

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Sektor Kuliner UMKM Sekitar Kampus Universitas Muria Kudus

a. Warung Makan kantin Bu Yuli

Warung makan kantin bu Yuli Kudus yang terletak di Jl. Lkr. Utara, Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Bae, Kudus yang lebih tepatnya berada didepan kampus Universitas Muria Kudus, lebih mengandalkan pelayanan yang baik dan kualitas produksi yang baik yaitu dengan menawarkan produknya khususnya ke mahasiswa Universitas Muria Kudus, Warung makan ini mulai buka pada tanggal 7 Januari 2010, oleh bu Yuli. Awal mendirikan usaha sampai sekarang Bu Yuli hanya mempunyai 1 karyawan.

Bu Yuli merupakan seorang perempuan yang lahir dikudus, dan beliau adalah lulusan SMA PGRI 1 Kudus. Beliau mencoba terjun di bisnis kuliner dengan membuka warung makan, karena beliau ingin membuat rumah dari hasil usahanya. Kondisi lingkungan pun juga mendukung, karena pada saat itu belum banyak usaha warung makan, persainganpun juga belum ketat, hanya ada satu dua warung makan saja.¹

Makanan yang disediakan di warung Bu Yuli yaitu sejenis makanan pokok, diantaranya: nasi pecel, nasi sop, soto, mie rebus, mie goreng, dan berbagai macam gorengan. Di warung Bu Yuli ini yang menjadi menu favorit para konsumen yaitu nasi sop. BuYuli memasarkan warung makannya dari dulu hingga saat ini, hanya dengan dari mulut ke mulut.

Dalam manajemen usahanya Bu Yuli memegang sendiri baik keuangan maupun pemasarannya, karena warung makan tersebut juga atas kepemilikannya sendiri. Dan ruko yang di pakai untuk menjalankan bisnisnya pun juga milik sendiri. Warung yang sudah berdiri sejak tahun 2010 tersebut menjual makanan pokok sehari hari, jadi penjualannya pun tidak hanya musiman. Seperti yang kita ketahui. Makanan pokok adalah sumber makanan manusia setiap hari, jadi tidak akan ada masanya karena itu merupakan kebutuhan mutlak yang akan diperlukan makhluk hidup untuk bertahan hidup.

¹ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan, pada tanggal 1 Agustus 2022

Pada saat itu modal utama yang di keluarkan Bu Yuli yaitu sekitar 200 ribu untuk berbelanja bahan-bahan baku yang dibeli dipasar dan jaraknya juga tidak jauh dari warung, dan juga dengan mengandalkan ala-alat teknologi yang sudah dimilikinya dirumah seperti kompor gas, dan blender untuk menggiling bumbu-bumbunya.²

Saat ini pendapatan di warung makan Bu Yuli berbeda dengan dulu, hal itu mungkin dikarenakan dari beberapa aspek seperti, tingkat persaingan yang semakin banyak, dan juga adanya Covid-19 yang telah muncul pada beberapa tahun ini, sehingga menyebabkan turunnya pendapatan untuk para pelaku UMKM, Jika dahulu bisa menghabiskan beras sekitar 5kg sampai dengan 9 kg dan keuntungan yang diperoleh bisa mencapai Rp 700.000 sampai dengan Rp. 1.000.000 lebih, tetapi pada saat ini ketika sudah banyak pesaing dan keadaan yang tidak stabil, hanya menghabiskan beras 2kg saja, dan keuntungan diwarungnya paling sepi sekitar Rp. 250.000 dan paling ramai sekitar Rp. 500.000.

Meski dengan demikian Bu Yuli mempunyai komitmen yang keras dalam menjalankan usaha, beliau berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Sehingga pelayanan dan kualitas produk Rumah Makan kantin Bu Yuli benar-benar diutamakan.³

b. Warung Makan Omah Maem “NUMAN”

Usaha Warung Makan Omah Maem “NUMAN” merupakan usaha kecil yang bergerak dibidang kuliner. Usaha tersebut merupakan usaha milik Bu Sa’adah, seorang perempuan yang berpenduduk asli kudas. Pada mulanya usaha ini didirikan oleh Bu Sa’adah pada tahun 20017 yang berlokasi di Jl. Raya, Gondangmanis (Perempatan UMK Ke Utara 300m) Kec. Bae, Kabupaten Kudus yang pada awalnya daerah pemasarannya masih berkisar di daerah tersebut⁴. Usaha tersebut kini memiliki 1 karyawannya saja.

Bu Sa’adah merupakan lulusan dari SMA NU Al-Ma’ruf Kudus. Alasan terjun di dunia bisnis kuliner yaitu karena rumah Bu Sa’adah yang cukup strategis dan cukup luas untuk dimanfaatkan membuka usaha warung makan yang peluangnya

² Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

³ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

juga besar. serta melihat peluang usahanya yang cukup besar juga.⁵

Jenis makanan yang disediakan tidak jauh beda dengan usaha warung makan Bu Yuli yaitu makanan pokok, tetapi ada beberapa menu yang berbeda diwarung Bu Sa'adah. Jenis makanan tersebut yaitu nasi pecel, nasi lodeh, nasi rames, nasi opor, nasi sop, sayur asem, sayur bening, dan soto kerbau

Usaha yang dimiliki Bu Sa'adah merupakan usaha milik sendiri, seperti yang sudah dibahas Bu Sa'adah membuka usaha ini karena ingin memanfaatkan halaman rumah yang cukup luas dan melihat tempatnya strategis serta memiliki peluang, untuk itu Bu Sa'adah tidak ingin menyalahgunakan kesempatan itu. Karena warung tersebut letaknya di depan rumah sendiri jadi warung tersebut juga hak milik sendiri.

Penjualan makanan tersebut bersifat permanen, karena usaha warung makan menyediakan kebutuhan makanan pokok dan itu akan dibutuhkan bagi semua orang, jadi dalam bisnis warung makan tidak mengenal adanya musiman.⁶

Awal mula Bu Sa'adah menjalankan usahanya yaitu dengan bermodal sekitar 350.000 untuk modal bahan baku, dengan modal tersebut Bu Sa'adah membeli bahan-bahan baku yang diperlukan diwarung. Dan Bu Sa'adah membelinya dipasar karena jaraknya yang dekat dengan warung. Untuk modal Teknologi yang digunakan dalam mengelola bahan makanannya menggunakan kompor gas, freezer untuk menyimpan daging dan ayam agar tidak mudah basi, kemudian juga ada blender dan penggilingan untuk membuat bumbu-bumbu.

Dalam satu hari keuntungan yang diperoleh tidak menentu tergantung dari penjualannya laris atau tidaknya, minimal pendapatan yang diperoleh sekitar Rp. 500.000. jika warung sedang ramai bisa mencapai Rp. 1000.000 Tetapi saat pandemi beberapa tahun lalu, pendapatan bisa lebih rendah dari sebelumnya, yaitu antara Rp. 300.000 sampai Rp.500.000. Tetapi kini sudah mulai berjalan normal, keuntungan yang diperoleh juga sudah mulai naik.⁷

⁵ Hasil wawancara dengan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

⁶ Hasil wawancara dengan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷ Hasil wawancara dengan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

c. Warung Makan Ampang Gadang

Warung Makan Ampang Gadang adalah salah satu rumah makan di sekitar kampus Universitas Muria Kudus yang didirikan oleh Mas Yogi, warung makan ini memiliki lokasi yang sangat strategis yakni di Jl. Lkr. Utara Umk No.37, Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, awal mulanya usaha ini di dirikan yaitu pada tahun 2017. Selain dekat dengan kampus Universitas Muria Kudus, rumah makan ini juga mudah di jangkau oleh masyarakat karena berada di daerah yang mudah diakses. Adapun jam operasional Rumah Makan Ampang Gadang ini dimulai buka dari pukul 08:00 WIB hingga 17:00 WIB, sehingga para pelanggan bisa menikmati hidangan untuk sarapan, makan siang di rumah makan tersebut.⁸

Warung Ampang Gadang merupakan warung yang memiliki beberapa cabang, warung yang terletak di dekat kampus Universitas Muria Kudus tersebut merupakan cabang ke tiga dari 3 warung yang ada. Usaha milik Mas Yogi yang sudah ada 3 cabang ini setiap warung memiliki 2 karyawan, dalam cabang ke 3 yang saya survei di kelola oleh Mas Musri dan Mas Jamal sebagai karyawan yang mengendalikan jalannya usaha Rumah Makan Ampang Gadang cabang 3. Mas Yogi selaku pemilik usaha merupakan lulusan SMA, dan 2 karyawannya yaitu Mas Musri dan Mas Jamal merupakan lulusan SMP. Alasan rumah makan ini didirikan karena beliau melihat peluangnya cukup besar, dan juga belum banyak yang membuka rumah makan padang. Jadi pemilik warung makan nasi padang tertarik untuk membuat cabang di desa ini.⁹

Ruko yang digunakan pada usaha rumah makan Mas Yogi yaitu menggunakan sistem sewa yang pertahunnya sekitar 23 juta. Sistem penjualan ini yaitu bersifat permanen karena pada usaha rumah makan merupakan usaha yang menjual makanan pokok yang setiap harinya akan dibutuhkan semua orang.¹⁰

Jenis makanan yang disediakan pada rumah makan Ampang Gadang yaitu berbagai olahan masakan padang diantaranya nasi rendang, nasi ayam, nasi ikan laut, nasi ayam gulai, nasi balado ikan, nasi paru, nasi kikil, nasi cumi, dan nasi

⁸ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁹ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

¹⁰ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

ikan laut. Bahan yang diperlukan dirumah makan Ampang Gadang dibeli dari pasar yang jaraknya tidak jauh dari warung. Teknologi yang digunakan untuk mengelola bahan makanan dengan menggunakan kompor gas, blender untuk menggiling bumbu-bumbu, magic com untuk memasak nasi, dan juga masih menggunakan kualii.¹¹

Adapun cara penyajian makanan di rumah makan Ampang Gadang ini yaitu dengan cara dihidangkan. Dihidangkan yang dimaksud disini adalah dengan cara menghidangkan semua menu makanan dan masakan diatas meja yang telah disediakan dan yang telah ditempati oleh pelanggan, sehingga para pelanggan bisa mencicipi semua menu masakan di rumah makan tersebut.¹²

Modal untuk bahan baku yang diperlukan pada rumah makan Ampang Gadang berkisar Rp.1.200.000, dengan modal awal tersebut sudah mendapat keuntungan kurang lebih Rp. 1.000.000 sampai Rp. 2.000.000 perharinya jika sedang ramai tetapi pada saat pandemi mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu dengan hasil pendapatan kurang lebih mencapai Rp. 500.000 sampai Rp. 750.000.

Harga jual diberikan sama rata yaitu semua serba 12.000, harga tersebut sudah lebih murah dari warung lain, karena mayoritas yang beli mahasiswa jadi diberi harga ekonomis sesuai kantong mahasiswa.¹³

B. Hasil Penelitian

1. Data tentang strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus

Dari hasil penelitian atau wawancara yang dilakukan dirumah makan kantin Bu Yuli, rumah makan Omah Maem “NUMAN” dan rumah makan Ampang Gadang, bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh ketiga rumah makan tersebut, yaitu menggunakan strategi pemasaran yakni diantaranya: bauran produk (product), bauran harga (price), bauran lokasi usaha (place), bauran promosi (promotion). Strategi pemasarn

¹¹ Hasil wawancara dengan Mas Mus ri selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

¹² Hasil wawancara dengan Mas Mus ri selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

¹³ Hasil wawancara dengan Mas Mus ri selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

tersebut bertujuan untuk meningkatkan keuntungan pada masing-masing usaha.

a. Warung Makan kantin Bu Yuli

Strategi pemasaran Warung Makan Kantin Bu Yuli memiliki beberapa strategi namun secara umum ada 3 strategi yang ditonjolkan diantaranya yaitu strategi produk, strategi harga dan strategi lokasi. Strategi tersebut memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan dan meningkatkan hasil penjualan. Strategi pemasaran pada bauran produk dilakukan dengan menjual menu makanan pokok yang memiliki beberapa macam olahan seperti nasi pecel, nasi sop, soto, mie rebus, mie goreng. Strategi pemasaran pada bauran harga dengan memasang harga yang lebih murah dan ekonomis dalam menjalankan usaha, pengambilan untung yang sedikit agar dapat dijangkau oleh kalangan mahasiswa. Strategi pemasaran pada Bauran lokasi memiliki tempat yang strategis, aksesnya yang mudah, memudahkan konsumen untuk datang ke warung.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli bahwa:

“strategi pemasaran yang dilakukan pada warung makan Kantin Bu Yuli memiliki 3 strategi yaitu strategi produk, strategi harga, dan strategi lokasi. Dari semua strategi tersebut tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan serta mencapai keuntungan.”¹⁴

1) Bauran produk

Strategi yang diterapkan di warung kantin Bu Yuli ini beliau tetap mempertahankan cita rasa produknya dari dulu sampai dengan sekarang, makanan yang dijual kualitasnya juga sama tidak ada yang berubah.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Yuli selaku pemilik warung makan bahwa:

“saya berdagang disini dengan ciri khas rasa sendiri agar beda dari yang lain, karena kan hampir sama semua jualan disini. Makanya saya juga harus tetap menjaga kualitas”¹⁵

¹⁴ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

¹⁵ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

Beberapa produk yang disediakan di warung makan kantin Bu Yuli yaitu nasi pecel, nasi sop, soto, mie rebus, mie goreng. Yang dimana menu makanan tersebut memiliki cita rasa yang selalu terjaga dan diolah bahan-bahan yang berkualitas dan masih segar dan juga penambahan bumbu-bumbu yang menjadikan masakan Bu Yuli agar memiliki ciri khas tersendiri.

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan Bu Yuli sesuai dengan pernyataan karyawannya yaitu Mbak Karimah, bahwa:

“Makanan di rumah makan Bu Yuli memiliki cita rasa yang khas termasuk menu nasi sop yang menjadi menu yang banyak disukai konsumen.”¹⁶

Salah satu menu makanan yang dijual di Warung Bu Yuli yaitu nasi sop yang banyak diminati oleh konsumennya. Menurut konsumen nasi sop Bu Yuli adalah salah satu menu yang cocok dimakan pagi ataupun siang hari, karena kuahnya yang gurih dan segar. Menu nasi sop yang menjadi favorit ditambah dengan sambal kecapnya yang pedas cukup banyak membuat para konsumen senang dan ketagihan untuk berkunjung di rumah makan Bu Yuli.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Heru selaku konsumen di warung makan Bu Yuli bahwa:

“Makanan disini memang nikmat, karena nasi sop yang hangat dan ditambah sambal kecap yang pedas memang cocok untuk dimakan siang-siang.”¹⁷

Strategi produk pada menu makanan yang di sediakan di warung makan kantin Bu Yuli mempunyai cita rasa yang berbeda dan berkualitas, menu makanan yang diolah dengan menggunakan bahan-bahan segar dan juga dengan penambahan bumbu yang diracik sendiri, membuat makanan di warung makan kantin Bu Yuli memiliki cita rasa tersendiri.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

¹⁷ Hasil wawancara dengan Mas Heru selaku konsumen warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

2) Bauran harga

Dari hasil wawancara dapat dilihat bahwa harga yang ditentukan di rumah makan Bu Yuli sudah sesuai dengan kondisi lingkungan disekitar, harganya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan rumah makan Bu Sa'adah (Omah Maem "NUMAN") dan rumah makan Ampang Gadang. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan Bu Yuli selaku pemilik warung makan bahwa:

"Harga jual untuk menu makanan diwarung saya memang lebih murah dari yang lain. Soalnya menurut saya nggak masalah mba jika dapat untung sedikit. Yang terpenting pendapatan setiap harinya bisa lancar to."¹⁸

Harga menu makanan di warung makan kantin Bu Yuli memang tergolong ekonomis karena memang Bu Yuli menyesuaikan kantong pelajar. Makanan yang disediakan rata-rata dimulai dari harga Rp. 5000 – Rp. 8000. Setelah dilakukan triangulasi sumber data sumber data pernyataan itu sesuai dengan pernyataan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan kantin Bu Yuli Bahwa:

"Menu makanan disini memang murah-murah mbak, kebanyakan menunya Cuma sekitar Rp. 5000 an aja kan yang beli rata-rata dari mahasiswa kampus jadi ya menyesuaikan kantong mahasiswa."¹⁹

Penetapan harga yang murah, mempengaruhi banyaknya mahasiswa Universitas Muria Kudus yang berkunjung di warung makan kantin Bu Yuli, karena harga yang terjangkau. Mahasiswa Universitas Muria Kudus jadi banyak yang tertarik untuk mengunjungi warung makan kantin BuYuli. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Heru selaku salah satu konsumen diwarung makan kantin Bu Yuli bahwa:

¹⁸ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

¹⁹ Hasil wawancara dengan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

“Makanan yang disediakan diwarung makan kantin Bu Yuli memang paling murah makananya saya suka makan disini, soalnya bisa ngirit uang jajan hehe.”²⁰

Berikut ini merupakan daftar harga menu makanan yang dijual diwarung makan kantin Bu Yuli:

Tabel 4. 1 Daftar Produk Dan Harga Jual Produk Warung Makan Kantin Bu Yuli

No	Menu Makanan	Harga
1	Nasi Pecel	5000
2	Nasi Sop	8000
3	Soto	7000
4	Mie Rebus	5000
5	Mie Goreng	5000

Berdasarkan data pada daftar menu diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual menu makanan diwarung kantin Bu Yuli tergolong murah dan ekonomis terhadap kantong mahasiswa.

3) Bauran lokasi

Strategi pemasaran pada bauran lokasi pada warung makan kantin Bu Yuli terkait lokasi tempatnya cukup strategis, dan dekat dengan jalan, hal tersebut akan memudahkan akses para konsumen yang ingin membeli diwarung makan kantin Bu Yuli. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Yuli selaku pemilik warung makan bahwa:

“Selain dekat dengan rumah, saya membuka usaha ini ya aksesnya mudah, strategis, dekat dengan kampus juga kan mbak. saya rasa akan lebih mudah kalo buka warung disini.”²¹

Tempat yang strategis dan memiliki akses yang mudah di warung makan kantin Bu Yuli membuat banyaknya orang yang berlalu lalang disekitar dapat mengundang pembeli secara tiba-tiba. Pernyataan ini

²⁰ Hasil wawancara dengan Mas Heru selaku konsumen warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

²¹ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

sesuai dengan apa yang di sampaikan Mbak Karimah selaku karyawan di warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:
 “Tempatnya yang strategis dan aksesnya yang mudah, membuat konsumen datang datang darimana saja.”²²

Bauran lokasi yang terkait dengan usaha rumah makan milik Bu Yuli ini mudah untuk dijangkau, karena tempatnyapun dekat dengan kampus Universitas Muria Kudus tepatnya di depan persis pintu masuk kampus. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Heru selaku konsumen di warung makan kantin Bu Yuli Bahwa:

“Letak warung yang strategis, dekat dengan kampus mebuat saya mudah untuk berkunjung. Soalnya kan saya mahasiswa kampus Universitas Muria kudus.”²³

Dari strategi lokasi warung makan kantin Bu Yuli memang cukup strategis dan mudah diakses sehingga sangat memudahkan pembeli untuk datang mengunjungi warung.

b. Warung makan Omah Maem “NUMAN”

Strategi pemasaran di warung makan Omah Maem “NUMAN” memiliki beberapa strategi namun secara umum ada 3 yang ditonjolkan pada strategi tersebut diantaranya strategi produk, strategi harga, dan strategi lokasi. Dari semua strategi pemasaran tersebut tujuannya adalah untuk mencapai keuntungan serta meningkatkan hasil penjualan. Strategi pemasarn pada bauran produk dilakukan dengan menjual beberapa menu makanan pokok diantaranya nasi opor, nasi lodeh, nasi rames, nasi pecel, nasi sop, sayur asem, sayur benig, dan soto kerbau. Strategi pemasaran pada bauran harga dilakukan dengan menyesuaikan ekonomi masyarakat sekitar, yaitu dengan harga standar tetapi masih memperoleh laba. Strategi pemasaran pada bauran lokasi dengan melakukan penempatan lokasi warung yang strategis, dengan memiliki lahan yang luas dan nyaman untuk tempat parkir. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

²² Hasil wawancara dengan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

²³ Hasil wawancara dengan Mas Heru selaku konsumen warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

“Strategi pemasaran yang dilakukan pada warung makan Omah Maem “NUMAN” memiliki beberapa strategi akan tetapi ada 3 strategi yang lebih ditonjolkan diantaranya strategi produk, strategi harga dan strategi lokasi. Dari semua strategi tersebut tujuannya adalah mencapai keuntungan serta meningkatkan hasil penjualan.”²⁴

1) Bauran produk

Pada warung makan Omah Maem “NUMAN” proses pemasaran pada bauran produk yang dilakukan yaitu dengan menjaga kualitas makanan, menu makanan yang disediakan di warung MAKAN Omah Maem “NUMAN” hampir sama dengan warung makan kantin Bu Yuli. Tetapi ada beberapa menu yang berbeda di warung makan Omah Maem “NUMAN” ini. Jenis-jenis menu yang disediakan pada warung makan Omah Maem “NUMAN” diantaranya: nasi opor, nasi lodeh, nasi rames, nasi pecel, nasi sop, sayur asem, sayur bening, dan soto kerbau. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Sa’adah sebagai pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Saya kalo jualan selalu mengutamakan kualitas makanan mbak, sebisa mungkin makanan saya selalu baru. Soalnya kan kalo makanannya basi juga bisa membahayakan pelanggan.”²⁵

Produk yang menjadi kegemaran para pembeli di warung makan Omah Maem “NUMAN” yaitu soto kerbau. Dimana soto kerbau yang disediakan pada rumah makan ini menggunakan irisan daging kerbau yang banyak disukai oleh pelanggan di warung ini. Setelah dilakukannya triangulasi sumber data dengan pernyataan Mbak Puji selaku karyawan di warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Menu disini yang menjadi ketertarikan pembeli ya nasi soto kerbaunya mbak. Mungkin di kebanyakan

²⁴ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

²⁵ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

tempat di deka-dekat dekat sini jualnya kan soto ayam ya, jadi pada beli disini nasi soto kerbaunya”.²⁶

Selain menu soto kerbau yang banyak diminati pembeli, menu nasi opornya juga tidak kalah nikmat. Nasi opor di warung makan Omah Maem “NUMAN” juga menjadi salah satu makanan yang disukai pelanggan untuk di nikmati saat sarapan. Kuahnya yang memiliki aroma rempah yang kuat, nasi opor di warung ini membuat konsumen selalu tertarik membeli sarapan di warung ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan Pak Muh selaku konsumen di warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Opornya disini enak, kalo kesini saya sering beli opor bumbunya terasa, cocok buat menu sarapan sambil nge teh.”²⁷

Pada strategi produk makan yang disediakan di warung makan Omah Maem “NUMAN” selalu menjaga kualitasnya, diwarung ini sangat mengutamakan hal tersebut.

2) Bauran harga

Startegi pada bauran harga pada warung makan Omah Maem “NUMAN” sudah sesuai dengan keadaan ekonomi masyarakat sekitar, harga standar yang di berikan pemilik warung ini dapat memudahkan, masyarakat sekitar untuk dapat membeli makanan di warung ini. Hal ini sesuai pernyataan yang diungkap oleh pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN” yaitu Bu Sa’adah bahwa:

“Untuk harga saya sesuaikan dengan kondisi ekonomi masyarkat sekitr. Jadi tidak mahal-mahal lah mbak, yang penting sesuai saja.”²⁸

Tidak hanya masyarakat sekitar melainkan mahasiwa kampus Universitas Muria Kudus juga menjadi target konsumen pada warung makan Omah Maem

²⁶ Hasil wawancara dengan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

²⁷ Hasil wawancara dengan Pak Muh selaku konsumen warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

²⁸ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

“NUMAN”. Setelah dilakukannya triangulasi sumber data pernyataan tersebut sesuai dengan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Harga makanan disini standar, makanya bukan hanya masyarakat sekitar saja yang jajan, mahasiswa dari kampus dekat sini juga kadang berkunjung disini mba.”²⁹

Ada beberapa menu disini yang harganya sangat ekonomis yaitu sekitar Rp. 3000 per porsi. Dan menu ini lumayan banyak diminati apalagi saat tanggal tua. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Pak Muh yang merupakan salah satu konsumen di warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Kalau harga makanan disini sih standar ya, tapi kalo mau lebih hemat dan murah biasanya saya pesen menu yang paling murah.”³⁰

Berikut ini merupakan daftar harga menu makanan yang dijual diwarung makan Omah Maem “NUMAN” :

Tabel 4. 2 Daftar Produk Dan Harga Jual Produk Warung Makan Omah Maem “NUMAN”

No	Menu	Harga
1	Nasi opor	Rp.10.000
2	Nasi lodeh	Rp.4.000
3	Nasi rames	Rp.4.000
4	Nasi pecel	Rp.5.000
5	Nasi sop	Rp.6.000
6	Sayur asem	Rp.3.000
7	Sayur bening	Rp.3.000
8	Soto kerbau	Rp.15.000

Berdasarkan data pada daftar menu diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual menu makanan diwarung

²⁹ Hasil wawancara dengan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

³⁰ Hasil wawancara dengan Pak Muh selaku konsumen warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

Omah Maem “NUMAN” tergolong standar dan sesuai dengan keadaan ekonomi masyarakat sekitar.

3) Bauran lokasi

Strategi bauran lokasi pada warung makan Omah Maem “NUMAN” tergolong masih strategis dari jangkauan masyarakat, letak warung makan yang berada di tengah-tengah masyarakat, dan juga memiliki jarak yang dekat dengan kampus Universitas Muria Kudus dapat mudah untuk di jangkau. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Lokasi warung saya cukup strategis yaitu dekat dengan penduduk warga desa selain itu kan jarak dengan kampus Universitas Muria Kudus juga dekat mbak.”³¹

Dilihat dari bauran lokasi yang strategis, tempat warung makan Omah Maem “NUMAN” disekitarnya juga terdapat beberapa UMKM kecil yang berada disekitar warung makan tersebut. Hal tersebut membuat para karyawan dapat berdatangan, karena melihat letaknya yang dekat dengan jangkauan tempat mereka bekerja. Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Warung ini memang cukup strategis, lokasi juga dekat dengan tempat laundry, jadi banyak juga pekerja laundry yang makan disini, soalnya kan dekat.”³²

Selain memiliki lokasi yang strategis, lahan parkir yang disediakan pada warung makan Omah Maem “NUMAN” cukup luas untuk para pelanggan yang datang dengan membawa sepeda motor, konsumen yang datang juga merasa nyaman. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Pak Muh selaku konsumen di warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

³¹ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

³² Hasil wawancara dengan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

“Tempat tergolong strategis selian itu juga cukup nyaman, termasuk tempat parkirannya juga cukup luas, jadi enak.”³³

Strategi lokasi pada warung makan Omah Maem “NUMAN” memiliki tempat atau lokasi yang strategis dan dapat memudahkan para konsumen untuk datang ke warung makan Omah Maem “NUMAN”. Selain itu penyediaan tempat parkir yang cukup luas membuat konsumen merasa nyaman.

c. Warung makan Ampang Gadang

Strategi pemasaran di warung makan Ampang Gadang memiliki beberapa strategi tetapi secara umum ada 4 yang ditonjolkan pada strategi tersebut diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi. Dari semua strategi tersebut tujuannya adalah untuk mencapai keuntungan dan penjualan yang meningkat pada usah. Strategi pemasaran pada bauran produk dengan menjual beberapa menu makanan khas padang diantaranya nasi rendang, nasi ayam, nasi ikan laut, nasi ayam gulai, nasi balado ikan, nasi paru, nasi kikil, nasi cumi, dan nasi ikan laut. Strategi pemasaran pada bauran harga dilakukan dengan memberi harga murah, bahkan sedikit di turunkan harganya dari pasaran umum, dibandrol dengan harga sama rata yaitu serba Rp. 12.000. Strategi pemasaran pada aspek lokasi yaitu dengan membuka usaha yang strategis, dan akses yang mudah. Sehingga mudah untuk diketahui. Strategi pemasaran pada bauran promosi dilakukan dengan melakukan pemasangan banner didepan warung, agar orang-orang yang lewat dapat mengetahui dengan jelas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Musri selaku karyawan di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Strategi pemasaran yang dilakukan di warung makan Ampang Gadang lebih menonjolkan 4 strategi diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi. Dari semua strategi tersebut tujuannya

³³ Hasil wawancara dengan Pak Muh selaku konsumen warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

adalah mencapai keuntungan dan meningkatkan penjualan usaha.”³⁴

1) Bauran produk

Warung makan Ampang Gadang pada proses pemasaran produknya selalu menjaga keutamaan rasa, cita rasa masakan padang yang khas. Mempunyai tempat yang cocok di lidah masyarakat Indonesia. Untuk itu warung makan Ampang Padang selalu menjaga cita rasa dari kemurnian masakan tersebut. Dalam berbagai menu yang disediakan warung makan Ampang Gadang ini menggunakan rempah-rempah pilihan yang dapat menonjolkan cita rasa khas padang itu sendiri. Pernyataan tersebut sesuai dengan Mas Musri selaku karyawan di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Makanan disini sangat menjaga cita rasa yang khas dari masakan padang, pengolahannya juga banyak menggunakan rempah-rempah, soalnya masakan padang kan memang terkenal dengan bumbunya yang nikmat.”³⁵

Selain menjaga cita rasa, bahan-bahan yang di olah untuk menu makanan pada warung Ampang Gadang memiliki kualitas yang bagus. Berbagai bahan seperti ikan, daging, ayam juga dibeli dengan kualitas yang masih segar. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Jamal selaku karyawan di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Makanan yang dijual ini selalu menggunakan bahan-bahan yang masih segar, terutama ikan, daging dan ayamnya. Kan kalo bahannya bagus pasti rasa masakannya juga enak.”³⁶

Warung makan Ampang Gadang menyediakan banyak menu masakan padang, diantaranya: nasi rendang, nasi ayam, nasi ikan laut, nasi ayam gulai, nasi balado ikan, nasi paru, nasi kikil, nasi cumi, dan nasi ikan laut.

³⁴ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

³⁵ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

³⁶ Hasil wawancara dengan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

Namun menu yang banyak di sukai konsumen di warung makan Ampang Gadang yaitu nasi rendang nya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mbak Nikmah selaku konsumen di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Makanan disini semuanya enak tapi saya lebih suka dengan nasi rendangnya, dagingnya empuk bumbunya terasa terus sambelnya juga banyak.”³⁷

Menu makanan pada warung makan Ampang Gadang yang menyediakan masakan padang, mengutamakan cita rasa. Bahan-bahan yang di gunakan juga berkualitas bagus, dan rempah rempah juga menjadi bahan yang penting dalam mengelola masakan khas padang tersebut.

2) Bauran harga

Strategi penetapan harga pada rumah makan Ampang Gadang memiliki harga yang cukup murah, jika dibandingkan dengan pasaran umumnya di warung makan padang, harga jualnya memang diturunkan sedikit dari harga jual pada umumnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Musri selaku karyawan di rumah makan Ampang Gadang, bahwa:

“Harga jual yang di tetapkan diwarung ini cukup murah, bahkan harganya pun juga sudah diturunkan sedikit.”³⁸

Secara umum harga nasi padang memang lumayan mahal, tetapi di rumah makan Ampang Gadang ini, memberi harga jual yang ramah kantong untuk Mahasiswa kampus Universitas Muria Kudus. di warung ini semua menyunya di berikan harga sama yaitu Rp. 12.000. Untuk menu makanan padang harga tersebut tidaklah mahal. Pernyataan ini sesuai dengan apa yang dikatakan Mas Jamal selaku karyawan di rumah makan Ampang Gadang, bahwa:

“Harga menu yang ada disini semuanya serba Rp. 12.000 saja mbak, kalo yang beli mahasiswa harganya kan jangan kemahalan.”³⁹

³⁷ Hasil wawancara dengan Mbak Nikmah selaku konsumen warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

³⁸ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

Dengan strategi harga yang murah konsumen selain mahasiswa warga sekitar juga banyak yang berdatangan. Mereka juga merasa tertarik dengan harga yang terbilang cukup murah. Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Mbak Nikmah selaku konsumen di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Harga disini lumayan murah, biasanya kalo menu padang kan lumayan mahal. Tapi disini harganya cukup ekonomis”⁴⁰

Berikut ini merupakan daftar harga menu makanan yang dijual diwarung makan Ampang Gadang:

Tabel 4. 3 Daftar Produk Dan Harga Jual Produk Warung Makan Ampang Gadang

No	Menu	Harga
1	Nasi rendang	Rp.12.000
2	Nasi ayam	Rp.12.000
3	Nasi ikan laut	Rp.12.000
4	Nasi ayam gulai	Rp.12.000
5	Nasi balado ikan	Rp.12.000
6	Nasi paru	Rp.12.000
7	Nasi kikil	Rp.12.000
8	Nasi cumi	Rp.12.000

Berdasarkan data pada daftar menu diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual menu makanan diwarung makan Ampang Gadang tergolong murah untuk menu masakan padang.

3) Bauran lokasi

Strategi pada bauran lokasi yang ada pada warung makan Ampang Gadang ini memiliki lokasi yang strategis. Warung ini lokasinya juga berdekatan dengan warung makan kantin Bu Yuli. Selain lokasi yang strategis aksesnya juga mudah, lokasi yang ramai dengan lalu lalang kendaraan disetiap hari, membuat konsumen

³⁹ Hasil wawancara dengan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Mbak Nikmah selaku konsumen warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

berdatangan secara tiba-tiba. Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Mas Musri selaku karyawan di warung makan Ampang Padang, bahwa:

“Lokasi ini sangat strategis aksesnya juga mudah, makanya mba konsumen jadi lebih gampang buat datang ke warung.”⁴¹

Selain itu warung makan Ampang Gadang memiliki jarak yang sangat dekat dengan Kampus Universitas Muria Kudus. hal tersebut memudahkan mahasiswa untuk berdatangan di warung makan rumah Ampang Gadang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mbak Nikmah selaku konsumen di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Sebagai mahasiswa Universitas Muria Kudus lokasi ini sangat strategis, soalnya memudahkan saya untuk datang saat jam makan siang.”⁴²

Lokasi yang strategis dekat dengan jalan raya, serta aksesnya yang mudah. Warung makan Ampang Padang, dapat mudah untuk diketahui serta dan memudahkan konsumen untuk datang diwarung makan.

4) Bauran promosi

Strategi pemasaran pada bauran promosi di warung makan Ampang Gadang dilakukan dengan memasang banner yang dipasang di depan warung makan Ampang Gadang, hal itu dilakukan untuk memudahkan konsumen untuk datang ke warung. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Musri selaku karyawan di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Promosi yang dilakukan saat ini hanya dengan memasang banner didepan warung mbak”.⁴³

Dengan memasang banner didepan warung makan Ampang Gadang. Supaya dapat diketahui banyak orang, termasuk orang-orang yang sedang lewat disekitaran.

⁴¹ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁴² Hasil wawancara dengan Mbak Nikmah selaku konsumen warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁴³ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Mas Jamal selaku karyawan di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Kalau mengenai promosi warung Ampang Gadang ini memasang banner didepan biar memudahkan orang-orang yang lewat disekitaran.”⁴⁴

Banner yang terpasang didepan warung merupakan, salah satu promosi yang cukup praktis. Selain menghemat waktu dan biaya, promosi tersebut juga cukup jelas untuk memberi tahu orang-orang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mbak Nikmah, bahwa:

“Pemasangan banner diwarung ini jelas, saya melihat banner yang dipasang diwarung ini dari sebrang jalanan, membuat saya tertarik untuk datang kesini.”⁴⁵

Promosi yang dilakukan pada warung makan Ampang Gadang dengan melakukan pemasangan banner didepan warung, membuat konsumen semakin jelas untuk mengetahui sehingga hal tersebut mampu meningkatkan jumlah konsumen.

2. Data Tentang cara pelaku UMKM di sekitar kampus Universitas Muria Kudus mendapat keuntungan di masa Pandemi Covid 19

Hasil penelitian atau wawancara yang sudah dilakukan di beberapa UMKM disekitar kampus Universitas Muria Kudus diantaranya rumah makan kantin Bu Yuli, rumah makan Omah Maem “NUMAN” dan rumah makan Ampang Gadang, bahwa beberapa pelaku UMKM di sekitar kampus Universitas Muria Kudus mereka melakukan pengurangan karyawan istilah tersebut bisa disebut dengan *downsizing*. Cara itu dilakukan untuk memperoleh keuntungan pada masing-masing usaha di era pandemi Covid 19.

a. Warung makan Kantin Bu Yuli

Pandemi yang terjadi selama kurang lebih 2 taun memberi dampak buruk bagi para pelaku usaha termasuk usaha warung makan Kantin Bu Yuli yang megakibatkan penghasilan menurun. Karena target utama pada warung

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Mbak Nikmah selaku konsumen warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

makan Bu Yuli adalah mahasiswa Universitas Muria Kudus, hal itu berdampak terhadap penjualan warung makan Kantin Bu Yuli. Karena pada saat pandemi pemerintah menerapkan sistem belajar online sehingga penjualan di warung makan sekitar kampus tersebut menjadi sepi. Hal sesuai dengan pernyataan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“sangat berpengaruh mbak, diwarung ini kan yang menjadi target utamanya mahasiswa. Tapi saat pandemi sistem belajarnya jadi online, karena aktivitas yang dibatasi jadinya kampus sepi. Jadi sedikit sekali yang berkunjung, pada saat itulah pendapatan sangat menurun drastis”.⁴⁶

Akibat penghasilan yang menurun, warung makan Kantin Bu Yuli terpaksa melakukan tindakan dengan memberhentikan karyawan yang bekerja di warungnya. cara itu terpaksa dilakukan karena dampak pandemi yang cukup berpengaruh terhadap penghasilannya yang menurun. Hal ini sesuai pernyataan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Saat pandemi berlangsung selama 2 tahun karyawan yang biasa bekerja dengan saya, terpaksa saya berhentikan. Karena pendapatan yang cukup minim, jadinya saya tidak bisa untuk bayar karyawan. Karena itu satu-satunya cara agar warung tetap bertahan meski pemasukan tidak sebanyak saat keadaan normal”.⁴⁷

Dampak pandemi yang membawa pengaruh pada warung makan Kantin Bu Yuli membuat pendapatan yang dihasilkan mengalami penurunan sehingga harus dilakukan pengurangan karyawan supaya usaha pada warung makan Kantin Bu Yuli tetap bertahan dan untung.

b. Warung makan Omah Maem “NUMAN”

Dampak Covid-19 yang terjadi pada tahun lalu mengakibatkan penurunan penghasilan yang cukup besar pada berbagai macam UMKM yang ada di Indonesia, termasuk warung makan Omah Maem “NUMAN”. Dalam masa

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

pandemi tersebut penghasilan yang di dapat oleh rumah makan Omah Maem Numan mengalami penurunan. Kegiatan masyarakat yang dibatasi membuat aktivitas jadi tidak berjalan, hal tersebut sangat membawa dampak perekonomian masyarakat, termasuk kegiatan jual beli di warung makan Omah Maem “NUMAN”. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, bahwa:

“Dampak pandemi yang terjadi selama 2 tahun cukup berdampak pada penghasil, kegiatan yang dibatasi membuat aktivitas jadi terhambat. Warung makan ini yang awalnya cukup rame, jadi lumayan sepi saat itu”.⁴⁸

Karena keadaan yang memburuk warung makan Omah Maem “NUMAN” melakukan tindakan untuk mengatasi dampak dari pandemi Covid-19 tersebut, dengan cara mengurangi jumlah dagangan makanannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN” bahwa:

“Saat pandemi terjadi, saya menyediakan dagangan tidak sebanyak saat keadaan masih normal. Menu yang saya sediakan hanya setengah dari jumlah biasanya, hal ini memang tidak memberi keuntungan yang sama pada saat masih normal. Tetapi setidaknya bisa mengatasi supaya tidak terjadi kerugian.”⁴⁹

Terjadinya pandemi Covid 19 mengakibatkan kerugian pada warung Omah Maem “NUMAN” sehingga pemilik melakukan penanggulangan dengan cara mengurangi atau memberhentikan karyawan, karena hal itu merupakan cara pemilik warung tetap mempertahankan usahanya agar tetap untuk dalam pendapatannya.

c. Warung makan Ampang Gadang

Terjadinya pandemi dalam beberapa tahun lalu mengakibatkan penjualan menurun bagi sekelompok pelaku usaha, beberapa UMKM sempat mengalami guncangan yang lumayan berdampak terhadap hasil penjualan saat itu.

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

Kegiatan yang dibatasi oleh pemerintah memberi efek yang cukup besar terhadap aktivitas perekonomian masyarakat, hal tersebut juga dialami oleh warung makan Ampang Gadang. Pada saat itu warung makan Ampang Gadang mengalami penurunan omset, penjualan yang biasanya cukup ramai, saat terjadi pandemi warung makan tersebut menjadi cukup sepi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Musri selaku karyawan utama pada warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Dampak pandemi pada saat itu membuat penjualan menurun sehingga penghasilannya sangat berkurang dari biasanya.”⁵⁰

Melihat kondisi yang semakin memburuk warung makan Ampang Gadang, melakukan cara agar supaya usahanya tetap bertahan dan dapat berjalan di masa yang kritis pada saat itu. Pengurangan karyawan menjadi solusi terbaik menurut pemilik warung makan tersebut, hal itu dilakukan untuk mengurangi biaya pengeluaran karena pada saat itu juga pemasukan tidak normal seperti dulu sebelum terjadinya pandemi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Mas Musri selaku karyawan utama pada warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Saat pandemi terjadi salah satu dari karyawan diberhentikan, pada saat itu teman saya yang diberhentikan. Soalnya aktivitas yang mati membuat warung ini lumayan berpengaruh. Terpaksa dilakukan supaya pendapatan yang menurun tidak merugikan warung.”⁵¹

Memberhentikan karyawan merupakan usaha yang dilakukan untuk tetap mempertahankan usaha pada warung makan Ampang Gadang agar tetap untung di era masa pandemi Covid 19.

3. Data Tentang Strategi Pemasaran UMKM sektor kuliner di sekitar kampus Universitas Muria Kudus pada Etika dan Perilaku Bisnis Islam

Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan terhadap beberapa warung makan di sekitar kampus Universitas Muria

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁵¹ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

Kudus mengenai Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut erika dan perilaku bisnis islam dalam menerapkan aturan atau syariat islam yang diyakini pemilik sebagai umat muslim terkait dengan dalam menjalankan bisnisnya. Ekonomi islam yang diterapkan dalam bisnis syariah serta etika bagi para pelaku usaha yang diterapkan dalam manajemen bisnis syariah pada strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 disekitar kampus Universitas Muria Kudus meliputi kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

a. Warung makan Kantin Bu Yuli

Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut etika dan perilaku bisnis islam pada warung makan Kantin Bu Yuli, Aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis syariah meliputi kepribadian spiritual (*Taqwa*), tanggung jawab (*Responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*). Pada perilaku kepribadian spiritual (*Taqwa*), warung makan Kantin Bu Yuli mengatur waktu solat yang bersamaan dengan banyaknya pembeli yang datang dengan cara bergantian dengan karyawannya. Pada perilaku tanggung jawab (*Responsibility*), di warung makan Kantin Bu Yuli selalu menjaga kebersihan tempat dan makanannya agar konsumen merasa nyaman dan tertarik. Serta kehalalan makanan yang sudah dipastikan sesuai dengan syariat islam. Sikap berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), pada warung makan Kantin Bu Yuli dengan memberi harga sama dan tidak membedakan meskipun itu dengan pembeli yang dikenali. Sikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), pada warung makan Kantin Bu Yuli sikap dan pelayanan ramah terhadap konsumen, yang dimana konsumen adalah raja, jadi harus dilayani dengan baik . Hal itu sesuai dengan pernyataan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Dalam pemasaran bisnis kuliner diwarung makan Kantin Bu Yuli saya mempriorotaskan penerapan aturan serta etika bisnis islam yang sesuai dengan kaidah islam.

Apalagi saya seorang muslim, sudah seharusnya saya menjalankan usaha saya sesuai dengan syariat islam.”⁵²

Berikut merupakan penjelasan mengenai prinsip dan etika dalam ekonomi islami yang diterapkan dalam bisnis syariah:

1) Kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Dalam islam kita diperintahkan untuk selalu mengingat Allah SWT. Bahkan ketika kita sedang sibuk kita harus bertanggung jawab dengan kewajiban kita sebagai umat muslim. Kehidupan tidak dapat berjalan dengan sempurna tanpa adanya kita mengingat Allah. Kesibukan dunia yang menjadikan kelalaian dalam beribadah membuat dunia kita akan berantakan. Banyaknya konsumen yang datang saat bersamaan dengan datangnya waktu solat, tidak membuat kewajiban kita sebagai muslim lalai untuk menunaikan ibadah solat. Dengan kita tetap mengutamakan kewajiban, justru hal itu membuat warung menjadi ramai. Karena ketika kita lebih mengutamakan perintah Allah pastinya Allah akan membuka pintu-pintu rizki dengan lebar. Hal itu sesuai dengan apa yang di katakan oleh Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Meskipun lagi banyak pembeli, jika sudah waktunya kami tetap melaksanakan dengan cara bergantian. Karena perintah Allah lebih penting, dengan solat pintu rizki kita juga semakin dibuka mbak.”⁵³

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Kalau warung sedang ramai biasanya ya solatnya bergantian dengan Bu Yuli.”⁵⁴

Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di

⁵² Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

⁵³ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut etika dan perilaku bisnis islam berdasarkan pada kaidah pemilik usaha sebagai seorang muslim wajib mengikuti aturan sesuai syariat islam. Perilaku dan etika bisnis yang dijalankan menurut syariat islam yang berdasarkan Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di warung makan Kantin Bu Yuli meliputi sikap kepribadian spiritual (Taqwa). Warung makan Kantin Bu Yuli melaksanakan waktu solat secara bergantian dengan karyawan untuk memenuhi kewajibannya sebagai umat islam.

2) Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut etika dan perilaku bisnis islam pada perilaku tanggung jawab, warung makan Kantin Bu Yuli bertanggung jawab dalam mengelola makanan yang halal dan menjaga kebersihannya sesuai dengan syariat islam yang ditetapkan. Menyediakan menu makanan yang halal tidak hanya dengan prosesnya saja namun juga halal cara memperolehnya, kehalalan makanan sangat diutamakan bagi umat islam. Hal itu sangat diutamakan karena memakan makanan halal merupakan aturan Nabi Muhammad SAW yang harus dilaksanakan umat muslim. Dan kebersihan merupakan tanggung jawab yang utama, kebersihan merupakan kenyamanan untuk konsumen. Makanan yang bersih serta tempat yang bersih, dapat memberi kenyamanan dan ketertarikan konsumen. Hal itu sesuai dengan apa yang di katakan oleh Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Kebersihan disini akan tetap selalu dijaga, soalnya kalo tempanya bersih pasti pembeli juga merasa nyaman dan tertarik untuk makan disini. Kalo soal kehalalan sudah terjamin, apalagi saya kan muslim, baik itu halal cara memperolehnya maupun halal secara prosesnya, insyallah sesuai dengan syariat islam.”⁵⁵

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Heru selaku konsumen di warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Makanan disini bersih dan halal, dilihat dari menunya juga tidak menjual makanan-makanan yang dilarang dalam islm, jadi insyaallah halal.”⁵⁶

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Dalam menjalankan bisnis keadilan sangatlah penting, harga yang diberikan di warung makan kantin Bu Yuli tidak membedakan antara konsumen yang dikenal maupun tidak dikenal. Allah memerinta kita sebagai umat muslim untuk berbuat adil meskipun dengan orang yang tidak seiman dengan kita. Dengan bersikap adil tidak akan menimbulkan kecemburuan antara pembeli satu dengan pembeli yang lain. oleh karena itu warung makan Kantin Bu Yuli sangat memperhatikan perilaku tersebut. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Untuk pemberian harga saya samakan, entah itu dengan yang dikenal maupun tidak. Kalo ada kecemburuan nanti pembeli malah kecewa.”⁵⁷

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Harga jual menu makanan disini semuanya sama, pemberian harga dengan pembeli siapapun juga sama mbak.”⁵⁸

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Sikap melayani dengan baik serta rendah hati merupakan hal utama yang wajib diterapkan oleh pelaku usaha. Di warung makan Kantin Bu Yuli sikap dalam melayani konsumen selalu ditunjukkan dengan baik, konsumen akan senang jika pelayanan yang diberikan sangat ramah. Pembeli adalah raja, itulah yang diterapkan

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Mas Heru selaku konsumen warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Mbak Karimah selaku karyawan warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

pada pelayanan di warung makan Kanti Bu Yuli oleh karena itu pembeli sangat di hormati dan di layani sesuai dengan apa yang di inginkan. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Kita melayani pembeli harus ramah, ibarat kata kan pembeli adalah raja mbak, jadi akan dilayani dan dihormati sesuai apa yang di inginkan pembeli.”⁵⁹

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Heru selaku konsumen di warung makan Kantin Bu Yuli, bahwa:

“Pelayanan disini sangat ramah, apapun yang kita mau dilayani dengan baik.”⁶⁰

b. Warung makan Omah Maem “NUMAN”

Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut etika dan perilaku bisnis islam pada warung makan Omah Maem “NUMAN. Aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis syariah meliputi kepribadian spiritual (*Taqwa*), tanggung jawab (*Responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*). Pada perilaku kepribadian spiritual (*Taqwa*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” mengatur kewajiban umat muslim yaitu melaksanakan solat dengan cara bergantian dengan karyawan. Pada perilaku tanggung jawab (*Responsibility*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” kebersihan yang dijaga agar tidak membahayakan konsumen dan hidangan makanan yang disediakan halal sesuai dengan syariat islam. Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” harga yang diberikan sama, antara pelanggan yang dikenali maupun tidak. Membedakan harga didalam islam tidak sesuai dengan ajaran Rasulullah. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” pelayanan yang diberikan sangat menghargai pembeli, memberi senyuman dan memperlakukan

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Bu Yuli selaku pemilik warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Mas Heru selaku konsumen warung makan Kantin Bu Yuli, pada tanggal 1 Agustus 2022

konsumen dengan sopan adalah cara yang dilakukan di warung makan tersebut. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", bahwa:

"Menjalankan usaha pada warung makan Omah Maem "NUMAN" produk makan yang dipasarkan mengutamakan perilaku etika berbisnis dalam islam, dengan menjalankan usaha sesuai dengan aturan rasulullah maka akan diberi kemudahan dalam menjalankannya."⁶¹

1) kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Sebagai seorang muslim kewajiba beribadah adalah keutamaan dalam hidup. Warung makan Omah Maem "NUMAN" memprioritaskan kewajiba beribadahnya, saat konsumen banyak berdatangan pada saat waktu solat telah tiba, Bu Sa'adah serta karyawannya melaksanakan ibadah solat dengan bergantian. Melaksanakan kegiatan dunia tanpa menjalankan perintah Allah merupakan ketidakseimbangan dalam menjalankan kehidupan. Hal itu sesuai apa yang dikatakan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", bahwa:

"Meski sedang banyak pembeli saya selalu melaksanakan solat secara bergantian dengan karyawan. Menurut saya itu kewajiban yang harus diutamakan, bagaimanapun juga usaha saya ini tidak dapat berjalan lancar jika tidak mengutamakan perintah Allah."⁶²

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut ssuai dengan pernyataan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem "NUMAN", bahwa:

"Saya melaksanakan solat dengan gantian sama Bu saadah. Kalo solatnya barengan kan tidak ada yang

⁶¹ Hasil wawancara dengan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

⁶² Hasil wawancara dengan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

jaga warung. Pasti kalo sudah waktunya insyaallah langsung dikerjakan dengan bergantian.”⁶³

2) Tanggung jawab (*Responsibility*)

Perilaku tanggung jawab pada warung makan Omah Maem “NUMAN” bertanggung jawab atas kebersihan serta kehalalan yang disediakan pada menu makanan di warung makan tersebut. Kebersihan makanan yang dijaga selain untuk menarik ketertarikan pelanggan juga agar tidak memnahayakan bagi yang memakan. Dan kehalalan yang diutamakan dalam warung makan Omah Maem “NUMAN” juga diperhatikan, karena hal tersebut merupakan aturan dalam islam untuk itu bahan-bahan yang digunakan sudah pasti halal. Hal itu sesuai dengan pernyataan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, bahwa:

“Kebersihan makanan yang utama, soalnya kebersihan dapat membuat konsumen tertarik, selain itu juga kalo makanannya bersih tidak akan membahayakan yang maka. Kalo kehalalan makanan insyaallah halal, bahan-bahan yang digunakan juga sesuai kaidah islam. Untuk daging juga saya gunakan yang sudah berlangganan dengan penjualnya, daging yang disembelih sesuai dengan syariat islam.”⁶⁴

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Pak Muh selaku konsumen di warung makan Omah Maem “NUMAN”, bahwa:

“Makanan diwarung ini bersih, saya lihat pengolahannya juga terlihat sekali sangat menjaga kebersihan. Untuk kehalalan makan saya rasa tidak ada menu makanan disini yang bahannya menggunakan bahan-bahan yang tidak dibolehkan dalam islam.”⁶⁵

⁶³ Hasil wawancara dengan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Pak Muh selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut netika dan perilaku bisni islam pada perilaku adil dalam berbisnis, terkait pemberian harga pada konsumen yang dikenal maupun tidak dikenal warung makan Omah Maem “NUMAN” tidak membedakan. Semua menu makanan yang disediakan di warung tersebut diberi harga sama terhadap semua konsumen, menurut pemilik warung perbedaan dalam memberikan harga tidaklah baik karena hal itu pun tidak sesuai dengan ajaran islam. Hal itu seusai dengan apa yang dikatakan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, bahwa:

“Harga yang saya berikan sama baik itu dengan konsumen yang saya kenali maupun yang tidak dikenali. Dalam islam kan juga nggak boleh kalo kita memberi harga yang beda-beda.”⁶⁶

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut ssuai dengan pernyataan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, bahwa:

“Harga yang diberikan untuk semua pembeli sama, entah itu dengan pembeli yang kenal maupun tidak kenal. Kalo pemberian harga kan termasuk nyawa dari usaha itu sendiri kan, jadi memang seharusnya tidak dibedakan.”⁶⁷

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Sikap melayani pelanggan dengan baik merupakan hal penting dalam membangun usaha, pemberian pelayanan yang baik serta sikap rendah hati yang kita tunjukkan akan memberi kenyamanan untuk para konsumen. Konsumen bisa puas dan bahkan tertarik untuk berlangganan karena sikap baik kita. Dalam agama islam, rasulullah juga mengajarkan kita untuk saling menyayangi sesama. Termasuk juga terhadap konsumen, sikap pelayanan yang

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Bu Sa’adah selaku pemilik warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Mbak Puji selaku karyawan warung makan Omah Maem “NUMAN”, pada tanggal 9 Agustus 2022

baik dan ramah itulah yang akan membawa usaha akan semakin berkembang. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan Bu Sa'adah selaku pemilik Omah Maem "NUMAN", bahwa:

" Kami selalu berusaha melayani konsumen dengan sebaik mungkin, karena kan kalo misal kita melayaninya dengan sikap yang baik pastinya pembeli akan senang, dan bahkan bisa menjadi langganan. Berbuat baik itu kan harus mbak, agama kita juga mengajarkan kebaikan, jadi melayani konsumen dengan baik itu harus."⁶⁸

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Pak Muh selaku konsumen di warung makan Omah Maem "NUMAN", bahwa:

"Pelayanannya baik, cara penjual melayaninya juga santun. Penjualnya bersikap akrab dengan pembeli."⁶⁹

c. Warung makan Ampang Gadang

Strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus menurut etika dan perilaku bisnis islam pada warung makan Ampang Gadang. Aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis syariah meliputi kepribadian spiritual (*Taqwa*), tanggung jawab (*Responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*). Pada perilaku kepribadian spiritual (*Taqwa*), di warung makan Ampang Gadang peraturan solat tepat waktu dengan cara bergantian yang telah ditetapkan dalam aturan dari usaha tersebut. Pada perilaku tanggung jawab (*Responsibility*), di warung makan Ampang Gadang tanggung jawab dalam menjaga kebersihan tempat maupun kebersihan makanan merupakan kunci utama serta kehalalan makanan yang insyaallah sudah gterjamin halalnya karena mengingat pemiliknya sendiri juga seorang muslim. Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), di warung makan Ampang Gadang membeikan harga yang sama, harga di warung makan tersebut sudah di tarif dengan harga yang

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Bu Sa'adah selaku pemilik warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Pak Muh selaku konsumen warung makan Omah Maem "NUMAN", pada tanggal 9 Agustus 2022

pas yaitu 12.000 rupiah. Entah itu dengan konsumen yang dikenal maupun tidak dikenali. Harga pas yang tidak bisa kurang dan lebih tersebut merupakan salah satu strategi yang sudah di tetapkan dalam menjalankan usahanya. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), di warung makan Ampang Gadang pelayanan yang diberikan ketika konsumen datang dengan mempersilahkan konsumen untuk memilih menu makan yang di inginkan. Konsumen yang datang dilayani sesuai dengan urutan. Pemberian layanan yang baik dan sopan menjadi tata cara dalam melayani konsumen pada warung makan tersebut. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan Mas Musri selaku karyawan utama dalam mengelola warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Strategi pemasaran pada warung makan Ampang Gadang ini juga melaksanakan kaidah islam dalam berbisnis yaitu menerapkan perilaku etika berbisnis. Menjalankan usaha dengan ridha Alla, yaitu dengan mengedepankan aturan atau perintah Allah sesuai syariat merupakan hal yang harus dilakukan dalam menjalankan usaha.”⁷⁰

1) kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Dalam menjalankan usaha keutamaan dalam mengingat Allah adalah kewajiban yang tidak boleh ditinggalkan. Peraturan yang ditetapkan oleh pemilik warung makan Ampang Gadang yaitu melaksanakan kewajiban pada waktunya dan secara bergantian dengan karyawan lain. aturan ini diterapkan untuk agar selalu mengingat kepada yang maha kuasa, karena ibadah merupakan kewajiban. Hal itu sesuai dengan perkataan Mas Musri selaku karyawan utama yang mengelola warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Untuk waktu solat biasanya saya bergantian dengan teman saya yang juga karyawan di warung ini. Kalopun pembelinya lagi banyak, kalo sudah waktunya biasanya kami akan langsung bergantian untuk melaksanakan solat. Karena itu juga merupakan ketentua dari pemilik warung makan ini.”⁷¹

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷¹ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan, kalo sudah waktunya saya akan melaksanakan kewajiban solat bergantian dengan Mas Musri.”⁷²

2) Tanggung jawab (*Responsibility*)

Sikap tanggung jawab kita sebagai muslim dalam menyediakan kebersihan serta kehalalan terhadap produk yang akan dijual. Diwarung makan Ampang Gadang ini kebersihan mengenai tempat sangat diperhatikan, penataan sajian makanan, tempat yang selalu dibersihkan ketika sudah selesai digunakan menjadi keharusan dalam warung makan Ampang Gadang tersebut. Kehalalan pada warung makan Ampang Gadang juga diperhatikan, bahan yang digunakan dan cara mengolahnya sesuai dengan syariat islam. Hal itu sesuai dengan perkataan Mas Musri selaku karyawan utama yang mengelola warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Kebersihan disini menjadi kunci utama kami dalam berjualan. Selain sajian yang tertata, piring kotor yang telah digunakan juga langsung dicucui, dan meja langsung kembali dibersihkan setelah selesai digunakan. Jadi memang harus benar-benar bersih semua makanannya dan tempat makan di warung ini. Kehalalan makanan diwarung ini insyaallah terjamin, karena yang punya warung juga seorang muslim. Jadi sudah pasti syaria’at islam diterapkan dalam menjalankan warung makan ini.”⁷³

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mbak Nikmah selaku konsumen di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Saya sering makan disini, menurut saya warung ini sangat bersih. Selain makanannya yang tertata rapi, tempatnya juga bersih cukup nyaman. Makanannya

⁷² Hasil wawancara dengan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷³ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

juga halal, semua menu yang disediakan merupakan menu yang dihala lkan dalam islam.”⁷⁴

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Dalam memberikan harga pada konsumen harus berlaku adil, pada warung makan Ampang Gadang harga yang diberikan sudah ditetapkan oleh pemilik warung tersebut. Harga yang tidak tawar menawar di terapkan dalam warung tersebut selain tidak merumitkan jalannya usaha, hal tersebut sesuai dengan ajaran islam yang diperintahkan agar berperilaku adil. Untuk itu harga yang diberikan sama dengan semua pelanggan entah itu kenal maupun tidak kenal. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan Mas Musri selaku karyawan utama yang mengelola warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Harga yang sudah ditetapkan di warung makan Ampang Gadang ini sudah harga pas, semuanya seharga 12.000. Jadi tidak ada perubahan harga meskipun dengan konsumen yang dikenal.”⁷⁵

Setelah dilakukan triangulasi sumber data pernyataan tersebut ssuai dengan pernyataan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Harga yang diberikan sudah ditentukan oleh pemilik warungnya sendiri, saya sebagai karyawan tidak akan merubah, apalagi memberi harga yang berbeda antara pembeli satu dengan pembeli yang lain.”⁷⁶

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Perilaku yang di tujukan dalam bersikap saat melayani konsumen di warung makan Ampang Gadang dengan melayani konsumen yang datang dengan sopan, mempersilahkan konsumen yang datang dan melayani konsumen sesuai dengan antrian. dalam pelayanan tersebut semangat dan senyuman juga di utamakan untuk membuat pelanggan agar merasa nyaman karena pelayanan yang

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Mbak Nikmah selaku konsumen warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Mas Jamal selaku karyawan warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

ramah. Hal itu sesuai dengan apa yang dikatakan Mas Musri selaku karyawan utama yang mengelola warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Kami melayani konsumen dengan mempersilahkan dan mengantri sesuai urutan, selain itu dalam melayani konsumen kami juga harus semangat dan berperilaku sopan supaya pelanggan merasa nyaman dan dihargai.”⁷⁷

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Mbak Nikmah selaku konsumen di warung makan Ampang Gadang, bahwa:

“Pelayanan di warung makan ini sopan, pembeli yang datang juga dilayani sesuai dengan urutan. Cukup baik sih menurut saya.”⁷⁸

C. Analisis dan Pembahasan Penelitian

1. Analisis data tentang strategi pemasaran UMKM sektor kuliner untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi Covid-19 di sekitar kampus Universitas Muria Kudus

Pemasaran merupakan segala kegiatan yang diperlukan untuk mendapatkan barang dari pintu produsen sampai ke tangan konsumen. Dalam perencanaan strategis, pemasaran terlibat dalam segala upaya untuk mencapai keseimbangan antara perusahaan dan lingkungannya untuk mencapai solusi atas masalah penentuan dua pertimbangan utama, yaitu bisnis apa yang harus dilakukan, dan bagaimana berhasil mengelola bisnis yang dipilih dalam lingkungan yang kompetitif berdasarkan perspektif produk, harga, promosi dan lokasi untuk melayani pasar yang dipilih.⁷⁹

a. Warung makan Kantin Bu Yuli

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tetap bertahan, tumbuh atau terus berkembang. Tujuan ini hanya dapat dicapai jika upaya dilakukan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas atau keuntungan usaha melalui penjualannya. Untuk meningkatkan penjualan, perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang lebih baik. Strategi

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Mas Musri selaku karyawan utama warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Mbak Nikmah selaku konsumen warung makan Ampang Gadang, pada tanggal 9 Agustus 2022

⁷⁹ Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2015) 1-4

pemasaran merupakan rencana sistematis dan terperinci yang digunakan sebagai pedoman untuk melakukan kegiatan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan profitabilitas usaha.⁸⁰

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa warung makan Kantin Bu Yuli terdiri dari 3 strategi diantaranya strategi produk, strategi harga dan strategi lokasi. Strategi tersebut memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan dan meningkatkan hasil penjualan. Strategi pemasaran pada bauran produk dilakukan dengan menjual menu makanan pokok yang memiliki beberapa macam olahan seperti nasi pecel, nasi sop, soto, mie rebus, mie goreng, dan lain-lain. Strategi pemasaran pada bauran harga memasang harga yang lebih murah dan ekonomis dalam menjalankan usaha, pengambilan untung yang sedikit agar dapat dijangkau oleh kalangan mahasiswa. Strategi pemasaran pada bauran lokasi memiliki tempat yang strategis, dekat dengan kampus Universitas Muria Kudus, dan memiliki akses yang mudah.

1) Strategi produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan. Kategori ini mencakup objek fisik, layanan, orang, tempat, organisasi, dan ide. Bauran produk merupakan kumpulan jenis produk dan barang yang disediakan oleh organisasi tertentu kepada konsumen.⁸¹

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Kantin Bu Yuli dalam strategi produk dilakukan dengan menjual menu makanan pokok yang memiliki beberapa macam olahan seperti nasi pecel, nasi sop, soto, mie rebus, mie goreng, dan lain-lain.

2) Strategi harga

Harga adalah salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga juga satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi bisnis. penjual dapat memilih untuk bersaing pada harga dan menetapkan harga mereka lebih rendah dari pesaing mereka. Pilihan harga yang tersedia dalam mengembangkan strategi pemasaran dibatasi oleh kisaran

⁸⁰ Aria Ariyanto, *Strategi Pemasaran UMKM Dimasa Pandemi* (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021) 9

⁸¹ Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, 30

harga. Permintaan dan persaingan juga menentukan apa yang akan diterima pasar.⁸²

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Kantin Bu Yuli dalam strategi harga dilakukan dengan pasang harga yang lebih murah dan ekonomis dalam menjalankan usaha, pengambilan untung yang sedikit agar dapat dijangkau oleh kalangan mahasiswa.

3) Strategi lokasi

Strategi lokasi merupakan strategi penyediaan barang kepada calon pelanggan. Strategi ini melibatkan pemilihan jalur atau saluran melalui labirin perantara perdagangan yang membentuk struktur lokasi. Pada tahap pertama strategi penentuan posisi ini, produsen berusaha mengidentifikasi saluran distribusi yang paling efektif untuk menjangkau pasar yang ingin dilayaninya dan memperoleh dukungan perantara komersial di saluran pilihannya sedemikian rupa sehingga ia dapat mengambil rute itu ke pasar.⁸³

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Kantin Bu Yuli dalam strategi lokasi yang dilakukan dengan milih tempat yang strategis, dekat dengan kampus Universitas Muria Kudus, dan memiliki akses yang mudah.

b. Warung makan Omah Maem “NUMAN”

Peran pemasaran saat ini tidak hanya dalam membawa produk dan jasa ke tangan konsumen, tetapi bagaimana produk dan jasa tersebut menghasilkan keuntungan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tujuan pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan janji nilai superior, tetapkan harga yang menarik, distribusikan produk dengan mudah, beriklan secara efektif, dan pertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap berpegang pada prinsip kepuasan pelanggan.⁸⁴

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa warung makan Omah Maem “NUMAN” terdiri dari 3 strategi diantaranya startegi produk, strategi harga dan strategi lokasi.

⁸² Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, 25

⁸³ Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, 187

⁸⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), 1. https://books.google.com/books/about/Manajemen_Pemasaran.html?hl=id&id=50iZDwA-AQBAJ

Dari semua strategi pemasaran tersebut tujuannya adalah untuk mencapai keuntungan serta meningkatkan hasil penjualan. Strategi pemasaran pada bauran produk dilakukan dengan menjual beberapa menu makanan pokok diantaranya nasi opor, nasi lodeh, nasi rames, nasi pecel, nasi sop, sayur asem, sayur benig, dan soto kerbau. Strategi pemasaran pada bauran harga dilakukan dengan menyesuaikan ekonomi masyarakat sekitar, yaitu dengan harga standar tetapi masih memperoleh laba. Strategi pemasaran pada bauran lokasi dengan melakukan penempatan lokasi warung yang strategis, dengan memiliki lahan yang luas dan nyaman untuk tempat parkir.

1) Strategi produk

Produk merupakan segala bentuk barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, masing-masing barang atau jasa tersebut memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Ketika membeli suatu produk, pelanggan membeli lebih dari sekedar sekumpulan atribut fisik. Pelanggan dapat membayar untuk sesuatu yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya.⁸⁵

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Omah Maem “NUMAN” dalam strategi produk dilakukan dengan menjual beberapa menu makanan pokok diantaranya nasi opor, nasi lodeh, nasi rames, nasi pecel, nasi sop, sayur asem, sayur benig, dan soto kerbau.

2) Strategi harga

Strategi penetapan harga memperhitungkan masalah laba yang diperoleh, apakah harga yang ditetapkan meningkatkan laba atau menurunkan laba. Tentu saja, yang diinginkan sebagian besar produsen adalah peningkatan keuntungan.⁸⁶

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Omah Maem “NUMAN” dalam strategi harga dilakukan dengan menyesuaikan ekonomi

⁸⁵ Warnadi & Aris Triyono. *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 16.
https://books.google.com/books/about/Manajemen_Pemasaran.html?hl=id&id=B-miDwAAQBAJ

⁸⁶ Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran*, 139

masyarakat sekitar, yaitu dengan harga standar tetapi masih memperoleh laba.

3) Strategi lokasi

Strategi lokasi perusahaan dilakukan saat akan mulai beroperasi, kapasitas produksi telah melebihi batas kapasitas saat ini, mulai dari mempertimbangkan upah dan biaya operasional, hingga sikap masyarakat setempat. Menentukan strategi lokasi akan sangat tergantung pada jenis bisnis yang di miliki. Misalnya, perusahaan manufaktur mungkin ingin pindah ke kawasan industri, atau restoran mungkin ingin pindah ke kawasan yang lebih ramai. Keputusan dibuat berdasarkan keunggulan bisnis itu sendiri, seperti meminimalkan biaya atau menaikkan profit.

⁸⁷

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Omah Maem “NUMAN” dalam strategi lokasi dilakukan dengan melakukan penempatan lokasi warung yang strategis, dengan memiliki lahan yang luas dan nyaman untuk tempat parkir.

c. Warung makan Ampang Gadang

Kewirausahaan berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk menciptakan perubahan potensial dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Saat ini peran pemasaran bukan cuma memberikan produk atau jasa terhadap pelanggan tetapi juga bagaimana produk atau jasa itu dapat terus memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen, sehingga keuntungan perusahaan bisa diraih melalui pembelian berulang. Pemasaran membutuhkan proses yang teratur dan berwawasan luas untuk memikirkan perencanaan pasar.

Pemasaran berfungsi sebagai fokus utama bagi setiap perusahaan karena berhubungan langsung oleh konsumen, yang merupakan sumber pendapatan perusahaan. Oleh karena itu pemasar harus bertindak dengan mendapat konsumen serta mempertahankan konsumen selamanya atau sebagai konsumen yang loyal. Pemasaran sendiri bertujuan untuk memikat konsumen dengan mewujudkan produk yang memuaskan yang berniali dan sesuai dengan keinginan

⁸⁷ Siti Rochmah, *Buku Ajar Manajemen Operasi 1*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022), 97.
https://books.google.com/books/about/.BUKU_AJAR_MANAJEMEN_OPERASI_ASI_1.html?hl=id&id=769_EAAAQBAJ

pelanggan, untuk menarik pelanggan baru dengan menetapkan harga yang menarik dengan tetap berpegang pada prinsip kepuasan pelanggan, distribusi produk yang mudah, peningkatan yang efektif dan dukungan produk pelanggan yang sudah ada.⁸⁸

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa warung makan Ampang Gadang terdiri dari 4 strategi diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi. Dari semua strategi tersebut tujuannya adalah untuk mencapai keuntungan dan penjualan yang meningkat pada usaha. Strategi pemasaran pada bauran produk dengan menjual beberapa menu makanan khas padang diantaranya nasi rendang, nasi ayam, nasi ikan laut, nasi ayam gulai, nasi balado ikan, nasi paru, nasi kikil, nasi cumi, dan nasi ikan laut. Strategi pemasaran pada bauran harga dilakukan dengan memberi harga murah, bahkan sedikit diturunkan harganya dari pasaran umum, dibandrol dengan harga sama rata yaitu serba Rp. 12.000. Strategi pemasaran pada aspek lokasi yaitu dengan membuka usaha yang strategis, dan akses yang mudah. Sehingga mudah untuk diketahui. Strategi pemasaran pada bauran promosi dilakukan dengan melakukan pemasangan banner di depan warung, agar orang-orang yang lewat dapat mengetahui dengan jelas.

1) Strategi produk

Konsumen saat membeli produk bukan hanya menangkap barang fisik, melainkan juga seperti harga, nama penjual, serta jasa yang ditawarkan perusahaan. semua elemen ini adalah alat kepuasan konsumen. Kombinasi yang berbeda dari unsur-unsur tersebut akan memberikan kepuasan yang berbeda karena kombinasi itu merupakan produk itu sendiri.⁸⁹

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Ampang Gadang dalam strategi produk dilakukan dengan menjual beberapa menu makanan

⁸⁸ Zaenal Aripin, *Marketing Management*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 1-2. https://books.google.com/books/about/.Marketing_Management.html?hl=id&id=Tzk1EA-AAQBAJ

⁸⁹ Tri Weda Raharjo, dan Herrukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, (Surabaya: Jakad Publishing, 2019), 66-67. https://books.google.com/books/about/.Penguatan_Strategi_Pemasaran_dan_Daya_Sa.ml?hl=id&id=IfYDwAAQBAJ

khas padang diantaranya nasi rendang, nasi ayam, nasi ikan laut, nasi ayam gulai, nasi balado ikan, nasi paru, nasi kikil, nasi cumi, dan nasi ikan laut.

2) Strategi harga

strategi penetapan harga produk dinilai kembali terhadap strategi penetapan harga yang telah dilakukan, alternatif yang digunakan adalah dengan menurunkan harga. Ada beberapa penyebab dan alasan yang mendorong suatu perusahaan untuk menurunkan harga produknya dengan beberapa alasan, yaitu: definition strategy, dimana perusahaan melakukan pemotongan harga untuk menghadapi persaingan yang semakin kuat. Dan juga dengan strategi ofensif yang merupakan perusahaan harus memenangkan persaingan.⁹⁰

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Ampang Gadang dalam strategi harga dilakukan dengan memberi harga murah, bahkan sedikit di turunkan harganya dari pasaran umum, dibandrol dengan harga sama rata yaitu serba Rp. 12.000.

3) Strategi lokasi

Lokasi atau tempat yang strategis dapat menjadi salah satu keunggulan suatu pendirian usaha karena dapat dengan mudah diakses oleh konsumen, tetapi pada saat yang sama juga mendatangkan harga sewa atau pendanaan tempat jadi lebih mahal. Tingginya biaya lokasi dapat diimbangi dengan menekan biaya pemasaran, sebaliknya lokasi yang kurang strategis akan memerlukan biaya pemasaran yang bertambah tinggi untuk memikat konsumen berkunjung. Distribusi merupakan beragam aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan untuk mewujudkan produknya tersedia dan dapat diakses oleh konsumen yang dituju. saat memastikan lokasi atau saluran distribusi, perusahaan harus mengutamakan lokasi yang cocok dengan tujuan pasarnya, yaitu efisien dan efektif.⁹¹

⁹⁰ Tri Weda Raharjo, dan Herrukmi Septa Rinawati, *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*, 69-70. https://books.google.com/books/about/Penguatan_Strategi_Pemasaran_dan_Daya_Sa.htm?hl=id&id=IfYDwAAQBAJ

⁹¹ Ilham Akbar, *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*, (Cirebon: Insania, 2021), 100-101. https://books.google.com/books/about/Digital_Marketing_Konsep_dan_Strategi.htm?hl=id&id=nSU5EAAAQBAJ

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Ampang Gadang dalam strategi lokasi dilakukan dengan membuka usaha yang strategis, dan akses yang mudah. Sehingga mudah untuk diketahui.

4) Strategi promosi

Promosi merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dijalankan oleh pengusaha atau perusahaan untuk mempromosikan serta mengiklankan produknya agar konsumen dapat mengetahui produk yang ditawarkannya kepada pelanggan. Dalam urusan promosi tersebut, pengusaha berupaya menyampaikan informasi secara langsung dan tidak langsung tentang produk tersebut supaya pelanggan terpicat dan sekaligus menyadarkan mereka akan produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu maksud dari promosi dalam periklanan yaitu agar dapat menginformasikan dan mengedukasi pelanggan.⁹²

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Ampang Gadang dalam strategi promosi dilakukan dengan melakukan pemasangan banner didepan warung, agar orang-orang yang lewat dapat mengetahui dengan jelas.

2. Analisis data tentang cara pelaku UMKM disekitar kampus Universitas Muria Kudus mendapatkan keuntungan pada masa pandemi Covid 19

Meningkatkan keuntungan usaha adalah salah satu alasan manajemen untuk menerapkan *downsizing* karena *downsizing* dalam bentuk pengurangan jumlah karyawan dapat menjadi cara tercepat untuk mengurangi salah satu beban terbesar usaha yaitu biaya tenaga kerja.⁹³ Salah satu usaha yang dilakukan pada beberapa UMKM yang berada disekitar kampus Universitas Muria Kudus untuk mencapai keuntungan pada masa pandemi dengan menerapkan *downsizing* yang merupakan bentuk pengurangan tenaga kerja, hal itu dilakukan untuk

⁹² Ilham Akbar, *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*, 103. https://books.google.com/books/.about/Digital_Marketing_Konsep_dan_Strategi.html?hl=id&id=nSU5EAAAQBAJ

⁹³ Dyah Trisnaning Hidayati, “ Pengujian Kinerja Keuangan Perusahaan Atas Keputusan Downsizing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015)” , Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya: 6.

mempertahankan usaha pada beberapa UMKM disekitar kampus Universitas Muria Kudus tersebut.

a. Warung makan Kantin Bu Yuli

Downsizing menjadi salah satu tren di dunia usaha sebagai strategi dalam mengelola sumber daya manusia sejak tahun 1980-an. Downsizing menjelaskan proses dimana perusahaan menhgapus sementara atau selamanya sejumlah karyawan dari gaji mereka. Tujuannya adalah untuk mengurangi beban perusahaan dari biaya tenaga kerja yang berlebih.⁹⁴

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Kantin Bu Yuli dalam mempertahankan serta memperoleh keuntungan di masa pandemi Covid 19 dengan melakukan pemberhentian karyawan.

b. Warung makan Omah Maem “NUMAN”

Meningkatkan kinerja keuangan adalah salah satu alasan manajemen untuk menerapkan downsizing karena downsizing dalam bentuk pengurangan jumlah karyawan dapat menjadi cara tercepat untuk mengurangi salah satu beban terbesar perusahaan yaitu biaya tenaga kerja.⁹⁵

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Omah Maem “NUMAN” dalam mempertahankan usahanya ditengan pandemi Covid 19 dengan melakukan pengurangan karyawan, hal itu dilakukan agar usaha pada warung makan tetap untung.

c. Warung makan Ampang Gadang

Downsizing adalah perubahan struktur tenaga kerja yang dilakukan perusahaan dengan mengurangi jumlah tenaga kerja yang dinilai sudah tidak efektif. Pada umumnya perusahaan melakukan downsizing dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, protabilitas dan daya saing perusahaan.

⁹⁴ Dyah Trisnaning Hidayati, “ Pengujian Kinerja Keuangan Perusahaan Atas Keputusan Downsizing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015)” , Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya: 6.

⁹⁵ Dyah Trisnaning Hidayati, “ Pengujian Kinerja Keuangan Perusahaan Atas Keputusan Downsizing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015)” , Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya: 6.

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa pada warung makan Ampang Gadang dalam meningkatkan keuntungan serta mempertahankan usahanya ditengah pandemi Covid 19 dilakukan pemberhentian salah satu karyawan, sehingga usaha pada warung makan tersebut dapat bertahan di era pandemi.

3. Analisis data tentang strategi pemasaran UMKM sektor kuliner di sekitar kampus Universitas Muria Kudus pada Etika dan Perilaku Bisnis Islam

Islam adalah agama yang mengatur seluruh yang ada di langit dan bumi, termasuk masalah etika. Islam tidak hanya mengajarkan etika dalam aktivitas sehari-hari, tetapi juga etika dalam jual beli. anggapan bahwa pasar adalah tempat terburuk disebabkan oleh tindakan dan kata-kata mudah para penipu di pasar. Untuk itu, penting bagi seorang muslim untuk mengetahui etika pasar yang sesuai dengan Islam, sehingga kegiatan bisnis dapat menjadi sarana untuk mencapai hal-hal yang baik, dan bukan upaya untuk menghalalkan segala cara.⁹⁶ Beberapa aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis syariah yang mengedepankan fungsi pemasaran sesuai dengan islam diantaranya, memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).⁹⁷

Dari data penelitian yang sudah didapat oleh penulis strategi pemasaran dalam mendapat keuntungan pada warung makan Kantin Bu Yuli, warung makan Omah Maem “NUMAN”, dan warung makan Ampang Gadang sudah sesuai dengan perilaku dan etika bisnis islam yang diantaranya meliputi kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

a. Warung makan Kantin Bu Yuli

⁹⁶ Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), 25. https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEnGDwAAQBAJ

⁹⁷ Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, 171. https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEnGDwAAQBAJ

Dalam Islam, tindakan pemasaran pasti dilandasi dengan semangat beribadah kepada Allah SWT semata. Kegiatan pemasaran harus dilakukan sebagai upaya untuk mencapai kemakmuran bersama dan bukan untuk keuntungan sementara, kelompok atau pribadi. Islam adalah agama khusus yang mengatur segala hal yang menyangkut kehidupan manusia. Dalam hal ini, Islam adalah agama yang dapat menyeimbangkan kebutuhan hidup ini dan akhirat, antara hubungan kita dengan Tuhan dan sesama manusia. Islam adalah agama terakhir, sehingga ajaran Islam begitu sempurna sehingga harus mampu menyelesaikan berbagai masalah manusia yang berkaitan dengan dunia dan akhirat.⁹⁸

Etika bisnis dalam islam telah banyak dibicarakan dalam berbagai tulisan dan sumber utama yaitu qur'an dan hadist. Para pelaku usaha diharapkan beraksi secara etis dalam segala kegiatannya. Dalam perspektif lain, etika bisnis yang di rangkum dengan nilai islam dengan mengutamakan hukum halal dan haram. Jadi perilaku yang etis merupakan perilaku yang sesuai dengan aturan Allah dan tidak menjalankan larangannya.⁹⁹ Aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis syariah yang mengedepankan fungsi pemasaran sesuai dengan islam diantaranya, memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi pemasaran UMKM pada warung makan Kantin Bu Yuli dalam etika dan perilaku bisnis islam berlandaskan penerapan aturan serta etika bisnis islam yang sesuai dengan kaidah islam. Pada perilaku kepribadian spiritual (*Taqwa*), warung makan Kantin Bu Yuli mengatur waktu solat yang bersamaan dengan banyaknya pembeli yang datang dengan cara bergantian dengan karyawannya. Pada perilaku tanggung jawab (*Responsibility*), di warung makan Kantin Bu Yuli

⁹⁸ Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, 20-21. https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEnGDwAAQBAJ

⁹⁹ Fakhry Zamzam & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), 9-10. https://books.google.com/books/about/Etika_Bisnis_Islam_Seni_Berbisnis_Keberk.html?hl=id&id=obfpDwAAQBAJ

selalu menjaga kebersihan tempat dan makanannya agar konsumen merasa nyaman dan tertarik. Serta kehalalan makanan yang sudah dipastikan sesuai dengan syariat islam. Sikap berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), pada warung makan Kantin Bu Yuli dengan memberi harga sama dan tidak membedakan meskipun itu dengan pembeli yang dikenali. Sikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), pada warung makan Kantin Bu Yuli sikap dan pelayanan ramah terhadap konsumen, yang dimana konsumen adalah raja, jadi harus dilayani dengan baik.

1) Kepribadian spiritual (*taqwa*)

Seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya harus dilandasi semangat ketaqwaan dengan selalu mengingat Allah, bahkan di tempat mereka sibuk bekerja melayani pelanggannya, ia harus sepenuhnya sadar menanggapi prioritas yang ditetapkan oleh pencipta. menyadari Tuhan harus menjadi kekuatan pendorong dalam semua tindakan. Menurut Al-Qur'an surat at-taubah ayat 119.¹⁰⁰

يٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar (Q.S At-Taubah: 119)”.¹⁰¹

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap kepribadian spiritual (*taqwa*) pada warung makan Kantin Bu Yuli mengatur waktu solat yang bersamaan dengan banyaknya pembeli yang datang dengan cara bergantian dengan karyawannya. Hal tersebut sesuai dengan teori etika bisnis islam yang dikemukakan oleh Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula.

2) Tanggung jawab (*responsibility*)

Kebebasan manusia dalam menjalankan usaha tidak lepas dari tanggung jawab yang harus diberikan atas kegiatan yang dilakukan sesuai dengan isi Al-Qur'an Surah al- Al-Muddatsir ayat 38:

¹⁰⁰ Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, 171. https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEEnGDwAAQBAJ

¹⁰¹ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, (Jakarta: Samad) 206

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٧٤﴾

"Setiap orang bertanggung jawab atas tindakannya (Q.S Al-Muddatsir: 38)".¹⁰²

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap Tanggung jawab (*responsibility*) pada warung makan Kantin Bu Yuli selalu menjaga kebersihan tempat dan makanannya agar konsumen merasa nyaman dan tertarik. Serta kehalalan makanan yang sudah dipastikan sesuai dengan syariat islam.

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Islam menjunjung tinggi prinsip keadilan. Secara umum, Islam menopang semua prinsip dalam pendekatan keseimbangan terhadap etika, tetapi dalam proporsi yang sejajar. Islam tidak menjunjung tinggi prinsip keadilan buta. Kebutuhan belaka tidak membutuhkan keadilan. Karena umat Islam yang berusaha keluar dari situasi yang menindas membutuhkan bantuan lebih dari sekedar mereka yang menuntut haknya sebagai kekayaan dari orang kaya.¹⁰³ Menurut Al-Qur'an surat Al-Hadid ayat 25

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ
لِيُقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ ۗ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ
لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ ۗ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ



"*Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul dengan membawa keterangan-keterangan yang nyata, dan Kami telah menurunkan Kitab-Kitab Suci dan timbangan (keadilan) bersama mereka. Hal ini untuk memungkinkan orang untuk bertindak adil. Kami telah menurunkan besi, yang akan membawa kekuatan besar dan karunia bagi umat manusia. agar Allah mengetahui siapa yang akan*

¹⁰² Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 576

¹⁰³ Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, 171.
https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEnGDwAAQBAJ

menolong dia dan rasul-rasul-Nya tanpa melihat mereka. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa. (Q.S Al-Hadid : 25).”

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap adil dalam berbisnis (*Al-Adl*) pada warung makan Kantin Bu Yuli dengan memberi harga sama dan tidak membedakan meskipun itu dengan pembeli yang dikenali.

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Sikap pelayanan adalah kunci sikap pasar. Tanpa semangat pelayanan yang ada dalam kepribadiannya. Yang melekat dalam sikap ini adalah sikap kesopanan, dan kerendahan hati. Orang-orang beriman diperintahkan untuk bersikap dermawan, sopan, dan ramah ketika berhubungan dengan mitra bisnis. Sebuah bisnis akan selalu berkembang dan berhasil jika didukung dengan pelayanan yang terbaik.¹⁰⁴ Menurut Al-Qur'an surat Asy-Syu'araa' ayat 215

وَآخِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ

“Dan rendah hati kamu terhadap orang-orang yang mengikuti mu, yaitu orang-orang yang beriman. (QS. Asy-Syu'araa': 215).”¹⁰⁵

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap pada melayani dan rendah hati (*Khidmah*) pada warung makan Kantin Bu Yuli sikap dan pelayanan ramah terhadap konsumen, yang dimana konsumen adalah raja, jadi harus dilayani dengan baik.

Dari data yang sudah didapat pada warung makan Kantin Bu Yuli mengenai strategi pemasaran dalam mendapatkan keuntungan sudah sesuai dengan etika dan perilaku bisnis islam. Sikap kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil (*al-adl*), dan bersikap melayani serta rendah hati (*Khidmah*) sudah dilaksanakan sesuai dengan syariat islam.

¹⁰⁴ Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, 172. https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEnGDwAAQBAJ

¹⁰⁵ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 376

b. Warung makan Omah Maem “NUMAN”

Pemasaran Islami mengacu pada aspek yang berorientasi pada kepentingan dunia dengan selalu mengacu pada referensi suci seperti Alquran dan Sunnah yang disempurnakan dengan *ijma'* dan *qiyas* untuk mencapai kebahagiaan sejati. Melalui media yang beretika, bijaksana untuk menyediakan produk atau jasa yang sehat dengan persetujuan bersama dan memenuhi kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik untuk mencapai kesejahteraan material dan spiritual dalam keputusan hidup ini dan akhirat.¹⁰⁶

Etika bisnis merupakan aturan main yang berkaitan erat dengan norma dan prinsip umum yang digunakan dalam masyarakat yang bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang melakukan kegiatan bisnis yang memiliki unsur hukum, kepemilikan, pengelolaan, dan distribusi sumber daya.¹⁰⁷ Pemilik bisnis wajib mengetahui etika dan moralitas karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pemasar atau perusahaan yang tidak bermoral dan tidak etis tidak akan menjalankan bisnis dengan baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri. Etika bisnis Islami memelihara semangat kepercayaan, kejujuran, dan keadilan, sedangkan di antara pemilik dan karyawan, semangat nepotisme tumbuh subur.¹⁰⁸ Aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis Islam yang mengedepankan fungsi pemasaran sesuai dengan Islam diantaranya, memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi pemasaran UMKM pada warung makan Omah Maem

¹⁰⁶ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Linda Bestari, 2020), 1.

https://books.google.com/books/about/Pemasaran_Syariah_Era_Digital.html?hl=id&id=x8b4DwAAQBAJ

¹⁰⁷ Fakhry Zamzam, dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, 4.

https://books.google.com/books/about/Etika_Bisnis_Islam_Seni_Berbisnis_Keberk.html?hl=id&id=obfpDwAAQBAJ

¹⁰⁸ Fakhry Zamzam, dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, 11.

https://books.google.com/books/about/Etika_Bisnis_Islam_Seni_Berbisnis_Keberk.html?hl=id&id=obfpDwAAQBAJ

“NUMAN” menurut nilai spiritualitas dalam perspektif islam berlandaskan penerapan aturan serta etika bisnis islam yang sesuai dengan kaidah islam. Pada perilaku kepribadian spiritual (*Taqwa*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” mengatur kewajiban umat muslim yaitu melaksanakan solat dengan cara bergantian dengan karyawan. Pada perilaku tanggung jawab (*Responsibility*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” kebersihan yang dijaga agar tidak membahayakan konsumen dan hidangan makanan yang disediakan halal sesuai dengan syariat islam. Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” harga yang diberikan sama, antara pelanggan yang dikenali maupun tidak. Membedakan harga didalam islam tidak sesuai dengan ajaran Rasulullah. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), di warung makan Omah Maem “NUMAN” pelayanan yang diberikan sangat menghargai pembeli, memberi senyuman dan memperlakukan konsumen dengan sopan adalah cara yang dilakukan di warung makan tersebut.

1) kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Umat Islam diperintahkan untuk mengingat Allah setiap saat, bahkan ketika mereka sibuk dengan aktivitas mereka. dia harus sepenuhnya sadar dan bertindak berdasarkan prinsip-prinsip dasar Allah. pengetahuan tentang Allah ini harus menjadi kekuatan pendorong dalam semua tindakan.¹⁰⁹ Menurut Al-Qur'an surat Al-Nur ayat 37

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُهُمْ تِجَارَةً وَلَا بَيْعًا عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ
الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٣٧﴾

“Mereka adalah orang-orang yang tidak lalai dalam berdagang dan, jual beli sambil berdzikir kepada Allah, mendirikan shalat dan menunaikan zakat. Mereka takut akan hari ketika hati dan mata akan goyah (Hari Pembalasan) (QS. Al-Nur:37).”¹¹⁰

¹⁰⁹ Nova Yanti Maleha, “Manajemen Bisnis Dalam Islam”, *Economic Shahira*, 50. <https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha/article/download/106/95>

¹¹⁰ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 355

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap kepribadian spiritual (*taqwa*) pada warung makan Omah Maem “NUMAN” mengatur kewajiban umat muslim yaitu melaksanakan solat dengan cara bergantian dengan karyawan.

2) Tanggung jawab (responsibility)

Pengusaha muslim harus memiliki sifat amanah atau kehandalan serta tanggung jawab. Karena perilaku amanah, maka pengusaha muslim akan bertanggung jawab atas semua yang telah dilakukannya dalam hal perlakuannya. Bertanggung jawab untuk selalu melindungi hak asasi manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melalaikan kewajibannya sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.¹¹¹ Menurut Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 36

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ

كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan jangan ikuti apa yang tidak kamu ketahui. Untuk pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semuanya akan dimintai pertanggungjawaban (QS. Al-Isra: 36).”¹¹²

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam perilaku tanggung jawab (*responsibility*) pada warung makan Omah Maem “NUMAN” kebersihan yang dijaga agar tidak membahayakan konsumen dan hidangan makanan yang disediakan halal sesuai dengan syariat islam.

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Islam melarang semua hubungan bisnis, termasuk ketidak jujuran, dan menuntut pelaksanaan keadilan yang berlaku untuk semua hubungan bisnis dan kontrak bisnis. Al-Qur'an berulang kali menegaskan bahwa Allah menyukai orang-orang yang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim. Keadilan harus dilakukan untuk semua, termasuk mereka yang berbeda agama, dan

¹¹¹ Ariyadi, BISNIS DALAM ISLAM, *Jurnal Hadaratul Madaniyah*, Vol. 5, Issue 1 (2018): 13-26. <https://media.neliti.com/media/publications/25258498-bisnis-dalam-islam-b1cdc4a0.PDF>

¹¹² Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 285

juga perintah untuk berlaku adil kepada semua manusia.¹¹³
Menurut Al-Qur'an surat Hud ayat 18

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا ۖ أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ الْأَشْهَادُ هَٰؤُلَاءِ الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ أَلَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٨﴾

“Siapakah yang lebih zalim dari orang-orang yang berdusta kepada Allah? Mereka akan dibawa ke hadapan Tuhan, dan para saksi akan berkata, "Orang-orang ini telah berbohong kepada Tuhan." Ingatlah bahwa laknat Allah akan menimpa pelakunya (QS. Hud: 18).”¹¹⁴

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap adil dalam berbisnis (*Al-Adl*) pada warung makan Omah Maem “NUMAN” harga yang diberikan sama, antara pelanggan yang dikenali maupun tidak. Membedakan harga didalam islam tidak sesuai dengan ajaran Rasulullah.

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Sikap pelayanan dan kerendahan hati merupakan sikap utama para pelaku bisnis. Tanpa sikap pelayanan dan kerendahan hati yang melekat pada karakternya, ia pada dasarnya bukanlah seorang pengusaha. Rasulullah SAW bersabda salah satu ciri orang mukmin yaitu mudah berteman dengan orang lain dan orang lain mudah berteman dengannya. Al-Qur'an sangat ekspresif memerintahkan umat Islam untuk bersikap baik dan sopan ketika berbicara dan melayani pelanggan mereka.¹¹⁵
Menurut Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 53

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ ۗ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾

¹¹³Nova Yanti Maleha, “Manajemen Bisnis Dalam Islam”, *Economic Shahira*, 51. <https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha/article/download/106/95>

¹¹⁴ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 223

¹¹⁵ Nova Yanti Maleha, “Manajemen Bisnis Dalam Islam”, *Economic Shahira*, 51. <https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha/article/download/106/95>

“Katakan pada hambaku “Biarkan mereka berbicara (kebenaran) kata-kata yang lebih baik. Sesungguhnya setan (selalu) menyebabkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh sejati umat manusia. (QS. Al-Isra’: 53).”¹¹⁶

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*). pada warung makan Omah Maem “NUMAN” pelayanan yang diberikan sangat menghargai pembeli, memberi senyuman dan memperlakukan konsumen dengan sopan adalah cara yang dilakukan di warung makan tersebut.

Dari data yang sudah didapat pada warung makan Omah Maem “NUMAN” mengenai strategi pemasaran dalam mendapatkan keuntungan sudah sesuai dengan etika dan perilaku bisnis islam. Sikap kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil (*al-adl*), dan bersikap melayani serta rendah hati (*Khidmah*) sudah dilaksanakan sesuai dengan syariat islam.

c. Warung makan Ampang Gadang

Pemasaran dalam Islam bukan hanya pemasaran yang ditambahkan ke syariah, karena pemasaran syariah memiliki nilai, namun lebih dari itu, pemasaran berperan dalam Syariah dan Syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran memainkan peran dalam Syariah. Dengan kata lain, perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bertindak secara profesional dalam dunia bisnis. Karena profesionalisme dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Peran syariah dalam pemasaran berarti memahami pentingnya nilai-nilai etika dan moral dalam pemasaran, sehingga diharapkan perusahaan tidak menjalankan bisnisnya untuk keuntungan pribadi.¹¹⁷

Etika bisnis Islam adalah proses dan upaya untuk membedakan apa yang benar dan apa yang salah dalam kaitannya dengan aktivitas bisnis dan untuk melakukan apa yang benar. Konsep dan standar umum yang harus dipraktikkan mengenai perilaku moral, tanggung jawab, dan moralitas. Etika bisnis Islam pada dasarnya adalah praktik

¹¹⁶ Al Qur’an Terjemah AL-IKHLAS, 287

¹¹⁷ Ikhsan Bayunuloh, *Marketing Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2013), 12-13.
https://books.google.com/books/about/Marketing_Syariah.html?hl=id&id=QKmRDwAAQBAJ

atau budaya moral yang terkait dengan aktivitas bisnis.¹¹⁸ Aturan dan prinsip etika pemasaran dalam bisnis syariah yang mengedepankan fungsi pemasaran sesuai dengan islam diantaranya, memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), serta bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Dari data penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi pemasaran UMKM pada warung makan Ampang Gadang menurut etika dan perilaku bisnis islam berlandaskan penerapan aturan serta etika bisnis islam yang sesuai dengan kaidah islam. Pada perilaku kepribadian spiritual (*Taqwa*), di warung makan Ampang Gadang peraturan solat tepat waktu dengan cara bergantian yang telah ditetapkan dalam aturan dari usaha tersebut. Pada perilaku tanggung jawab (*Responsibility*), di warung makan Ampang Gadang tanggung jawab dalam menjaga kebersihan tempat maupun kebersihan makanan merupakan kunci utama serta kehalalan makanan yang insyaallah sudah gterjamin halalnya karena mengingat pemiliknya sendiri juga seorang muslim. Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*), di warung makan Ampang Gadang membeikan harga yang sama, harga di warung makan tersebut sudah di tarif dengan harga yang pas yaitu 12.000 rupiah. Entah itu dengan konsumen yang dikenal maupun tidak dikenali. Harga pas yang tidak bisa kurang dan lebih tersebut merupakan salah satu strategi yang sudah di tetapkan dalam menjalankan usahanya. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), di warung makan Ampang Gadang pelayanan yang diberikan ketika konsumen datang dengan mempersilahkan konsumen untuk memilih menu makan yang di inginkan. Konsumen yang datang dilayani sesuai dengan urutan. Pemberian layanan yang baik dan sopan menjadi tata cara dalam melayani konsumen pada warung makan tersebut.

1) kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan konsep takwa kepada Allah SWT. berangkat dari pemahaman bahwa segala usaha dan usaha tidak lepas dari mengingat-Nya. kesadaran akan adanya Tuhan dalam semua kegiatan pemasaran akan menjadi pemicu tindakan dalam proses pemberian pelayanan yang sesuai dengan

¹¹⁸ Angga Syahputra, Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam, Vol.1, no.1, (2019): 26

ketentuan tidak hanya aturan duniawi, tetapi juga aturan akhirat.¹¹⁹ Menurut Al-Qur'an surat Al-Syura' ayat 20

قَالَ فَعَلَّهَا إِذَا وَأَنَا مِنَ الضَّالِّينَ ﴿٢٠﴾

“Barangsiapa menginginkan keuntungan dalam hidupnya Kami akan meningkatkan keuntungan itu untuknya dan siapa pun yang menginginkan keuntungan di dunia ini Kami akan memberinya sebagian darinya (keuntungan duniawi), tetapi dia tidak akan mendapat bagian dalam seumur hidup di akhirat. (QS. Al-Syura':20).”¹²⁰

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap kepribadian spiritual (*taqwa*) pada warung makan Ampang Gadang Gadang peraturan solat tepat waktu dengan cara bergantian yang telah ditetapkan dalam aturan dari usaha tersebut.

2) Tanggung jawab (*responsibility*)

Pertanggungjawaban atas setiap tindakan. Asas pertanggungjawaban menurut Sayid Qutb adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan luasnya, antara jiwa dan raga, antara manusia dengan keluarga, antara individu dengan masyarakat dan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya.¹²¹ Menurut Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 56.

وَلَا تَفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا

وَوَطْمَعًا إِنْ رَحِمَتِ اللَّهُ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

“Dan janganlah kamu berbuat zalim di muka bumi setelah (dilakukan) dengan baik. Berdoalah kepadanya dengan ketakutan dan harapan. Sesungguhnya rahmat Allah itu dekat kepada orang-orang yang berbuat baik. (QS. Al-A'raf: 56).”¹²²

¹¹⁹ Khairul Azan, dkk., *Isu-isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 83. https://books.google.com/books/about/ISU_ISU_GLOBAL_MANAJEMEN_PENDIDIKAN_ISLA.html?hl=id&id=lgOIEAAAQBAJ

¹²⁰ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 485

¹²¹ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 9, no. 1, (2010): 57. <https://media.neliti.com/media/publications/24402-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam.pdf>

¹²² Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 157

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap tanggung jawab (*responsibility*) pada warung makan Ampang Gadang tanggung jawab dalam menjaga kebersihan tempat maupun kebersihan makanan merupakan kunci utama serta kehalalan makanan yang insyaallah sudah terjamin halalnya karena mengingat pemiliknya sendiri juga seorang muslim.

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Keadilan adalah bagian integral dari pemasaran. Adil membutuhkan keseimbangan dalam berbuat dan bertindak. Islam tidak menganjurkan keadilan buta dan menciptakan perbedaan yang menghalangi persamaan hak. konsep keadilan selalu memperlakukan semua pelanggan secara setara.¹²³ Seperti Al-Qur'an Surat Al-Anam ayat 152.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا
قُلْتُمْ فَأَعْدِلُوا وَلَا تَوْكَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ
وَصَّكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik, hingga ia dewasa. Dan biarkan ukuran dan keseimbangannya adil. Kami tidak membebani seseorang kecuali menurut kekuatannya. Ketika Anda berbicara, berbicaralah kebenaran, bahkan jika dia berhubungan dengan Anda dan memenuhi janji-janji Allah. Ini adalah kata-katanya untuk Anda ingat. (QS. Al-An'am:152).”¹²⁴

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap berlaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*) pada warung makan Ampang Gadang membeikan harga yang sama, harga di warung makan tersebut sudah di tarif dengan harga yang pas yaitu 12.000 rupiah. Entah itu dengan

¹²³ Khairul Azan, dkk., *Isu-isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, 84. https://books.google.com/books/about/ISU_ISU_GLOBAL_MANAJEMEN_PENDIDIK_AN_ISLA.html?hl=id&id=lgQIEAAAQBAJ

¹²⁴ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 149

konsumen yang dikenal maupun tidak dikenali. Harga pas yang tidak bisa kurang dan lebih tersebut merupakan salah satu strategi yang sudah di tetapkan dalam menjalankan usahanya.

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*).

Melayani berarti menumbuhkan sikap sopan, santun, ramah, bersahabat, dan rendah hati yang melekat pada diri pemasar yang ditempatkan bersama pelanggan. Sikap pelayanan membawa minat dan kenyamanan bagi pelanggan. Hal ini sejalan dengan penjelasan Al-Qur'an tentang Ali Imron ayat 159.¹²⁵

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِن حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka dengan karunia Allah, kamu (Muhammad) berbuat baik kepada mereka. Jika Anda keras kepala dan keras hati, mereka akan menjaga jarak dari orang-orang di sekitar Anda. Karena itu, ampunilah mereka, mintalah pengampunan bagi mereka, dan konsultasikan dengan mereka tentang masalah ini. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang dititipkan-Nya. (QS. Ali-Imron: 159).”¹²⁶

Data penelitian tersebut menjelaskan bahwa dalam sikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*), pada warung makan Ampang Gadang pelayanan yang diberikan ketika konsumen datang dengan mempersilahkan konsumen untuk memilih menu makan yang di inginkan. Konsumen yang datang dilayani sesuai dengan urutan. Pemberian layanan yang baik dan sopan menjadi tata cara dalam melayani konsumen pada warung makan tersebut.

Dari data yang sudah didapat pada warung makan Ampang Gadang mengenai strategi pemasaran dalam

¹²⁵Khairul Azan, dkk., *Isu-isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, 84-85. https://books.google.com/books/about/ISU_ISU_GLOBAL_MANAJEMEN_PENDIDIK_AN_ISLA.html?hl=id&id=lgQIEAAAQBAJ

¹²⁶ Al Qur'an Terjemah AL-IKHLAS, 71

mendapatkan keuntungan sudah sesuai dengan etika dan perilaku bisnis islam. Sikap kepribadian spiritual (*taqwa*), tanggung jawab (*responsibility*), berlaku adil (*al-adl*), dan bersikap melayani serta rendah hati (*Khidmah*) sudah dilaksanakan sesuai dengan syariat islam.

