke tujuan. Dengan adanya pelayanan tersebut akan memudahkan konsumen. Hal inilah yang diinginkan oleh pemilik Mitra Kampus kepada karyawannya untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen.

### c. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia

Strategi manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari ilmu manajemen yang memfokuskan perhatiannya pada pengaturan peranan sumber daya manusia dalam kegiatan organisasi. Hal ini dikarenakan dalam mencapai tujuannya, organisasi memerlukan sumber daya manusia sebagai pengelola sistemnya.<sup>48</sup>

#### 1) Merekrut karyawan dengan baik

Perekrutan merupakan proses menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk bekerja dalam suatu perusahaan. Proses ini dilakukan dengan mendorong calon yang mempunyai potensi untuk mengajukan lamaran dan berakhir dengan didapatkannya sejumlah calon karyawan untuk diseleksi.<sup>49</sup>

Proses perekrutan karyawan dilakukan oleh pemilik toko Mitra Kampus yaitu Bapak Sutiyono. Tes interview yang dilakukan adalah dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait data diri dari calon karyawan dan informasi mengenai sistem kerja di toko tersebut. Kemudian dari hasil tes tersebut yang dilakukan oleh beberapa pendaftar akan dipilih oleh Bapak sutiyono mana yang pantas untuk menjadi karyawan di Mitra Kampus. Proses perekrutan karyawan dilakukan dan dipilih dengan baik agar pemilik usaha tersebut tidak salah pilih dalam memilih calon karyawan sehingga nantinya yang dipilih untuk dijadikan karyawan sesuai dengan

---

<sup>48</sup> Mila Badriyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 15.

<sup>49</sup> Abdus Salam, *Manajemen Insani Dalam Bisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 100.



kriteria yang dibutuhkan oleh pemilik usaha tersebut.

Memilih karyawan sesuai kriteria yang dibutuhkan akan berpengaruh terhadap perusahaan. Apabila karyawan yang dipilih sudah memenuhi standar maka akan bekerja secara maksimal sehingga menguntungkan bagi perusahaan.

2) Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan

Penilaian terhadap kinerja karyawan merupakan sebuah evaluasi terhadap para karyawan, sehingga manajer dapat membuat suatu keputusan yang objektif terhadap sumber daya manusianya dengan tujuan mengetahui kinerjanya selama ini dan perkiraan seberapa baik kinerja mereka di masa yang akan datang.<sup>50</sup>

Dalam melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan, Mitra Kampus melakukan evaluasi setiap dua minggu sekali di dalam kantor maupun berada di luar kantor. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha yang dijalankan oleh Bapak Sutiyono apakah terdapat masalah yang dialami oleh karyawan atau ada kritik dan saran dari konsumen. Dalam hal ini, pemilik toko selalu menyampaikan untuk tidak perlu sungkan jika ingin berpendapat atau ingin menyampaikan sesuatu tentang pekerjaan di Mitra Kampus. Jadi, evaluasi ini perlu dilakukan agar usaha yang dijalankan bisa berkembang dengan baik dan bisa mencari solusi terbaik jika terdapat masalah dalam usaha tersebut.

3) Mengadakan pelatihan

Pelatihan pada dasarnya adalah proses memberikan bantuan bagi para pekerja untuk menguasai keterampilan khusus atau membantu

---

<sup>50</sup> Sunardi dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015), 164.

memperbaiki kekurangannya dalam melaksanakan pekerjaan.<sup>51</sup>

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Pemilik Mitra Kampus bahwa strategi manajemen sumber daya manusia yang diterapkan salah satunya dengan mengadakan pelatihan untuk karyawan. Pelatihan ini dilakukan dengan tujuan karyawan dapat bekerja secara efektif dan menjadi karyawan yang berkualitas. Pelatihan yang diajarkan biasanya tentang marketing karena dalam hal marketing inilah yang menjadi peran paling penting dalam menjalankan sebuah bisnis.

Apabila karyawan masih belum menguasai tentang marketing maka pemilik Mitra Kampus akan mengajarkan bagaimana marketing yang baik untuk dilakukan agar sebuah usaha bisa cepat berkembang. Jadi, pelatihan ini dilakukan agar karyawan mampu bekerja secara maksimal dengan menggunakan strategi marketing yang telah diajarkan oleh pemilik kepada karyawan Mitra Kampus.

#### **d. Strategi Keuangan**

Dalam bukunya Manajemen Strategis, Irham Fahmi menjelaskan bahwa strategi keuangan merupakan suatu kajian yang menempatkan keputusan keuangan perusahaan memiliki pemahaman secara lebih luas dan jangka panjang termasuk dengan melihat dampak keputusan tersebut mampu memberi pengaruh pada stabilitas serta profit perusahaan secara jangka panjang.<sup>52</sup> Beberapa strategi keuangan yang dilakukan Mitra Kampus adalah sebagai berikut:

##### 1) Mencatat laporan penjualan

Pencatatan laporan keuangan bertujuan untuk melaporkan pada pengguna yang berkepentingan tentang kondisi operasi dan

---

<sup>51</sup> Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2018), 314.

<sup>52</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014, 208.

keuangan perusahaan.<sup>53</sup> Dalam menjalankan sebuah bisnis, mencatat laporan penjualan merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis. Dalam mencatat laporan penjualan Mitra Kampus mempunyai dua bentuk laporan yaitu laporan harian dan laporan bulanan. Untuk laporan harian biasanya diserahkan ke pemilik setiap toko sudah tutup.

Kemudian dari hasil laporan penjualan perhari dibuat laporan penjualan bulanan yang berisikan pemasukan yang di dapat per hari dan per bulan, pengeluaran selama satu bulan. Dari hasil laporan penjualan tersebut kemudian di cek oleh pemilik toko apakah laporan tersebut sudah benar atau masih ada kekeliruan. Laporan penjualan ini dibuat agar mengetahui apakah usaha yang dijalankan mengalami kenaikan omset atau penurunan omset sehingga bisa mengetahui usaha tersebut mampu berkembang dengan baik atau tidak.

## 2) Melakukan pengelolaan keuangan dengan baik

Pada tahap ini manajemen keuangan bertugas untuk mengelola dana perusahaan. bagi seorang manajer keuangan akan selalu memantau dan menganalisis dengan baik pada setiap tindakan dan keputusan yang akan diambil dengan memperhitungkan aspek-aspek keuangan dan non keuangan, terutama kondisi memungkinkan terjadinya profit dan kontinuitas perusahaan di kemudian hari.<sup>54</sup>

Menjadi seorang wirausaha jika ingin berhasil dalam menjalankan usahanya harus mampu mengelola keuangannya dengan baik. Seperti halnya Mitra Kampus dalam menerapkan strategi keuangan Bapak Sutiyono mampu mengelola keuangan dengan baik sehingga usaha yang beliau jalani mampu berkembang baik. Dalam mengelola keuangan, Bapak Sutiyono

---

<sup>53</sup> Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 199.

<sup>54</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 209.

menggunakan uang dari hasil penjualan tersebut digunakan kembali untuk menambah kebutuhan yang diperlukan dalam usahanya dan melengkapi produk yang dijual toko tersebut.

## 2. Analisis data Kendala Strategi Mempertahankan Bisnis ditengah Pandemi Pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus

Strategi mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus tentu terdapat kendala.

### a. Kendala

Menjalankan sebuah bisnis pasti memiliki sebuah tantangan tersendiri bagi seorang pebisnis. Munculnya pandemi yang hampir melanda seluruh penjuru dunia menyebabkan banyak aktivitas dari berbagai sendi kehidupan mengalami hambatan, salah satunya adalah aktivitas ekonomi.<sup>55</sup> Selama pandemi berlangsung pemerintah menerapkan aturan pembatasan sosial berskala besar sehingga aktivitas tatap muka langsung dibatasi oleh pemerintah. Adapun kendala yang dihadapi Mitra Kampus adalah sebagai berikut:

- 1) Minimnya pembeli pada masa pandemi karena ada aturan PSBB.

Adanya pandemi covid-19 membuat pemerintah mengeluarkan PP Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa dan mengakibatkan menurunnya angka penjualan.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Tamitha Intissar Husen dan Fitria Mandaraira, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Studi pada UMKM Wizz Kitchen Aceh Barat," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 2, (2021), 191.

<sup>56</sup> Putri Diah Junior Perdamaian dkk, "Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia," *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan* 2, no.3 (2020): 28.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak Sutiyono selaku pemilik Mitra Kampus mengungkapkan bahwa adanya aturan PSBB dari pemerintah yang menghimbau agar aktivitas masyarakat dibatasi dan sekolah-sekolah dilakukan secara daring guna memutus rantai covid-19 memberikan dampak negatif terhadap bisnis yang dijalankan. Salah satu dampak tersebut adalah toko Mitra Kampus menjadi sepi pengunjung.

Dalam memutus rantai penyebaran covid-19 pemerintah menerapkan aturan PSBB atau aktivitas masyarakat dilakukan dirumah dan menghimbau untuk tidak keluar rumah jika tidak ada keperluan yang mendesak memberikan dampak yang negatif terhadap operasional UMKM. Dampak yang dirasakan oleh Mitra Kampus adalah berkurangnya konsumen yang berbelanja. Selama pandemi berlangsung banyak konsumen yang memilih belanja secara online tanpa harus keluar rumah demi menjaga kesehatannya agar tidak tertular virus covid-19.

- 2) Sulit mendapatkan barang dengan harga murah dimasa pandemi.

Pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia telah melumpuhkan hampir semua aspek kehidupan manusia, perekonomian menjadi hal yang paling krusial ditengah wabah ini. Pandemi berimbas pada jumlah profit usaha menurun secara signifikan sebagai akibat dari tetapnya biaya produksi bahkan mungkin meningkat sedangkan jumlah penjualan menurun. Biaya usaha yang mengalami peningkatan harga selama pandemi seperti pada bahan baku, transportasi, tenaga kerja dan biaya lain-lain.<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup> Imanuddin Abil Fida, dkk, Transaksi –Commerce Sebagai Pertahanan UMKM ditengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Imtiyaz* 5, no.2, (2021), 54-55.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Sutiyono bahwa masa pandemi membuat beberapa produk yang dijual mengalami kenaikan harga akibat kelangkaan suatu produk. Seperti halnya alat pemotong *id card* pada masa pandemi banyak dicari oleh konsumen tetapi barangnya limit dan harganya yang sangat mahal sehingga kesulitan mencari produk tersebut dengan harga murah.

Masa pandemi berpengaruh terhadap kenaikan harga bahan baku, karena tidak tersediannya bahan baku dan sulit ditemukan. Beberapa perusahaan terpaksa harus menutup usahanya yang berakibat beberapa produk menjadi langka sehingga berpengaruh terhadap kenaikan harga suatu produk. Jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi, maka besar kemungkinan akan kalah saing dengan pebisnis yang lainnya. Kenaikan harga bahan baku membuat toko Mitra Kampus sulit mendapatkan suatu produk yang diminati konsumen pada masa pandemi dengan harga yang murah.

3) Keterlambatan dalam pengiriman barang.

Dampak wabah covid-19 terlihat hampir di seluruh sektor kehidupan masyarakat. Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu, melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat, pusat perbelanjaan sepi pengunjung dan ditutup sektor informal.<sup>58</sup> Selain itu, ada juga kendala distribusi produk akibat adanya pembatasan pergerakan distribusi produk di daerah tertentu, serta kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena UMKM masih bergantung pada

---

<sup>58</sup> Gina Nurushohifa Khaeruddin, dkk, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM di Masa Pandemi covid-19 Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Desa Bantar Jaya Bogor, Jurnal Akrab Juara 5, no.4 (2020), 87.



ketersediaan bahan baku dari sektor industri lainnya.<sup>59</sup>

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Bapak Sutiyono mengungkapkan bahwa keterlambatan dalam pengiriman barang disebabkan karena pada masa pandemi beberapa perusahaan terpaksa untuk menghentikan usahanya karena mengalami penurunan penjualan sehingga beberapa produk yang dicari sulit didapat.

Masa pandemi menyebabkan beberapa perusahaan terpaksa untuk tidak beroperasi. Adanya aturan pembatasan sosial berskala besar juga menyebabkan sulitnya mendapatkan bahan baku, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat sehingga Mitra Kampus dalam membeli suatu produk mengalami keterlambatan dan harus menunggu lama untuk kedatangan suatu produk yang dipesan. Keterlambatan dalam mengirim barang akan membuat konsumen merasa kecewa jika produk yang akan dibeli tidak memiliki stok di toko dan harus menunggu lama.

- 4) Tidak bisa berinteraksi secara langsung dengan konsumen dikarenakan aturan PSBB.

Pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial di Indonesia menjadikan dunia usaha harus melesu, hal ini disebabkan segala gerak harus dibatasi sehingga para pelaku usaha tidak lagi dapat beraktivitas seperti biasanya. Pemberlakuan *social distancing* mempunyai dampak yang tidak hanya sekedar menjauhkan hubungan fisik antar manusia saja melainkan kebijakan tersebut tentunya telah mengganggu perilaku ekonomi masyarakat.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Rannu Dyah Rahmadani dan Wasposito Tjipto Subroto, Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran* 10, no.2, (2022), 168.

<sup>60</sup> Ilham, dkk, "Kondisi Pengusaha Muda Indonesia di tengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmu Pendidikan Pkn dan Sosial Budaya* 4, no. 1, (2020), 63.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Salma selaku karyawan Mitra Kampus mengatakan bahwa selama masa pandemi toko sangat sepi dan hanya beberapa konsumen yang datang langsung. Beberapa konsumen juga berbelanja secara online melalui WhatsApp, tetapi lebih enak berkomunikasi langsung daripada lewat WhatsApp karena kadang terjadi kesalahpahaman dalam membeli suatu produk.

Masa pandemi membuat pemerintah mengeluarkan aturan untuk melakukan aktivitas dari rumah dan tidak keluar jika tidak ada kepentingan. Imbas dari peraturan tersebut toko Mitra Kampus mengalami kesulitan dalam berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Pada masa pandemi ada beberapa konsumen Mitra Kampus memesan produk secara online. Pemesanan secara online kadang terjadi kekeliruan dan kesalahpahaman antara karyawan dengan konsumen Mitra Kampus karena kurangnya komunikasi. Maka dari itu komunikasi secara langsung dinilai lebih efektif karena mudah dipahami.

5) Pemasaran melalui media sosial terdapat kendala pada jaringan

Krisis covid-19 memiliki efek mendadak dan luas pada perilaku konsumen. Aturan yang dikeluarkan pemerintah di era pandemi ini telah memaksa banyak orang untuk tinggal dirumah dan menyebabkan lonjakan penggunaan internet.<sup>61</sup> Pada masa pandemi pelaku UMKM juga dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk menggunakan digital

---

<sup>61</sup> Retno Sari Dewi, "Perlindungan Konsumen di Era Pandemi Virus Corona," *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Tulungagung*, 46.

marketing dan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumennya.<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Salma selaku karyawan Mitra Kampus menjelaskan bahwa pada masa pandemi berlangsung Mitra Kampus juga memasarkan produknya melalui media sosial dengan menggunakan aplikasi Whatsapp, Facebook, Instagram dan penggunaan aplikasi Siplah. Tetapi, penggunaan media sosial juga terdapat sedikit kendala pada jaringan. Kendala tersebut biasanya terjadi karena sinyal yang kurang mendukung sehingga komunikasi dengan konsumen terkadang kurang lancar akibat gangguan sinyal.

Selama pandemi berlangsung pemasaran banyak dilakukan secara online untuk memudahkan masyarakat berbelanja kebutuhan tanpa harus keluar rumah. Pemasaran secara online yang diterapkan di Mitra Kampus dinilai lebih menguntungkan karena penjualan mengalami peningkatan yang cukup baik pada masa pandemi. Penggunaan media sosial terkadang ada sedikit kendala pada sinyal yang kurang bagus. Oleh karena itu, Mitra Kampus dalam mengatasi hal tersebut harus memilih jaringan yang bagus demi kelancaran berkomunikasi secara online.

Pandemi covid-19 memberikan dampak yang cukup besar di berbagai sektor di Indonesia, khususnya dalam bidang UMKM. Pandemi ini mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan permintaan. Di sisi penawaran, perusahaan mengurangi pasokan bahan baku dan tenaga kerja serta rantai pasokan yang juga mengalami kendala. Di sisi permintaan, kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Untuk memutus rantai penyebaran covid-19, pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk

---

<sup>62</sup> Ade Onny Siagian dan Yoyok Cahyono, Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif, *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* 3, no.1, (2021), 207.

beraktivitas di dalam rumah, tentu saja aturan tersebut berpengaruh terhadap banyak hal terutama UMKM.<sup>63</sup>

Munculnya pandemi berpengaruh terhadap bisnis yang dijalankan Bapak Sutyono yaitu toko alat tulis kantor yang memiliki dampak cukup besar terhadap aturan yang diterapkan oleh pemerintah. Pemerintah menetapkan aturan PSBB kepada masyarakat sehingga membuat Mitra Kampus mengalami kendala saat menjalankan bisnis. Adapun kendala yang dihadapi adalah minimnya pembeli pada masa pandemi karena ada aturan PSBB, sulit mendapatkan barang dengan harga murah dimasa pandemi, Keterlambatan dalam pengiriman barang, tidak bisa berinteraksi secara langsung dengan konsumen dikarenakan aturan PSBB, dan pemasaran melalui media sosial terdapat kendala pada jaringan. Dari kendala tersebut langkah yang dapat dilakukan adalah tetap melakukan pemasaran dengan baik secara offline maupun online dan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk kepuasan konsumen agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan lancar untuk kedepannya.

---

<sup>63</sup> Rahmad Firdaus, “Strategi bertahan dan promosi UMKM dimasa pandemi covid-19 studi kasus pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota PangkalPinang,” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 7, no.1 (2021), 103.